

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук та соціальних технологій
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь—бакалавр

на тему:

**"ЯВНІ ТА ПРИХОВАНІ ПРО-ВОЄННІ ДИСКУРСИ У
РОСІЙСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ, СТВОРЕНОМУ ДО 2022-ГО РОКУ, ЯК
ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СХВАЛЬНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ВІЙНИ
ПРОТИ УКРАЇНИ"**

Виконала: студентка 4-го
року навчання спеціальності
054 «Соціологія»
Машляківська Христина Максимівна

Керівниця: Черниш Т. Г., PhD, доцентка
кафедри соціології НАУКМА

Рецензентка: к. соц. н., ст. викладачка
Прохорова Анна Андріївна

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою «_____»
Секретар ЕК: _____
«___» _____ 2023 р.

Київ—2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади про-воєнних дискурсів	5
1.1. Кінематограф як засіб/канал впливу на суспільство	5
1.2. Характеристики про-воєнних дискурсів у пропаганді	8
1.3. Характеристики російської інформаційної кампанії проти України на прикладі попередніх досліджень	16
РОЗДІЛ 2. Про-воєнні ДИСКУРСИ у російському кінематографі	24
2.1. Методологія дослідження	24
2.2. Явні про-воєнні дискурси у російському кінематографі	27
2.2.1. Нормалізація жорстокості	29
2.2.2. Нетерпимість	31
2.2.3. Власна могутність та велич (історичний)	33
2.2.4. Дискурс Великої Вітчизняної війни	36
2.3. Приховані про-воєнні дискурси у російському кінематографі	39
2.3.1. Влада як найвища цінність	40
2.3.2. Уникнення/пом'якшення відповідальності	42
2.3.3. Пасивність та невмотивованість	44
Висновки	48
Використані джерела	51

ВСТУП

Початок повномасштабного російського вторгнення в Україну у 2022-му році супроводжувався небувалою агресивністю та жорстокістю загарбників, спрямованою як на військових, так і на цивільних людей. Однак, попри широке висвітлення у медіа та доступ до матеріалів та доказів, що ілюструють всю несправедливість та кривавість військових дій їхньої країни, серед більшості росіян побутує підтримка війни. За даними незалежної соціологічної організації «Левада-центр», 74% росіян підтримують дії російської армії в Україні, більш того – роблять це з ентузіазмом («Левада-центр», грудень 2022 рік). Підтримку жорстокості у ставленні до українців можна також простежити у численних коментарях та висловлюваннях на новинних сайтах та чатах в інтернеті, де цивільні росіяни висловлюють підтримку агресії та різних протиправних дій, а також заохочують один одного до жорстокого поводження у ставленні до українців та подеколи інших народів.

Інформаційна війна є важливим елементом війни збройної та спрямована як на людей за кордоном, так і на громадян своєї країни. Підготовка власного населення до військових дій щодо іншої країни, нормалізація насильства на побутовому рівні, розмивання межі добра та зла забезпечують підтримку народом дій влади, навіть якщо ті і є жорстокими та невиправданими. Із вищезазначеного можемо робити припущення про успішність такої «обробки» росіян. Як зазначав військовий кореспондент Євген Ерліх у програмі «Радіо Свобода»: «Російське суспільство не розуміє, що таке військові злочини, це не проговорюється»¹ (ефір за січень 2023 року). Попри те, що пропаганда зазвичай транслюється із багатьох джерел водночас, доцільним є аналіз кінематографу, як одного із найдоступніших та наймасовіших її каналів (особливо у країнах із тоталітарним ладом).

Кінематограф також краще підходить для пошуку прихованих про-воєнних дискурсів, адже не несе у собі безпосередньої політичної забарвленості (на відміну

¹ Тут і надалі авторський переклад із російської мови

від, наприклад, новин та ток-шоу) та створюється перш за все із розважальною, неформальною метою. Його вплив є непомітнішим та від цього не менш дієвим. Отже **актуальність цього дослідження** зумовлена необхідністю дослідження російського художнього кінематографу, як одного із впливових чинників формування у росіян схвального ставлення до війни з Україною на тлі продовження агресії та її підтримки населенням рф.

Об'єктом дослідження є російські фільми, зняті до 2022-го року.

Предметом дослідження є явні та приховані про-воєнні дискурси у російських фільмах, знятих до 2022-го року.

Мета дослідження полягає у виокремленні явних та прихованих про-воєнних дискурсів у російських фільмах, знятих до 2022-го року.

Для досягнення цієї мети, необхідним є виконання наступних **завдань дослідження**:

1. Обґрунтувати важливість кінематографу як засобу формування політичної свідомості та каналу пропаганди серед суспільства
2. Систематизувати ознаки та характеристики про-воєнних дискурсів у пропаганді загалом
3. Узагальнити характеристики та підходи російської анти-української інформаційної кампанії
4. Виокремити явні про-воєнні дискурси у російських фільмах, знятих до 2022-го року
5. Виокремити приховані про-воєнні дискурси у російських фільмах, знятих до 2022-го року

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРО-ВОЄННИХ ДИСКУРСІВ

1.1. Кінематограф як засіб/канал впливу на суспільство

Культура та політика є пов'язаними поняттями, які впливають один на одного. Через культуру та художню творчість можливим є вплив на суспільство, формування громадської думки та просування необхідної для влади адженди. Серед інших засобів масової комунікації із суспільством, окремої уваги заслуговує кінематограф, який, на відміну від інших (телебачення, преса, інтернет), нечасто розглядається як дієвий інструмент формування політичної свідомості (Кацуба, 2013, с. 137). Політичну свідомість можна визначити як «сукупність поглядів і настанов, що характеризують ставлення людей до держави, партій, суспільно-політичних організацій, політичних цінностей і цілей розвитку, традицій і норм політичного життя» (Бебик, 2004, с. 230). Тобто, це ті установки у свідомості людей, що регулюють їхнє політичне життя, ставлення до суспільного ладу та подій, визначають сприйняття політичної реальності у певний спосіб. Здатність впливати на політичну свідомість людей є здатністю впливати на політичну та суспільну поведінку як окремої людини, так і народу. Засоби масової інформації, частиною яких є кінематограф, у цьому грають важливу роль, адже первинне формування політичної свідомості (у підлітковому віці) через політичну соціалізацію співпадає із часом, коли основним джерелом цієї самої соціалізації є ЗМІ. Однак на відміну від інших засобів масової комунікації, кінофільми справляють свій політичний вплив у набагато неочевидніший та прихованіший спосіб, адже позиціонуються як просте та розважальне видовище, а не як інформаційно-навантажене та виховне (Кацуба, 2013, с. 139). Привабливість кінематографа для публіки полягає також у тому, що воно об'єднує відразу декілька комунікативних систем та засобів (наприклад візуальний ряд, звуки, сюжет, побудова кадру, монтаж) і у комплексі впливає на емоції та переживання, відчуття емпатії. Як наслідок - має доступ до підсвідомого пласту свідомості

