Соціальні комунікації

УДК 007:304:659.4

Калініна Марина Петрівна

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Навчально-науковий інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Kalinina Maryna

PhD, Associate Professor

Educational and Scientific Institute of Journalism

Taras Shevchenko National University of Kyiv

КІНОПОЛІТИКА: МЕТОДИКИ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В КОНТЕКСТІ ПОШИРЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ НАРАТИВІВ. ПРОПАГАНДА КРІЗЬ ПРИЗМУ КІНОКОНТЕНТУ

FILM POLITICS: METHODS OF INFLUENCING PUBLIC OPINION IN THE CONTEXT OF THE DISSEMINATION OF POLITICAL NARRATIVES. PROPAGANDA THROUGH THE PRISM OF FILM CONTENT

Анотація. *Стаття присвячена дослідженню впливу кінематографа на формування громадської думки, зокрема, на формування політичних та соціальних наративів в суспільстві. Фільм – це універсальний комунікаційний формат, який впливає через сенси, образи, емоції, спецефекти. Кіноіндустрія в усі часи була тісно пов'язана з політикою, а її діячі впливали на громадську думку. Фільм - це дуже зручний інструмент для запровадження соціальних та політичних трендів, тому дослідження цього напрямку будуть актуальними тривалий час.*

Ключові слова: *паблік рілейшнз, кінематограф, іміджбілдінг, формування іміджу події, пропаганда, громадська думка, комунікації кінематограф в політичному PR.*

Summary. *The article is devoted to the study of the impact of cinema on the formation of public opinion, in particular on the shaping of political and social narratives in society. Film is a universal form of communication that influences audiences through meanings, imagery, emotions, and special effects. Throughout history, the film industry has been closely connected with politics, and its figures have influenced public opinion. Film is a highly effective tool for introducing social and political trends; therefore, research in this field will remain relevant for a long time.*

Key words: *public relations, movie, image building, image, image building for political events, propaganda, public opinion, communications, a cinema for political PR.*

Мета та завдання статті «Кінополітика: приховані змісти сучасного кіно в контексті політичних PR- комунікацій» — проаналізувати вплив сучасного кіномистецтва на свідомість глядачів, проаналізувати явні та приховані змісти сучасних українських та світових кінофільмів та їхній вплив на формування національного інформаційного простору та описати, яким чином кінофільми встановлюють приховані настанови для глядачів.

Методи дослідження. При підготовці дослідження проаналізовано змісти художніх фільмів та серіалів українського, російського, американського та європейського виробництва, критику на витвори сучасного кіномистецтва з українських та закордонних джерел, аналітичні матеріали українських та закордонних ЗМІ, науково-практична література з історії кіно, наукові статті дослідників кіно, новинні матеріали. У дослідженні використано класичні методи аналізу (зовнішній, внутрішній,

журналістський методи), синтез, контент-аналіз кінофільмів). Для дослідження було використано методологію паблік рілейшнз: дискусійний аналіз, комунікаційний аудит, ситуаційний аналіз.

Період дослідження: 2017 – 2025 роки, що дозволило відслідкувати зміни в динаміці та зафіксувати відповідні історичні зміни. Окремі положення означеного дослідження були зазначені авторкою в науковій статті «Документальне кіно як інструмент політичного та комерційного PR: український та закордонний досвід» [1] та в доповіді «Кінополітика: приховані змісти сучасного кіно в контексті політичних PR-комунікацій» [2].

Актуальність дослідження. Кінематограф вже давно став засобом комунікації за допомогою якого формуються явні та приховані настанови, здійснюється реклама товарів та пропаганда систем цінностей. Кінематограф впливає підсвідомість людини та активує її уяву, пропонуючи нову, часто кращу реальність або, навпаки, активуючи неконтрольовану агресію. Останнім часом засоби кінематографу активно використовуються в політичній комунікації, формуючі певні комунікаційні контексти та сенси. А потужні світові кінематографічні концерни все частіше працюють з політиками та державними структурами.

Теоретичне підґрунтя. Для української наукової спільноти дослідження кінематографу як інструменту політичного PR є новим напрямком. Основні публікації в цій галузі належать Г. Почепцову, який на системній основі розглядає кінематограф як інструмент пропаганди. Дослідженнями прихованих змістів в медіа займається професор О. Тараненко. Автор статті останні кілька років займається розробкою та дослідженнями цієї теми. Подібний стан дослідження теми розкриває великі перспективи для подальших наукових пошуків. Також розкриття теми використання можливостей кінематографу в період гібридної агресії є актуальним для сучасного світу.

Вплив кінематографу на політику досліджували представники різних дисциплін: політології, соціології, культурології, медіадосліджень. Ось ключові постаті та напрями:

1. політична теорія та пропаганда (Гарольд Лассуелл — один із перших, хто системно вивчав пропаганду; аналізував кіно як інструмент формування політичних установок [3]; Вальтер Ліппман — досліджував, як масові медіа (включно з кіно) формують "псевдореальність" у свідомості громадян) [4];

2. кінематограф і ідеологія (Зіґфрід Кракауер — класична праця *«Від Каліґарі до Гітлера»*: показав, як німецьке кіно 1920-х відображало та готувало ґрунт для нацизму [5], Теодор Адорно та Макс Горкгаймер (Франкфуртська школа) — концепція "індустрії культури", де кіно розглядається як механізм ідеологічного контролю; Луї Альтюссер — не про кіно напряму, але його ідея ідеологічних державних апаратів активно застосовується до аналізу фільмів);

3. кіно як політична практика (Сергій Ейзенштейн — не лише режисер, а й теоретик: кіно як інструмент революційної свідомості («Броненосець "Потьомкін"»), Дзіґа Вертов — документальне кіно як форма політичної правди й агітації);

4. сучасні медіа та політика (Дуглас Келлнер аналізує Голлівуд, війну, попкультуру і політичні наративи (наприклад, війни в Іраку), Мюррей Едельман — досліджував політичні символи, до яких часто належить і кінообраз, Жак Рансьєр — філософія політики та естетики: як образи формують політичне сприйняття).

Результати та висновки. Кінематограф є найбільш розповсюдженим та доступним каналом для поширення наративів. Ринок виробництва кінематографу та серіалів покриває майже 100% аудиторії. Пересічний громадянин може не дивитися телевізійні новинні програми, політичні ток-шоу, не читати суспільно-політичну пресу, не бути

присутнім в соціальних мережах, проте перегляд кінофільмів та серіалів – обов'язкова складова відпочинку більшості людей. За останні кілька років діджітал технології зробили зручним доступ споживача до кінофільмів за рахунок створення розгалуженої мережі кінотеатрів з 3D ефектом, наявність сайтів з безкоштовним та платним кіно контентом, відповідних мобільних додатків, адаптація кінофільмів для систем Android та Iphone, які дозволяють переглядати кіно в дорозі, а також стрімінгові платформи. Зокрема, одним з пріоритетів кіно є те, що через мережу нові фільми безперешкодно потрапляють до глядача, навіть при наявності заборон на окремий контент. Кінематограф доступний, охоплює велику кількість аудиторії (різною за сегментацією), є видовищним, незалежним від заборон та обмежень в зв'язку з тим, що система розповсюдження не обмежується дистрибуцією на телебаченні та в мережах кінотеатрів, а, в першу чергу, масово представлений в мережі інтернет на соціальній мережі You Tube.

Окремим сегментом, який стимулює споживання кінопродукції, стали стрімінгові платформи. В Україні домінують місцеві бренди Megogo, «Київстар ТБ» та Sweet.TV, які разом займають близько 66% ринку платних підписок, а з Netflix та YouTube Premium — понад 90%.

Нейрофізіологія впливу кіно

Сучасні дослідження показують, що люди все менше читають книжки та все більше дивляться кіно. Під час перегляду кіно, неокортекс, «свідома» частина мозку, розслабляється й багато символів та настанов лишаються у підсвідомості. Фактично, наратив безперешкодно потрапляє у свідомість. Питання впливу кінематографу на політичні уявлення суспільства традиційно розглядалося в межах ідеологічного, символічного або наративного аналізу. Водночас значно менше уваги приділялося фізіологічним механізмам цього впливу. Кіно, на відміну від письмового чи усного політичного дискурсу, апелює безпосередньо до сенсорної та

емоційної сфери людини, залучаючи зорову, слухову й соматичну системи. Саме ця властивість робить кінематограф особливо ефективним інструментом політичної пропаганди.

Механізм впливу кінематографу досліджувався Гуґо Мюнстерберґом з точки зору нейрофізіологічних реакцій (пояснив, як монтаж та крупні плани керують головним мозком) [6], Вільямом Джеймсом (теорія емоцій як тілесних реакцій: кіно спочатку викликає фізіологічну відповідь (пульс, напруга), а вже потім усвідомлену емоцію), Дональдом Геббом (теорія нейронних мереж: повторювані кінообрази дають стійкі нейронні зв'язки і формують установки) [7].

Відповідно, кінематограф викликає наступні фізіологічні реакції: зміна пульсу і дихання, гормональні реакції (кортизол, дофамін), викликає емпатію та співчуття, напругу м'язів, мікрорухи (ідентифікація з персонажем), стан трансу / зниження критичного мислення. Саме ці фактори роблять вплив через кінематографічний контент максимально ефективним. Зокрема, кіногерої викликають стале бажання наслідувати їхні вчинки, образи, постійно цитувати їхні репліки.