глядача, тож людина засвоює інформацію, навіть цього не усвідомлюючи (Авер'янова, 2017, с. 62, Кацуба, 2013, с. 141-142).

Кінематографу властива міфологічність та образність. Він документує об'єктивну реальність, яка є обставинами та умовами його створення, але, водночас, продукує свою власну, нову реальність, що наповнена міфами. Важливим є те, хто і з якими намірами вкладає певні міфи, адже якщо кіно «перебуває в залежності від всесильного замовника, продукує міфи, потрібні цьому замовнику» (Брюховецька, 2011, с. 10-11). Необхідні міфи можуть продукуватися із комерційною, політичною, суспільною метою, що не завжди є позитивним явищем. Кіно також «дає ілюзію реального життя на екрані» (Так само, с. 16). Мається на увазі, що, попри потенційну уявність та фантастичність того, що відбувається на екрані, людині, однак, здається, що обставини, герої та стосунки є справжніми, змальований світ є реалістичним. Внаслідок цього, стає набагато легше асоціювати себе із «новою реальністю», героєм, переймати цінності та дискурси, які кіно пропагує. Особливо актуальним цей «ефект реальності» є у випадку, якщо справжня дійсність є для людини гнітючою та непривабливою, у неї закономірно виникає бажання «втекти» та відчувати щось краще. Кінематограф стає своєрідним заміномником реальності, сублімацією власних негараздів, який людина пасивно сприймає, не обдумуючи. Саме завдяки такій «наївності», глядачі кіно стають потенційними легкими жертвами політичних маніпуляцій (Так само, с. 16-18, Кацуба, 2013, с. 141).

Іще одна важлива особливість кінематографу полягає у тому, що «він формує лише політичні макрообрази» (Кацуба, 2013, с. 142). За рахунок довгого часу виробництва, кіно не може «наздоганяти» поточні мікросоціальні події, тож відображає лише загальні та базові політичні установки, без прив'язки до конкретних подій. Завдяки цьому, «фільми, які висвітлюють певні історичні події, за рахунок згаданих вище психологічних механізмів впливу, часто неусвідомлено розглядаються глядачем, не як кіно про історію, а як власне історія як така.

Особливо потужним такий вплив є на малоосвічені верстви населення, які є мало обізнаними з національною і світовою історією. Для таких людей кінематограф просто пише історію з чистого аркушу» (Так само, с. 143). Тобто, для людини вигадана (часто із корисливою метою) історія стає єдиною правильною реальністю, яка і формує уявлення про минуле, теперішнє та майбутнє.

Кінематограф також здатен стандартизувати звички та погляди людей, таким чином їх усереднюючи. Мається на увазі, що фільми у першу чергу відображають та ретранслюють уже існуючі настрої, тенденції та погляди у суспільстві, замість того, щоб стимулювати утворення якихось альтернативних нових (Бернейс, 2021, с. 202-203). Отже, при аналізі кінематографа можна виходити із припущення, що трансльовані ним дискурси тою чи іншою мірою уже підтримуються суспільством, або, принаймні, є йому близькими та зрозумілими.

Іще однією тривожною особливістю виступає пов'язаність жорстокості та насильства, трансльованих через кінематограф, із аналогічними діями у реальному житті. (Авер'янова, 2022). Важливо також, що «кінематограф, як у минулому, так і нині, досить часто презентує навколишній світ як зону небезпеки, де людське життя не становить цінності, де саме вбивство та жорстокість допомагають успішно вирішити будь-який соціальний конфлікт. Насильство на екранах провокує глядачів, особливо молодь, до аналогічної поведінки в реальному житті, такі фільми формують у людей жорстокість, агресивність і цинізм» (Так само, с. 283). Внаслідок такого «проникнення» насильства через розважальні художні фільми, воно «проникає» у повсякденне життя, норми та ціннісні орієнтації глядачів. Завдяки вищезазначеним особливостям, кінематограф особливо активно використовувався тоталітарними режимами для утвердження своєї влади та зміни політичної свідомості населення у необхідному їм напрямку. Наприклад Третій Рейх використовував художній кінематограф для ствердження ідей нацизму та націоналізму, проводячи таким чином «обробку» свого населення, щоб схилити його до підтримки існуючого політичного режиму. За час існування, у Третьому

рейху було випущено 1097 художніх фільмів, кожен десятий із яких містив буквальну політичну пропаганду (Прасюк, Пастух, 2016).