Вагомий внесок у розуміння фізіологічного впливу кінематографа зробили дослідження Урі Хассона (Princeton University), який започаткував напрям нейрокінематографії (neurocinematics). Використовуючи метод функціональної магнітно-резонансної томографії (fMRI), Хассон та його колеги довели, що під час перегляду фільмів у різних глядачів виникає високий рівень міжсуб'єктної кореляції мозкової активності (intersubject correlation). Отримані результати свідчать, що добре структурований кінематографічний наратив здатний синхронізувати нейронні процеси аудиторії, спрямовуючи увагу, емоційну реакцію та інтерпретацію подій у заданому напрямі. Найбільша синхронізація спостерігається в ділянках мозку, пов'язаних з увагою, емоційною оцінкою, прогнозуванням та прийняттям рішень. З фізіологічної точки зору це означає, що

кінематограф значно обмежує індивідуальну свободу когнітивної обробки інформації, формуючи спільний нейронний і тілесно-емоційний досвід. У політичному контексті така нейросинхронізація сприяє сприйняттю ідеологічних повідомлень як очевидних і природних, що суттєво підсилює пропагандистський потенціал кіно [8], [9].

Інструментарій кіноіндустрії

Кінематограф володіє великою кількістю впливових інструментів, серед яких є:

- сторітелинг / відеосторітелинг (сценарій, літературна основа, яка не читається, а сприймається через дію на екрані);
- відео супровід (спецефекти, динаміка);
- робота з зірками кіно (інфлюенсерами, лідерами думок);
- тривалість показу (серіальні продукти);
- має в собі так звані приховані змісти;
- може містити елементи кодування свідомості;
- фінансові потоки та зв'язки з правлячими елітами.

Проаналізуємо декотрі фактори.

Сторітелинг. В основу сценарію закладається саме цікаве від реальних історичних до фантастичних фактів, надається додаткова образність, події зображуються більш динамічними та емоційними для впливу на емоційний інтелект. Одним з основних компонентів сторітелингу є інтрига та затягування кульмінації.

Наявність зірок, які одночасно є громадськими діячами та лідерами думок. Кінозірки є активною рушійною частиною суспільства. Голлівуд є невід'ємною складовою американського політичного процесу. Щонайменше два американські президенти – Рональд Рейган та Дональд Трамп – мають відношення до шоу-бізнесу. Так само, як президент України Володимир Зеленський спочатку став відомим як актор та продюсер і вже потім як політик. З точки зору теорії цільових авдиторій,

вони мають первинну базу фанів, яка є основою виборців. Саме ця первинна медійність допомагає політику набути популярності та пізнаваності. Втім, на прикладі США, вплив зіркового статусу не обмежується приналежністю до акторського цеху. Зірки шоу-бізнесу є активними учасниками виборчого процесу. Вони не просто знімаються в політичній рекламі, а активно дискутують з суспільством, закликають підтримувати політиків та їхні ідеї, піднімають нагальні для суспільства питання. Так, вельми сильний вплив на молодь має американська співачка та акторка Тейлор Свіфт і феномен цього впливу окремо досліджується політологами. Маючи фактично п'ять мільйонів активних фоловерів по всьому світу, вона безперешкодно транслює демократичні ідеї та політичні цінності. На сьогоднішній день відкриту позицію проти Дональда Трампа оголосили Роберт де Ніро (емігрував з США на знак протесту), комік Джимі Кіммел, Джорж Клуні, Шер, Меріл Стріп, Мадонна, Алек Болдуїн, Скарлет Йохансон, Мет Деймонт, Леді Гага. Більшість з них виступили в підтримку України та використовують українську національну символіку.

В цьому контексті необхідно зазначити, що в рамках роботи платформи United24, українська влада активно залучає голлівудських та європейських зірок в якості наших амбасадорів. Їхні роботи допомагають донести до громадян США та Європи проукраїнські цінності та українську позицію. За час повномасштабного вторгнення, Україну відвідали Шон Пен (зняв документальний фільм «Суперсила», «Війна очима тварин»), Дженніфер Лоуренс, Анжеліна Джолі, Міла Куніс, Ештон Катчер, Міла Йовович, Бенедикт Камбербетч, Лів Шрайбер (посол United24), Бен Стіллер, Джессіка Честейн. Їхній внесок у підтримку України неоціненний. Вони не просто збирають донати для ЗСУ, а транслюють українські цінності свободи та незалежності й формують український порядок денний в світі.

Кінематограф та суспільні тренди. За рахунок співробітництва із зірками, американська влада запровадила багато ціннісних трендів. В тому числі боротьбу з харасментом МеТоо. Цей рух набув популярності після звинувачень в сексуальних злочинах на адресу відомого продюсера Гарві Вайнштейна, який роками домагався американських акторок. Коли виник тренд BLM (black lives matter), в Голлівуді постало питання про обов'язкові квоти для темношкірих акторів, що, часом, призводить до порушення історичної правди (темношкіра Анна Болейн, серіал «Анна Болейн»), королева Шарлотта (серіали «Бріджертони», «Історія королеви Шарлотти»). Культура толерантності до ЛГБТ-спільноти також веде своє коріння з голлівудських пагорбів і роками впроваджувалася саме через кінофільми (наприклад, «Холодна гора», «Хлопці не плачуть», «Теплий блакитний колір»).

Кіностудії – це частини потужних медійних холдингів, які мають своїх власників, що визначають інформаційну політику. Зокрема, в багатьох фільмах сценаристи піднімають суспільно важливі питання та реагують на запити цільової авдиторії. Наприклад, в шести сезонах популярного серіалу «Абатство Даунтон» піднімалися питання лояльного ставлення до ЛГБТ-спільнот, питання гендерної та соціальної рівності, насильства, боротьби з раком грудей. У фільмі «Абатство Даунтон. Великий фінал» один з героїв змальований з Джеффрі Епштейна, що підкреслює особливу важливість цієї теми для англійської аристократії. Один з героїв входить в коло родини Грентемів, англійських дворян, але зустрічає небажання герцогів йти на умови шантажу. Ця сюжетна лінія перегукується із реальною репутаційною кризою Вінзорів, в зв'язку з обвинуваченнями принца Ендрю щодо його участі в оргіях Епштейна.

Зв'язок із владою. Кіноіндустрія вимагає великих фінансових вливань, тому кіностудії часто пов'язують з політичними та фінансовими кланами. Між політиками та діячами кіно на постійній основі відбуваються

наради, на яких погоджується тематичний план медіапродуктів. Голлівуд доклав неабияких зусиль для формування образів ворога провідних світових диктаторів (Муаммара Каддафі, Усами Бен Ладена, Саддама Хусейна). Після трагедії 11 вересня 2001 року адміністрація Білого дому поставила задачу кінематографістам створювати патріотичний контент з підтримкою військовослужбовців та боротьбою з тероризмом. 16 лютого 2016 року відбулася спільна нарада Віце-президента США Джона Кері з дванадцятьма очільниками медіахолдингів та кіностудій, на якій піднімалося питання протистояння ІГІЛ. За лояльність до влади, кіновиробники США мають низку бонусів, зокрема, часткову компенсацію податку на прибуток, гранти та компенсації видатків.

В Радянському Союзі також використовували потужності відомств, здебільшого силових, для створення серіалів. Так три найбільш популярні серіали СРСР «Сімнадцять миттєвостей весни», «ТАРС уповноважений заявити…» та «Місце зустрічі змінити не можна» є відповідно створені на замовлення КДБ та МВС СРСР.

Візуалізація. За допомогою надсучасних спецефектів та штучного інтелекту, кінематограф пропонує глядачеві альтернативну реальність, яку часто важко відрізнити від дійсності. Ця особливість кіно була покладена Дональдом Трампом в основу медійного феномену постправди, а використання ШІ та дипфейків несе реальну загрозу для політичних процесів.

Кінематограф з недавніх часів став інструментом стратегічних комунікативних операцій, основою створення віртуального простору. Він формує світогляд глядачів та інформаційний простір країн. Кінофестивалі входять в топ 10 тем новинних ресурсів, а інформація з життя акторів – тема номер один.

Серіали як один з напрямків кіноіндустрії, охоплюють найбільш політично активну громадськість – пенсіонерів та домогосподарок. Вони

сформували сучасний так званий кліповий спосіб мислення. На відміну від фільму, серіал діє довго (тижні, місяці, роки), створює звичку, формує не разову емоцію, а стійкі когнітивні та ціннісні установки**.** Серіал схожий на наше буденне життя за рахунок циклічності подій на екрані. Він закріплює нейронні патерни та створює відчуття «нормальності». В діалогах героїв все частіше зустрічаються обговорення політики та соціальних факторів. Це робить серіали надзвичайно ефективними у формуванні світогляду.

Серіали у XXI столітті перетворилися з форми масового дозвілля на один із провідних інструментів культурного та соціального впливу. На відміну від повнометражного кіно, серіали діють не через одноразовий емоційний ефект, а через тривале залучення глядача, повторюваність сюжетних структур і формування звички до регулярного перегляду. У цьому контексті серіал постає як середовище, здатне поступово формувати уявлення про соціальні норми, владу, мораль і політичну реальність. Повторюваний перегляд серіалів активує дофамінову систему винагороди, що сприяє формуванню звички та закріпленню нейронних зв'язків. Серіальний формат створює умови для формування зв'язків між глядачем і персонажами. Тривала емоційна взаємодія з героями сприяє внутрішньому засвоєнню їхніх цінностей, моделей поведінки та світоглядних позицій. Багатосерійна структура дозволяє накопичувати та посилювати емоційні реакції. Емоції, викликані серіалами, набувають хронічного характеру, формуючи емоційний фон, через який глядач сприймає соціальну та політичну реальність. В такий спосіб відбувається емоційне програмування. В Україні найбільш відомим політичним серіальним кейсом є трилогія «Слуга народу», яка зображає ідеального президента Голобородька. Вихід серіалу напередодні виборів 2019 року був вчасним маркетинговим рішенням. Не менш впливовим політичним серіалом можна вважати «Картковий будиночок», який повністю десакралізував так звану «велику політику». Отже, серіали виконують функцію неформальної