Радянський союз також усвідомлював важливість кіно як засобу політичного маніпулювання, використовуючи його спершу для популяризації ідей соціалістичного реалізму, а пізніше для відвертої анти-американської пропаганди (Jowett, O'Donnell, 2012, с. 115)

Підбиваючи підсумки, художній кінематограф варто вивчати як засіб впливу на суспільство через:

- Його популярність, доступність та повсюдність як мистецтва, засобу масової інформації та розваги
- Його маловивченість, порівняно із іншими аналогічними засобами масової інформації у цій сфері
- Прихований, непомітний та неочевидний характер його повідомлень, через що ті стають ще небезпечнішими
- Апеляцію до емоцій глядачів, внаслідок чого повідомлення «відкладається» у підсвідомості, без їхнього відома
- Політичної заангажованості, внаслідок залежності вкладених «міфів» від того, хто із з якою метою їх створює
- Легкості засвоєння цінностей та дискурсів за рахунок ефекту «підміни реальності» у глядачів
- Відображенню кінематографом уже наявних та підтримуваних ідей у суспільстві
- Ефективність кінематографа як засобу нормалізації та пропаганди насилля

1.2. Характеристики про-воєнних дискурсів у пропаганді

Однією із складових частин будь-якої збройної війни є інформаційна її частина, що має готувати передумови для її початку та умови для її продовження. Ідеться про так звану інформаційну війну, що стала особливо актуальною у час повсюдної

глобалізації та поширення засобів масової комунікації. Інформаційна війна - це «дії, розпочаті для досягнення інформаційної переваги в інтересах національної стратегії та здійснювані шляхом впливу на інформацію й інформаційні системи противника з одночасним захистом власної інформації і своїх інформаційних систем» (Бульбенюк, 2019, с. 22-23).

Інформаційна війна є небезпечною завдяки своїм відмінностям від війни збройної: нетиповості, непередбачуваності, складністю виявленням структури протистояння та її елементів, які навпаки приховуються або підміняються (Череватюк, Бойко, 2021). Вдала інформаційна війна дотримується відповідної стратегії, що складається із кількох етапів. Спершу, визначається її головна мета: консолідація, заспокоєння, залякування, невдоволення або протести. Мета (подібно до наукового дослідження) конкретизується у завданнях: підготовці, поширенні та збиранні контенту, який має сприяти виконанню мети, визначення цільових груп повідомлень заради кращого пристосування продуктованих повідомлень (закликання до певних речей або їх констатування). Визначаються також канали комунікації та засоби роботи: чи буде це робота на чужих (інформаційних) майданчиках, чи на своєму, чи на обох водночас (Курбан, 2016, с. 64-71). Також «важливе значення має системність формування ідеологічних складових» інформаційної війни (Так само, с. 71-72). Серед завдань маніпуляцій інформаційної війни можна окреслити:

- Привнесення в індивідуальну та суспільну свідомості ворожих та шкідливих для них ідей
- Привнесення дезорганізованості та дезінформації з метою заплутування ворога
- Послаблення деяких уже існуючих переконань та установок
- Залякування свого населення образом ворога
- Залякування ворогів власною величчю (Малик, 2015).

Усі завдання інформаційної війни у підсумку, однак, зводяться до допомоги та супроводу у досягненні бажаних результатів війни збройної, саме її головної мети. Інформаційні війни зазвичай ведуться за певною схемою, що має на меті упевнитись у тому, що бажаний вплив на населення буде створено. Така базова схема включає у себе:

- Інформаційне перевантаження, тобто створення величезної кількості побічної інформації, у якій стає важко орієнтуватися та знаходити правду
- Дозування інформації, тобто використання лише тих її частин, що допомагають у досягненні мети інформаційної війни та ігноруванні тих частин, що меті протирічать
- Подача неправдивої інформації з метою викривлення об'єктивної реальності
- Зниження правдоподібності інформації за рахунок додання у неї чуток та міфів, що не є підтвердженими
- Відтягування часу з метою висвітлення явища поза його часовою прив'язкою (Стадник, 2016, с. 117).

Засобом інформаційної війни є пропаганда – форма комунікації, спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції та формування обраного результату суспільної думки (Шпилик, 2014, с. 180). Пропаганда, серед іншого, створює для людей своєрідний «альтернативний світ», у якому діють інакші цінності, правила та звичаї, які є вигідними для досягнення певної політичної мети (наприклад війни). Пропаганда прагне за будь-яку ціну мати монопольний вплив на людську свідомість, пропонуючи та наголошуючи лише на одній правильній ідеології, якої треба дотримуватись. Цей ефект досягається за допомогою тиску на людей (із використанням уже існуючих стереотипів та установок): нагнітання негативних настроїв, ворожості, нетерпимості, жорстокості, відчуття тривоги та страху у свого населення. Будь-який (навіть

неочевидний) зразок пропаганди містить у собі ідеологію, заклик до певної поведінки, засвоєння певних звичаїв (Вітюк, 2019, с.31-32).

Пропаганда може бути агітативною, тобто закликати людей до якихось активних дій або патерну поведінки, або інтегративною – спрямованою навпаки на заспокоєння, притлумлення пильності та пасивність аудиторії. Джоветт та О'Доннелл розрізняють також білу, сіру та чорну форми пропаганди. Біла пропаганда базована на достовірних джерелах та дійсній інформації, вона має на меті побудувати із глядачем довірливі стосунки, переконати у правдивості та правильності того, про що ідеться, відсилаючи до раціональних аргументацій. Чорній пропаганді властиві використання неправдивих свідчень, фабрикацій, відвертої брехні, приховування своїх джерел. Вона має відверто маніпулятивний характер, водночас будучи дуже креативною у своїх формах та проявах. Нарешті сіра пропаганда є своєрідним поєднанням двох попередніх. Правдивість такої інформації та достовірність її джерел знаходяться під питанням. Сіра пропаганда не обманює глядача буквально, але вдало «жонглює» необхідними її уривками, часто виставляючи щось за правду, підкріплюючи тези ненадійними та упередженими джерелами (Jowett, O'Donnell, 2012, с. 17-23). Особливостями пропаганди є наступні характеристики:

- Вона здатна функціонувати лише у конкретному сучасному контексті
- Звертається водночас до індивіда та до мас, виходить із того, що індивід є частиною більшого суспільства та поділяє його характеристики
- Її тотальність, повсюдність, використання всіх доступних ресурсів, каналів та форм
- Її тривалість і неперервність у часі, здатність продовжуватися протягом довгого часу, щоб не дати людям шансу «вийти з бульбашки»
- Має бути прив'язаною до конкретних дій/поведінки

- Апелює до почуттів та психологічних процесів, але, водночас, і до логіки та розуму
- Намагається «переписувати» глибинні установки, цінності та моралі, привчити людину до певних міфів, стимулів та реакцій (а не вплинути на якесь короткочасне рішення чи подію)
- «Будує» себе на базі уже наявних обставин, почуттів, ситуацій, часового періоду (як індивідуальних, так і колективних) (Ellul, 1973, с. 3-48)

Можна виділити також особливі засоби, за допомогою яких пропаганда оперує:

- Обзивання – присвоєння чітких образливих та принизливих ярликів, що збільшують асоціативну впізнаваність образу надалі
- «Блискучі узагальнення» - використання «гучних» слів, що суспільством сприймаються позитивно (свобода, права, віра, демократія, тощо)
- Передача – перенесення поваги та довіри від чогось одного до іншого, щоб його поважали також
- Відгук – створення зв'язку між позицією пропагандистів та конкретною інституцією/особою, що її транслює, що збільшує довіру населення
- «Прості люди» - представлення керуючої влади як простих людей, що ціннісно та образно є близькими до населення
- «Накладання карток» - навмисне надмірне або недостатнє наголошення на певних істинах, аби підкреслити одні та відволікти від інших
- «Потяг гурту» - подача інформації (навіть неточної та суперечливої) таким чином, щоб складалося враження про її доконаність та сталість, цим самим змушуючи людей її приймати та «слідувати за натовпом» (Scriven, 2015, с. 397)

У своїй праці *Mein Kampf* Гітлер також пропонував уникати абстрактних ідей на противагу до емоцій, постійно повторювати лише кілька ідей, використовуючи стереотипи та уникаючи об'єктивності, докладати ваги лише до однієї сторони

аргументу, постійно критикувати ворогів країни, а також виділяти єдиного конкретного ворога для приниження та звинувачення (Jowett, O'Donnell, 2012, с. 240).

Пропаганда може мати на меті формування ставлення до багатьох речей, зокрема і до людських цінностей та переконань. Одним із таких аспектів є пропаганда війни, яка, будучи комплексним та складним явищем, вимагає зміни зразу багатьох установок та переконань людей. Як зазначав Олішевський: «Пропаганда війни може виступати складовою інформаційної війни, бути підготовчим етапом воєнного конфлікту та супроводжувати воєнні дії» (2017, с. 119). Мається на увазі, що поруч із безпосередніми змінами у суспільстві, які передбачає війна (зміна державного фінансування, правових статусів та ладу у країні, тощо), важливим є також інформаційна «обробка» населення, яке має із «власної» волі підтримувати такі зміни, або, принаймні, їм не противитись, спрощуючи тим самим роботу держави у цьому напрямку.

Гарольд Ласвел (Lasswell) на основі аналізу військової пропаганди часів Першої світової війни сформував наступні фактори такої вдалої інформаційної кампанії:

- Провину за контекст і причини війни треба швидко перекласти на ворога
- Потрібно проголосити єдність людей завдяки їхній спільній історії, богообраності, а також неминучість їхньої перемоги
- Метою війни мають бути оголошені загальнокультурні ідеї: мир, свобода, безпека
- Поширювати приклади безчестя ворога, що будуть зайвий раз підтверджувати його провину у війні
- Неприємні новини мають оголошуватися брехнею ворога, щоб запобігти песимістичним настроям
- Потрібно висвітлювати жахливі історії, які б дегуманізували ворога та виправдовували таким чином жорстокість до нього (Bernays, 1942, с. 236)

Анна Мореллі (на основі праці Артура Понсонбі) сформувала також наступні узагальнені «10 заповідей пропаганди» у військовий час:

- Ми не хочемо війни
- Інша сторона винна в тому, що війна розпочалася
- Ворог – це обличчя диявола
- Ми захищаємо благородну мету, а не корисливі цілі
- Ворог систематично скоює злочини, ми ж припускаємось ненавмисних помилок
- Ворог використовує заборонену зброю
- Ми маємо невеликі втрати, втрати ворога – величезні
- Нас підтримують представники культури, інтелігенція
- Наша мета – священна
- Всі, хто сумнівається у нашій пропаганді, – зрадники (Чуранова, 2015, с. 171).

Можна зробити висновок, що головний принцип даних «заповідей» полягає у полярній абсолютизації, тобто приписуванні абсолютних негативних якостей ворогу та абсолютно позитивних якостей собі. Військові дії своєї сторони виправдовуються усіма методами, ворожої – засуджуються.

Таке однозначне розмежування «своїх» та «чужих» спрощує для людей сприйняття військового конфлікту та приглушує потенційне співчуття до ворогів. Недаремно в умовах військових конфліктів посилено експлуатуються образи абсолютних «героїв» та «ворогів». «Герой» є абсолютно позитивним, до деталей продуманим персонажем, моделлю, навколо якої люди мають гуртуватися заради спільного наслідування презентованих рис та поведінки. «Ворог» же, навпаки, є доволі абстрактним і неповним образом, що складається виключно із своїх негативних нелюдських та низьких рис. Щодо ворога застосовуються образливі, принизливі та дискримінаційні ярлики, що мають зайвий раз підкреслити його

відмінність та безликість, пробудити злість, яка б і гуртувала людей до боротьби. В обох випадках для опису використовується емоційно забарвлена лексика та яскраві характеристики, а сам образ експлуатується і надалі, з часом інколи набуваючи сакрального значення (Вітюк, 2019, с. 33-34).

Філіп Найтлі (Phillip Knightley) пропонує 3 стадії підготовки нації до майбутнього військового конфлікту:

- Стадія «Криза» - привернення уваги публіки до конфлікту та того факту, що мирними методами (наприклад переговорами) його розв'язати неможливо, залишаючи таким чином опцію лише для військового втручання. Наголошується на тому, що війна уже близько, вона є неunikною
- Стадія «Демонізація ворожих лідерів» - звернення до крайніх емоційних характеристик (наприклад божевілья) для їх опису, наголошення на повній неспроможності правильно діяти. Порівняння із іншими негативними символами (Гітлер), які гарно відомі публіці. Таким чином негативні емоції натовпу легше сфокусувати, адже вони зосереджуються навколо конкретних людей, які стають символами
- Стадія «Демонізація простих людей» - детальне змалювання їхньої жорстокості та варварства, часто на конкретних окремих прикладах, що потім екстраполюються на усе населення. Причому історії можуть бути як правдивими, так і вирваними із контексту або повністю підробленими. Важливим є лише викликання стійких негативних емоцій у свого народу, щоб у подальшому легітимізувати військові дії до «варварів» (Knightley, 2001).