політичної освіти, моделюючи образи держави, інституцій влади, ворогів і героїв. На відміну від прямої пропаганди, серіали здійснюють повільний і малопомітний вплив, формуючи не конкретні політичні позиції, а загальні установки та емоційні реакції.

Кінематограф є також популярним в молоді, отже транслює певні цінності і для цієї складної аудиторії. Соціокультурний феномен серіалів, з рештою, трансформувався в контентний дизайн, коли новини та постійні прямі ефіри трансформувалися у нескінченний потік новинних серіалів.

Продакт плейсмент перетворився з комерційного інструменту на політичний. Всі так звані екшени, бойовики, політичні драми, містять посилання до політичних партій та окремих політиків [10]. Всі патріотичні фільми в обов'язковому порядку містять державний прапор, герб, портрет президента та національну символіку.

Голлівудський кінематограф формує майбутній порядок денний. Президентству Барака Обами передували такі світові шедеври як «Дворецький», «12 років рабства». Кар'єрному злету Гіларі Клінтон «Буря в пустелі», «Жінка-президент», «Хороша дружина», «Політикани», «Державний секретар», «Картковий будиночок». Дональд Трамп взагалі вважається продуктом кінобізнесу та сам знімався в багатьох голлівудських фільмах. Голівуд давно визнаний флагманом американських інформаційних стратегій. Так, відповідно до американського кіно, в результаті захоплення Землі інопланетянами або при виникнення будь-якої техногенної чи природної катастрофи виживуть тільки американці. Тільки американці можуть бути супергероями (Капітан Америка, Супермен, Бетмен, Джон МакКейн). Для фахівців зі зброї для того, щоб ознайомитися із новинками американської військової промисловості достатньо подивитися черговий блокбастер із Арнольдом Шварценегером чи Сильвестром Сталлоне. А сам Голлівуд та основна світова кінопремія «Оскар» стали моделлю соціальних відносин в США.

Росія: формування культу особи та путінської ідеології

Автор дослідження свідомо звертає увагу на дослідження російського інформаційного поля та стилю ведення пропагандистських інформаційних компаній з метою їх глибинного аналізу та напрацювання досвіду протистояння російським ІПСО.

За історією кінематографу можна відстежити історію людства та зміну соціальних наративів суспільства. Так в 10-30 рр. (часи Олександра Довженка, Григорія Олександрова, Михайла Рома та Сергія Ейзенштейна) через кінематограф напівграмотному населенню СРСР розповідали про революцію колективізацію: «Земля», «Арсенал», «Броненосець Потьомкін», «Звенигора», «Щорс», «Стачка», «Старе та нове», «Ленін у жовтні», «Хай живе Мексика». 30 – 40 рр. – зародження фашизму та культу особи Сталіна, часи стрічок про війну: «Три танкісти», «О шостій годині після війни», «Серця чотирьох», «Небесний тихохід», «Молода гвардія». 40-60 ті роки – це часи відновлення країни після страшної війни, часи відновлення країни, формування культу військовослужбовців: «Кубанські козаки», «Добровольці», «Іван Бровкін», «Іван Бровкін на Цілині», «Максим Перепелиця», «Летять журавлі» та інші. 60-70 роки – часи холодної війни, отже кінематограф активно формував образ ворога. Це часи появи «Рембо», «ТАРС уповноважений заявити…», «Червона жара» тощо.

В радянському кінематографі це час появи продуктів кінематографу, спрямованих на патріотичне виховання молоді. В 70-80х роках активними замовниками та спонсорами кіновиробництва були КДБ СРСР, Міністерство оборони та Міністерство внутрішніх справ. У вісімдесятих роках на противагу закордонним кіногероям, які почали проникати на закритий радянський ринок через мережу підпільних кіносалонів, прийшли радянські супермени: «Пірати XX століття», «В зоні особливої уваги», «Хід у відповідь» тощо. 90-ті роки позначилися зміною соціальних

настанов та вилив на екрани кінофільмів про бандитів та корумпованих міліціонерів. Перебудова та політика гласності, задекларована М. Горбачовим, частково скасували таке поняття як цензура та дозволила з екранів говорити про негативний бік радянського суспільства, що, з рештою, довершило розпад СРСР: «Холодне літо 53-ого…» «Злодії в законі», «Люба Олена Сергіївна», «Асса», «Голка», «Інтердівчинка» - ці фільми вважають ідеологічною диверсією, яка підірвала класичні настанови комуністичного кіно. Екрани 90-00х років заполонили бандитські серіали, які створили культ кримінального світу: «Бригада», «Зона», «Вулиця розбитих ліхтарів» та інше. В цей період активна пропаганда кримінального способу життя сформувала «нову еліту» так званої «братви», що відбилося на різкому збільшенні злочинності на пострадянському просторі.