Підбиваючи підсумки, про-воєнні дискурси у даній роботі визначаються як ті аспекти зовнішньої або внутрішньої пропаганди, що сприяють формуванню, підтриманню та просуванню у суспільній свідомості ідей прославлення або нормалізації війни, її елементів або супутніх із нею процесів. Їх можна умовно

поділити на ті, що спрямовані у першу чергу на власний народ, на народ-ворог та на треті сторони, що не є безпосередніми учасниками конфлікту.

Спрямовані на власний народ дискурсами є: проведення абсолютної поляризації між «своїми» та «чужими», виправдання та «освячення» власних дій, залякування образом ворога та кризами, переконання у необхідності вирішення конфлікту зброєю (а не альтернативними засобами), усталення майбутньої (або теперішньої) війни як факту, мобілізація і згуртування людей на фоні ненависті, внесення непевності.

Спрямовані на ворога дискурси - це залякування власною могутністю та майбутніми негараздами, спроби підриву довіри до владних інституцій, перекладання відповідальності на ворога, дезорганізація.

Нарешті, дискурсами, що спрямовані на треті сторони, є переконання у законності та легітимності своїх військових дій (із одночасним переконанням у незаконності дій ворога), провокування тривоги через можливий негативний вплив війни на треті сторони, заплутування і фабрикування інформації із метою ускладнення пошуку істини.

1.3. Характеристики російської інформаційної кампанії проти України на прикладі попередніх досліджень

Попри те, що у фокусі даного дослідження знаходиться розгляд перш за все художнього кінематографу, як засобу про-воєнної пропаганди та саме його особливостей, важливим є також розуміння контексту та місця цього різновиду поміж інших альтернативних джерел впливу. Доречним є також виділення особливостей російської пропаганди, які були виділені у дослідженнях інших авторів, тих висновків, до яких вдалося дійти їм. Для цього здійснено огляд декількох робіт, результати яких надалі можна буде порівняти із напрацюваннями даного дослідження.

Владислав Ковалецький у статі «Взаємосприйняття українців і росіян крізь призму систем програмування соціальної поведінки» проводив вторинний аналіз

результатів досліджень українських та російських інституцій, задля вивчення громадської думки України та рф (Ковалецький, 2015). Найпершою його знахідкою був той факт, що, попри взаємну кореляцію ставлень один до одного залежно від часу та подій у країнах, стабільною залишалась тенденція, за якої ставлення росіян до українців було на порядок нижчим, аніж аналогічне ставлення українців до росіян. Такі обставини уже дають натяк на наявність нерівномірно спрямованої пропаганди «в один бік». Автор пояснює таку різницю ставлень багаторічним «агресивним інформаційним простором» рф, який спотворює, применшує, перебріхує українські образи у спільній історії, а також незахищеністю та недієвістю українського медіа-простору супроти такого натиску (Так само, с. 292-293). На думку В Ковалецького, рф систематично формувала із України образ архітипічного ворога, який пов'язаний із визначеними «чужими» - «Заходом», «Америкою». Водночас рф постає у образі «жертви», проти якої спрямовані сили і України, і колективного Заходу (Так само, с. 294-296).

Рапорт Центру передового досвіду в галузі стратегічних комунікацій НАТО (NATO StratCom Centre of Excellence) аналізував російську інформаційну кампанію, що здійснювалася від третього Вільнюського саміту Східного партнерства (28-29 листопада 2013 року) до анексії Криму (16 березня 2014 року). Перш за все визнається той факт, що російські медіа (а отже і продукування необхідних наративів) існують під впливом влади, а також того, що результатом цієї інформаційної кампанії стали конкретні агресивні дії стосовно України. Інформаційна кампанія рф була зарання та ретельно спланованою, посідала вирішальне місце у фактичних подіях, а також використовувала фальсифікації та неправдиву інформацію задля підтвердження необхідних тез. Просування необхідних наративів значною мірою базувалось на історичній пам'яті (тобто відсилає до «величних» періодів у історії рф та прилеглих країн), на ідеї повернення колишніх здобутків у вигляді іще одного об'єднання країн колишнього СРСР. Російська влада повністю усвідомлювала важливість та

результативність впливу ЗМІ на політичну свідомість людей, тож активно користалася цим засобом (Osborne та інші, 2015). Дослідженням були виділені декілька головних «стратегічних наративів»:

- Наратив незакінченості/мобілізаційний зосереджувався на вірі у те, що «фашизм» ще не переможено до кінця, він продовжує жити в Україні у вигляді нео-нацистів «бандерівців», отже необхідно знову з ним боротися спільними зусиллями
- Культивування тривоги та страху за майбутнє України у зв'язку із віддаленням від рф, а також фізичної загрози із боку націоналістів-радикалів для російськомовного населення
- «Сутичка цивілізацій» (ідеологічна, ціннісна), у якій Україна має бути на боці рф у протистоянні США та Європі
- «Україна є центральною для Євразії», полем протистояння рф та Заходу, а не самостійним «гравцем» цього процесу
- Українці та росіяни (а також інші слов'янські народи) є одним народом, що поєднані «російським світом» географічно, культурно, історично та мовно
- Українці не є незалежною національністю і потребують «старшого брата» у вигляді рф для захисту та підтримки, адже самі по собі є меншовартісними
- Захід є розділеним, нескооперованим та не переслідує спільні інтереси. Він не переймається і не потребує України, а його цінності та установки є ідеологічно чужими що для України, що для рф
- Дії рф є легітимізованими, законними та правильними (на відміну від дій того ж НАТО, Європи, США та України) (Так само, с. 16-21)