Щодо кінематографу двохтисячних, то варто акцентувати увагу на те, що інформаційна війна Росії проти України почалася 34 роки тому, коли в російському кінематографі багатьох негативних героїв представляли образи українців (бандити в «Брат – 2», зрадники в «Ми з майбутнього» та «Ми з майбутнього – 2» та багатьох інших кінострічках). Негативне ставлення росіян до гастарбайтерів та громадян країн Середньої Азії знайшло своє відображення у двох комічних недоумкуватих персонажах Равшані та Джумшуді з серіалу «Наша Раша». Це були десятиліття приниження та знецінення інших націй.

Кінематограф – це інструмент політичного міфодизайну, спрямований на створення альтернативних фактів та реінтерпритацію історії. Ключовою ЦА для кінематографу в цьому аспекті є молодь, яка мало читає книжки, має низький рівень освіти. Зокрема, путінська влада почала процес зомбування населення з полегшення навчальних програм на рівні середньої освіти. Книжки почали зростати в ціні та піддаватися цензурі. Натомість, молоді запропонували кінофільми з готовими сенсами.

В середині 2010-х через приховані меседжі художнього кінематографу російська пропагандистська машина почала просувати альтернативну історію. Так, у фільмі «Матч» розповідалося про події початку окупації Києва та про так званий «матч смерті» між німецькими офіцерами та полоненими київськими динамовцями. У сценарії не тільки порушилася історична правда, а й всіх негативних персонажів грали українські актори. За сценарієм, їхні репліки були виписані українською мовою. «Позитивні» персонажі говорили виключно російською мовою та їхні ролі виконували російські актори. Втім, основною претензією щодо спотворення фактів є те, що історики Українського інституту національної пам'яті заперечують факт розстрілу футбольної команди «Динамо» через перемогу над німцями [11]. Справа в тому, що до Другої світової війни команда «Динамо Київ» належала спортивній секції НКВС і окремих футболістів розстріляли саме через належність до цієї структури. Ще один історичний міф був зображений у фільмі «28 памфілівців», який пропагував історію про бійців, які, начебто, зупинили наступ на Москву, що суперечить історичним документам. Подібна пропагандистка обробка глядача робиться для створення ілюзії непереможності росіян. І таких прикладів в російському кіно велика кількість.

Російська кіноіндустрія значною мірою залежить від державного фінансування, причому більша частина цих коштів зараз спрямовується на виробництво пропагандистських фільмів, зокрема про війну та "традиційні цінності". Кіно в Росії – це зброя масової ідеологізації. Варто зауважити, що напередодні анексії Криму та окупації Донецької та Луганської областей, наративи про «російські регіони» заходили саме через кінематограф. Дослідження показує, що будь-яке нововведення, в Росії впроваджується через кінематограф. Для цього створені спеціальні продюсерські агенції, співзасновниками є посадовці ФСБ РФ. Від 2025 року в кожному кінофільмі чи програмі в обов'язковому порядку має

міститися позитивно згадка про «сво». За останнє десятиліття в рази збільшилася кількість кіноконтенту про часи СРСР з реанімацією радянських цінностей. Питому частину сюжетів присвячено фантастичним історіям, коли герої дивним чином повертаються в радянські часи, що є не просто елементом ностальгії. Це ідеологічний міст між минулим та сучасністю. Власне, це повністю підтримує позицію керівництва РФ та є частиною гібридних стратегій.

Ще один цікавий приклад управління поведінкою громадян Росії. Нещодавно уряд РФ задекларував стратегію збільшення народжуваності. Першочерговим заходом була визначена боротьба з абортами. Відповідно, всі кіноконцерни тепер мають знімати контент, спрямований на боротьбу з перериванням вагітності. Прикладом такого кіно вважати фантастичну комедію «Мамі знову сімнадцять», героїня якого хоче в 17 років зробити аборт, але дивним чином потрапляє в майбутнє і зустрічається зі своїм сином. Разом з цим, вийшла низка документальних фільмів з реалістичними сценами абортів, які свідомо є травматичними для жіночої психіки і працюють на емоціях страху.