Організація «Інтерньюз-Україна» (NGO Internews Ukraine) у книзі «Слова та війна: Україна стикнулася із російською пропагандою» (Words and Wars: Ukraine facing Kremlin Propaganda), за допомогою експертних інтерв'ю та власного аналізу контенту, аналізувала досвід боротьби України із пропагандою рф (Babak та інші,

2017). Одними із найголовніших тез цього дослідження є наступні: 1). Російська пропаганда має глибокі корені, що сягають іще радянського часу; 2). Не маючи змоги запропонувати свій власний сучасний наратив, вона звертається до оскарження наративів Заходу; 3). Проблема російської пропаганди полягає не лише у розповсюдженні відверто фальшивих новин, а і прихованих напів-мілітарних засобах. Дослідженням виділено такі наративи у російській пропаганді:

- Україна є «провальною» країною, що не може підтримувати своє існування та незалежність. Деякі частини України хотіли б від неї відділитися
- Українцям потрібен новий уряд, адже той, що сформувався після Майдану є нелегітимним, анти-російським, нацистським та неефективним. У зворотному випадку може статися «третій Майдан», «націоналістична революція», або ж діюча влада спровокує інші згубні для України наслідки
- Україна є країною прохачів, хаосу та радикалів, у ній процвітає нацизм. Сама країна знаходиться на межі колапсу та громадянської війни через зростаючий вплив радикальних націоналістичних організацій, отже є ненадійною (наприклад, для іноземних партнерів та інвесторів)
- Українські військові є злочинцями, так званими «київськими карателями», які вчиняють різноманітні воєнні злочини, пиячать, зловживають наркотиками, є деморалізованою силою, що почасти набирається із числа в'язнів та має стосунок до терористичних світових організацій
- НАТО воює в Україні шляхом своєї присутності в Україні, надання військової та професійної допомоги (відповідно рф воює не так з Україною, як із Заходом)
- Україна (а також західні країни) є русофобною країною, що утискає російськомовне населення (аж до його геноциду). Наратив ставить рф у позицію жертви, що має захищати себе та «російськомовне населення»

- Україна є антисемітською країною, що переслідує юдеїв на державному рівні. Наратив представляє Україну як ворожу до інших країн, позбавляє їх прихильності та підтримки
- Придушення інакомислення та відсутність свободи слова в Україні, що виражається у (переважно) переслідуванні про-російських ЗМІ та позицій, які симпатизують рф
- Україна порушує Мінські угоди, вчиняючи воєнні злочини, а рф навпаки виступає захисником миру та справедливості
- ДНР/ЛНР є легітимними утвореннями, що відділилися від України через її утиски і шукають «прихистку» у рф. Таке волевиявлення походило від «низів» - простих людей
- рф не має стосунку до жодних (воєнних) подій в Україні, натомість навпаки намагаючись підтримувати мир. Отже відповідальність за всі військові дії лежить виключно на Україні
- Криму краще із рф, а не з Україною, навіть попри те, що об'єктивно після анексії ситуація не покращилась. Наратив пов'язаний із попередньо зазначеною легітимізацією ДНР/ЛНР та має на меті зняття підозр про марність приєднання Криму та необхідності його утримання рф
- Захід не потребує України, а усі налагоджувані зв'язки із ЄС є невинуватеними та непотрібними (або і шкідливими). Зближуючись із ЄС, Україна стає підлеглим «рабом» Заходу, який просто з неї користатиметься, доки це буде вигідно.
- «Колективний Захід» є ворогом, що прагне послабити та знищити рф, таким чином розширюючи свій вплив у Євразії. Навіть попри тиск, рф «встає з колін» та (разом із іншими країнами Сходу) виступає альтернативною силою, що єдина зберегла мораль та цінності. Наратив також має на меті

змістити відповідальність за внутрішні проблеми РФ на зовнішні фактори (Так само, с. 14-23).

Серед методів презентації інформації виділено перебільшення та применшення окремих частин інформації, тиск на емоції та страх перед уявним «ворогом», упередження у презентації думок, винайдення багатьох додаткових «теорій», щоб підірвати правдивість єдиної правильної при розгляді контраверсійного питання, навмисне фокусування на другорядних/неважливих деталях, замість відповідей на першочергові нагальні питання та використання фальшивих «свідків» на підтвердження певної версії подій (Так само, с. 24-26).

Крістофер Пол та Міріам Метьюз (Christopher Paul, Miriam Matthews) у своїй статті «Російська модель пропаганди «Потік брехні»: чому це може спрацювати та як цьому протистояти» обговорюють чотири головні виділені особливості російської пропаганди: її великі об'єми та багатоканальність, її швидкість, безперервність та повторюваність, відсутність прив'язки до об'єктивної реальності та відсутність послідовності у її повідомленнях (2016). Російська пропаганда виробляється у величезних кількостях, що транслуються через усі доступні канали впливу та у різних формах. За допомогою такої тактики трансльована інформація краще сприймається слухачами, адже підсвідомо здається достовірною, у разі, якщо почута багато разів, із різних (близьких до реципієнта) джерел (Так само, с. 2-3). Таким чином російська пропаганда є максимально доступною для будь-кого, незалежно від вподобань до форми та стилю подання інформації. Вона є всеохопною та неунікною, її вплив поширюється на людей, яким би джерелом масової комунікації вони не користувалися.

Російська пропаганда не спирається на об'єктивні факти та реальність, надаючи перевагу або повністю вигадкам, або лише частковому звертанню до правди, з метою подальшого її «прикрашання» тими ж вигадками. Для цього використовуються фабрикавання доказів, а також «достовірних» джерел, які б їх

підтверджували, «перевантаження» інформаційного поля, що ускладнює запам'ятовування правдивості або помилковості певної інформації. Інформація подається у бажаному для глядачів вигляді та руслі із використанням «упередженості підтвердження» - особливості сприйняття, завдяки якому уже установлені для себе факти людина схильна підтверджувати, а не оскаржувати із здобуттям нової інформації (Так само, с. 5-7).