Протягом 2023-2024 років під час президентської виборчої кампанії, російські технологи активно застосували ресурс кінематографу. Тоді активно знімали мюзикли за мотивами народних казок, які мали підкреслювати традиційні цінності та національну ідентичність титульної нації. Кримінальна драма «Слово пацана. Перша кров» (розповідає про казанські кримінальні угрупування), мала показати, наскільки якісно покращилося життя росіян за роки правління Путіна порівняно з 1980-ми роками. Синхронно зі «Словом пацана», на екрани Росії вийшов серіал «НДР», який розповідає про роботу резидентури КДБ СРСР часів служби Володимира Путіна в Східній Німеччині. Серіал мав кілька сюжетних ліній, зокрема, факти з біографії основного кандидата в президенти. Третім виборчим серіалом Путіна був «Нюрнберг», в якому підкреслювалася

особлива роль Радянського Союзу в судовому процесі над нацистами. Варто зауважити, що цей серіал вийшов в прокат на фоні видачі Міжнародним кримінальним судом ордеру на арешт Володимира Путіна та Ольги Львової-Белової. Протягом 2022 – 2025 року російськими пропагандистськими кіностудіями було знято незліченну кількість художнього та документального кіно про Донбас, яке легалізує в очах громадськості «право Росії» на окуповану територію. Пропаганда надала готові рішення та мотиви про те, чому Росія захопила наші східні землі.

В цьому контексті варто зазначити, що Україна значно програє за кількістю та за якістю фільмів про Донбас. Одним із ключових творів у цій групі є фільм «Донбас» Сергія Лозниці (2018), який через форму новел демонструє абсурдність війни та руйнування моральних орієнтирів у просторі окупації. Війна постає не як героїчний конфлікт, а як середовище деградації, насильства й маніпуляції. Подібну логіку продовжує стрічка «Погані дороги» Наталії Ворожбит (2020), у якій війна показана крізь призму страху, приниження та асиметрії влади. Фільм фокусується на приватному досвіді, підкреслюючи психологічну та фізіологічну ціну війни для цивільних. Окреме місце посідає «Атлантида» Валентина Васяновича (2019), де Донбас зображено як постапокаліптичний простір після завершення бойових дій. Паралельно з антивоєнною оптикою розвивається націєтворчий дискурс, представлений, зокрема, фільмом «Кіборги» Ахтема Сеітаблаєва (2017). Стрічка формує образ сучасного українського воїна та виконує функцію символічної мобілізації, створюючи позитивний міф спротиву. У цьому ж ключі працює фільм «Іловайськ 2014. Батальйон "Донбас"» (2019), який апелює до колективної пам'яті про одну з найтрагічніших подій війни, поєднуючи елементи документалізму та драматичного наративу.

Українські фільми про Донбас є важливим інструментом культурного осмислення війни та її наслідків. Через різні наративні

стратегії, вони формують колективну пам'ять, впливають на емоційне сприйняття війни та беруть участь у процесі політичної й національної ідентифікації. Таким чином, кінематограф виступає не лише формою репрезентації реальності, а й активним учасником соціально-політичних процесів сучасної України. Тому подібних кіноробіт має створювати все більше. Україна потребує контенту про український та україномовний Донбас. Невеличка згадка про це є лише у фільмі «Заборонений» (2019), який присвячений біографії Василя Стуса і, зокрема, розповідає про його викладацьку діяльність на Донбасі.

Також необхідно зважити на той факт, що провідні діячі російського кінематографу, продукти яких донедавна дивилися українці, є ключовими діячами російської пропаганди. Зокрема, це Карен Шахназаров, Микита Міхалков, покійний Тігран Кеосаян, Володимир Машков (довірена особа Володимира Путіна, керівник одного зі штабів), а також інші інфлуенсери. За свою відверту україноφобську позицію, вони отримують керівні посади, фінансування на кіно та доступ до медіа. Подібне явище можна назвати ефектом Лені Ріфеншталь, яка була особистою режисеркою Адольфа Гітлера. Вона відома як авторка документальних фільмів «Тріумф волі» та «Олімпія». Ріфеншталь не просто фільмувала кожний крок диктатора, а створювала його публічний імідж, за що отримувала щедру винагороду.

Також в дослідженні було виявлено, що більшість акторів, які підтримували Україну, або виїхали за кордон, або були заарештовані, або втратили доступ до роботи.

Загальні бюджети на культуру та кіно в Росії у 2025 році перевищують 230 мільярдів рублів. Це не просто інвестиції в культуру. Це інвестиції в скрепні цінності.

Серед ключових аспектів фінансування можна відмітити:

- за оцінками, 70-90% бюджету більшості російських фільмів походить від держави, отже є частиною національної комунікаційної політики;
- зростання фінансування пропаганди: фінансування фільмів про війну з 2022 року зросло у 3,5 рази. У 2025 році Міністерство культури РФ профінансує 140 художніх фільмів, більшість з яких є пропагандистськими;
- основними джерелами є Міністерство культури, Фонд кіно та Інститут розвитку інтернету (IPI), причому останній часто використовується як інструмент пропаганди [12].