Завдяки ігноруванню необхідності у достовірності інформації, стає можливим швидке реагування російської пропаганди на події у світі, представлення «найпершої» їхньої версії, що таким чином найкраще запам'ятовується. Для кращого засвоєння, одна і та ж інформація багаторазово повторюється із різних джерел, створюючи відчуття її перевіреності та правдивості, а також упевнюючись, що повідомлення буде отримано навіть тими, хто не цікавиться темою зумисно (Так само, с. 4).

Насамкінець, російська пропаганда не є послідовною у своїх повідомленнях. Так, різні канали можуть транслювати різні версії подій, або ж змінювати свої ж позиції із часом/після їхнього викриття. Попри таку «плутанину», інформація однак сприйматиметься як достовірна, за умови надання правдоподібного пояснення причини, більшої уваги реципієнтів до причин зміни повідомлення (Так само, с. 7-9).

Із цього дослідження можемо зробити висновок про широке використання російською пропагандою психологічних особливостей сприйняття інформації людьми із метою маніпуляції суспільною думкою.

Узагальнюючи, російська пропаганда має ознаки про-воєнної, що готувала ґрунт для подальшої ескалації військового конфлікту, що вже існував. Можна виокремити наступні характерні риси російської інформаційної кампанії проти України:

- Вона була систематичною, усвідомленою, продуманою, спрямованою, а головне успішною, що виявлялося у безпосередніх подальших подіях

- Систематичне використання фальсифікацій та обману як засобів, а також переписування об'єктивної історії України та рф
- Україна виставлялася як абсолютний ворог, що контрольований «колективним Заходом», однак при цьому займає вирішальне місце для обох сторін у якості засобу впливу
- Постійні відсилання до минулого, спільних історичних періодів і «перемог» як об'єднуючого фактору та виправдання для спільного існування зараз
- Ідея об'єднання пост-радянських/східних країн (під патронажем рф) у спільне утворення, що має протистояти Заходу; відродження аналогу СРСР; країни, що з цим не погоджуються є «зрадниками»
- Знецінення всіх здобутків України, її теперішнього стану та вигляду, висміювання та приниження
- Слабкість, ідеологічна інакшість та розрізненість «колективного Заходу», його ідея майбутнього є деструктивною. Захід прагне знищити рф, адже боїться її «величі»
- Приписування Заходу та Україні негативних якостей та дій, які демонструє сама рф (нетерпимості, злочинності, недемократичності, незаконності), цим самим перекладаючи відповідальність та виправдовуючи свої дії
- Використання психологічних прийомів та натиск на емоційні реакції глядачів (страх, співпереживання, гнів, жалість)

РОЗДІЛ 2.

ПРО-ВОЄННІ ДИСКУРСИ У РОСІЙСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ

2.1.Методологія дослідження

Робота базована на дискурс-аналітичному методі із використанням інтерпретативного підходу. Спрощено, дискурс-аналіз – це якісний соціально-конструктивіський «метод дослідження форм комунікативної взаємодії» (Дяченко, Шаповал та ін., 2011, с. 218). Дискурс «вивчає синтаксичну або семантичну структуру тексту (або мовних одиниць, більших від одного речення) і розглядає його як лінгвістичний, так і соціокультурний виміри» (Семигіна, 2001, с. 323). Для дослідження фільмів доречнішим є акцент саме на другому вимірі, адже кіно є поєднанням лінгвістичних, візуальних та метафоричних прийомів, які у комплексі формують взаємодоповнюючу картинку.

Соціальна реальність у дискурс-аналізі не є сталою даністю, яку треба досліджувати такою, як вона є, а радше всезмінною та динамічною величиною, тож акцент робиться на дослідженні шляхів побудови та трансформації цієї реальності, того, як вона сприймається реципієнтами. Дискурси також самі по собі не несуть у собі сенсу та наповнення, їхнє значення виникає у результаті їх виробництва та споживання соціальними групами. Тож, щоб розуміти та аналізувати дискурси, важливим є врахування їхнього політичного, соціального, історичного та культурного контекстів; без них дискурс не має сенсу аналізувати (Hardy, 2001). Варто також зазначити, що дискурс-аналіз загалом не має однозначних та чітких методів та критеріїв проведення, сама процедура аналізу багато у чому залежить від самого(ї) дослідника(ці), які шукають явні та приховані сенси (Семигіна, 2001, с. 324). Отже цьому методу у будь-якому випадку властива певна частка суб'єктивності, що не є завжди шкідливим у роботі із якісними даними.

Для даної роботи, з поміж інших різновидів дискурс-аналізу, був обраний критичний дискурс-аналіз, адже саме у ньому робиться акцент на тому, як мова та

дискурс беруть участь у формуванні та підтриманні владних стосунків та різного роду нерівностей у суспільній думці. Тобто у центрі уваги знаходяться соціальні відносини та дії і те, як дискурс спонукає до них за допомогою впливу на соціальне сприйняття (Teun A. van Dijk, 1993).

Підсумовуючи, для цієї роботи (критичний) дискурс-аналіз був обраний завдяки таким його характеристикам:

- Суб'єктивність методу та можливість кількох інтерпретацій є доречними з огляду на те, що аналізовані у роботі фільми є художніми та не несуть буквальної політичної прив'язки, а отже виокремлення у них політизованих дискурсів є складнішим та не таким об'єктивним процесом
- Ухил на соціальне конструювання реальності та залежність значення від його контексту (контекст російських фільмів – майбутнє вторгнення РФ в Україну)
- Дискурс-аналіз загалом використовується для аналізу тенденцій змін суспільної свідомості, а також з його допомогою мову розглядали як засіб маніпуляції (Дяченко, Шаповал та ін., 2011, с. 218), цей метод чудово підходить для тематики даного дослідження
- Фокус критичного дискурс-аналізу на встановленні та норматизації владних відносин та нерівностей дозволить аналізувати формування про-воєнних та про-жорстоких дискурсів, які унормовували пригнічення іншого народу (українців) і нормалізували жорстокі дії

Одиницею аналізу роботи є обрані фільми російського кінематографу, зняті до 2022-го року.