З хороших аспектів можна виділити те, що так зване «патріотичне кіно» часто провалюється в прокаті через надмірну заідеологізованість. Але ці фільми часто створюються для прокату за кордоном та для фестивальних показів. На просування російських фільмів за кордоном через компанію "Роскіно" у 2025-2027 роках планується виділяти по 150 мільйонів рублів щорічно. Росія використовує цей інструмент для посилення пропаганди на території Європи. Так одним з фестивальних фільмів на фестивалі в Талині року було обрано роботу «Глухі коханці» про любов між українкою та росіянином із вадами слуху, які зустрілися в Стамбулі під час повномасштабного вторгнення. Так само на фестиваль в Цюріху 2024 року, Росія подала документальний фільм «Росіяни на війні». Для Центру протидії дезінформації, Міністерства культури та Міністерства зовнішніх справ важливо вчасно ідентифіковувати появу таких робіт з метою блокування їхньої появи на фестивалях та санкційного тиску на кіновиробників.

В період повномасштабного вторгнення, росіяни суттєво збільшили частку документального «воєнкорівського» продукту, який є у вільному доступі в You tube.

Висновки. На прикладі Сполучених Штатів Америки ми бачимо зрощення політики та кіноіндустрії. З одного боку, це допомагає в досягненні політичних цілей. З іншого, призводить до поляризації та радикалізації суспільства. Приклад Російської Федерації показує, як легко людська свідомість піддається маніпулятивному впливу великого метру, який повністю залежить від державних дотацій. Властивість російського суспільства вірити тому, що відбувається на кіноекрані, необхідно використовувати для дискредитації та повалення кремлівської влади через створення відповідного контенту та розміщенню його на доступних для росіян ресурсах. Для цього необхідно задіювати весь арсенал форматів: від shorts до серіалів. Також необхідно збільшити кількість кіноконтенту про справжній український Донбас. Особливої актуальності ця тема набуває на фоні тиску на Україну щодо територіальних поступок Росії. Саме такий контент має репрезентувати Україну в світі з проукраїнським порядком денним.

Також необхідно вживати подальших заходів для блокування доступу до російського пропагандистського контенту. В результаті дослідження можна порекомендувати постійний моніторинг російської кінопродукції для подальшого її блокування на території України, Європи та світу.

Відповідальні держструктури мають ретельно відслідковувати, який продукт росіяни представляють на світових кінофорумах. Російський кінопродукт на світовому ринку має бути зведений до мінімуму і не потрапляти в поле зору світової громадськості через свою маніпулятивність.

Література

1. Бабак М. Документальне кіно як інструмент політичного та комерційного PR: український та закордонний досвід». *Міжнародний науковий журнал.* 2015. URL: http://www.inter-nauka.com/issues/2015/6/346 (дата звернення: 01.12.2025).

2. Бабак М. Кінополітика: приховані змісти сучасного кіно в контексті політичних PR-комунікацій. *Новинний контент аудіовізувальних мас-медій в соціальному вимірі : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Київ, 5 квітня 2017 р.). : Інститут журналістики, 2017. С. 29-33.

3. Harold D. Lasswell. Propaganda Technique in the World War. URL: https://books.google.com.ua/books?id=_XESEAAAQBAJ (дата звернення: 01.12.2025).

4. Lippmann, W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company. 1922.

5. З. Кракауер Від Каліґарі до Гітлера - психологічна історія німецького кіна. Грані-Е, 2009 р. 384 с.

6. Hugo Münsterberg. The Photoplay: A Psychological Study. URL: https://archive.org/details/photoplaypsychol00mnrich/page/n5/mode/2up. (дата звернення: 01.12.2025).

7. Hebb D. O. The Organization of Behavior: A Neuropsychological Theory. New York: Wiley. 1949.

8. Hasson U., Nir Y., Levy I., Fuhrmann G., Malach R. Intersubject synchronization of cortical activity during natural vision. *Science.* 2004.

9. Hasson U., Landesman O., Knappmeyer B., Vallines I., Rubin N., Heeger D. J. Neurocinematics: The neuroscience of film**.** *Projections*. 2008. 2(1).

10. Калініна М. Політичний PR. Том 1. Навчальний посібник. Київ, 2021. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/navch/politpr.pdf (дата звернення: 01.12.2025).

11. Український інститут національної пам'яті. 1942 – у Києві відбувся міфологізований радянською пропагандою футбольний "Матч смерті". URL: https://uinp.gov.ua/istorychnyy-kalendar/serpen/9/2372 (дата звернення: 01.12.2025).

12. UNN. Russia to finance 140 feature films. Most of them propaganda. URL: https://unn.ua/en/news/russia-to-finance-140-feature-films-most-of-them-propaganda-cpj (дата звернення: 01.12.2025).