Параметрами для відбору фільмів для аналізу були наступні характеристики:

- Фільм був знятий та випущений у прокат до 2022-го року, тобто до повномасштабного російського вторгнення в Україну, отже наявні у ньому дискурси готували підґрунтя до війни

- Фільм є оригінально створеною історією (а не перезапуском/сиквелом уже існуючої раніше стрічки)
- Фільм був фінансово успішним, його касові збори перевищили позначку у 1 мільярд рублів на території рф. Касовий прибуток є прямим показником популярності стрічки, того, що велика кількість населення її переглянула та зацікавилася, отже засвоювала ті дискурси, що транлював фільм
- Сценаристами та режисерами фільму виступали росіяни, вони продукували сенсове наповнення стрічок, впливали на репрезентацію образів, інтерпретацію сюжету і тд.

Унаслідок відбору було проаналізовано наступні фільми:

Таблиця 2.1

Основна інформація про розглянуті кінофільми

Назва фільму	Рік виходу фільму	Касові збори фільму ²	Жанр фільму
«Холоп»	2019	1.3 млрд. рублів	Історична кінокомедія
«Рух вгору»	2017	1.4 млрд. рублів	Біографічна спортивна драма
«Т-34»	2019	1.2 млрд. рублів	Військовий бойовик
«Сталінград»	2013	1.3 млрд. рублів	Військова драма
«Вікінг»	2016	1.5 млрд. рублів	Військово-історичний фільм
«Лід»	2018	1.2 млрд. рублів	Музична мелодрама, комедія

² Інформацію про касові збори взято із сайту Box Office Mojo (by IMDbPro), вона може бути неточною або застарілою на момент захисту роботи (<https://www.boxofficemojo.com/>)

Продовження Таблиці 2.1

«Останній богатир»	2017	1.6 млрд. рублів	Фентезі, пригодницька комедія
«Тяжіння» («Притяжение»)	2017	1.2 млрд. рублів	Фантастична драма
«Текст»	2019	1.1 млрд. рублів	Кримінальна драма, психологічний трилер

Важливо зазначити, що у межах роботи усі кінострічки аналізувалися як єдине інформаційне полотно, а не із позиції порівняння та протиставлення одне до одного на основі, наприклад, жанрових особливостей. Відмінність жанрів є радше додатковим доказом того, що фільми мали різноманітну широку аудиторію, адже у всіх людей різні уподобання до перегляду. Відповідно, якщо описані дискурси наявні у кіно, не залежно від його жанру, (російські) глядачі сприймали їх, який би фільм не дивилися, що розширювало сферу впливу та влади дискурсів.

2.2. Явні про-воєнні дискурси у російському кінематографі

Унаслідок аналізу фільмів було знайдено 9 про-воєнних дискурсів. Загальну інформацію про знайдені дискурси наведено у таблиці:

Таблиця 2.2

Знайдені у фільмах про-воєнні дискурси

Дискурс	Його складові
Влада як найвища цінність	- Наявність грошей/влади є пропуском та виправданням для будь-чого - Чітке ієрархічна структура підпорядкування - Владу необхідно боятися

Продовження Таблиці 2.2

Уникнення/пом'якшення відповідальності	- Уникнення відповідальності за свої дії - Перекладання провини за поведінку на обставини - Шанс на реабілітацію без «виправлення»
Пасивність та немотивованість	- Байдужість до своїх та чужих нещасть - Небажання вплутуватись у чужі проблеми - Прогрес через поштовх ззовні, а не зсередини - Відсутні, розмиті або егоїстичні мотиви боротьби
Нормалізація жорстокості	- Поширеність ненормативної лексики у побуті - Фізичне/психологічне насилля як засіб вирішення проблем на побутовому рівні - Відсутність реакції на насилля
Нетерпимість	- Гомофобія, расизм та сексизм - Злодії завжди «інакші» - «Захід» ідейно чужий - Роздування образів ворогів
Власна могутність та велич (історичний)	- Піар армії та владних структур - Повернення у минуле - Виправдання СРСР - Інвалідності/слабкості/невдачі не є виправданням
Дискурс Великої Вітчизняної війни	- Присвоєння перемоги лише собі - Нормалізація нацизму - Війна – це щось героїчне та пригодницьке, а не страшне

Явними у даному дослідженні вважаються ті дискурси, що безпосередньо відсилають нас до жорстокості, агресії та нетерпимості, таким чином напряду створюючи обставини для нормалізації у суспільній та індивідуальній свідомості подібних тем та дій. Відповідно, явними є дискурси нормалізації жорстокості,

нетерпимість, власна могутність та велич (історичний) та дискурс Великої Вітчизняної війни. Надалі надано детальніший аналіз кожного із дискурсів із паралелями на те, які із аспектів сьогодношньої війни РФ проти України він та його складові могли допомогти підготувати та нормалізувати.

2.2.1. Нормалізація жорстокості

Війна є одним із найгірших виявів жорстокості, до вчинення якого звичайна людина не здатна зразу і без підготовки. Відповідно, необхідна психологічна підсвідома «підготовка» - дискурс нормалізації насилля. Найпростішим його проявом є банальне засилля у мові персонажів нецензурних висловлювань на побутовому рівні, що не знаходять жодного засудження. Таке збідніння і грубішання мови персонажів впливає на глядачів на глибинному рівні, формуючи грубіше сприйняття світу та нормалізацію такого стилю спілкування один з одним. Причому ненормативна лексика характерна не лише для окремих персонажів, для яких це виправдано їхнім образом, а й просто усіх, не залежно від статі, віку, ситуації, «поганості/доброты» персонажа. Нормалізація грубої словесної реакції є першим кроком, що підводить до грубості уже фізичної. Нормалізованим у російських фільмах є психологічна та фізичне насилля, яке може виявлятися спонтанно, у нерівноцінних обставинах та, здебільшого не засуджується персонажами як неадекватна реакція.

Звертання до насилля, як першої інстинктивної реакції, є особливо поширеним серед чоловічих персонажів. Так, наприклад, головний герой фільму «Текст» спершу б'є свого кривдника до смерті, і лише потім пропонує «поговорити», коли вже однак пізно. Після цього він зразу починає приховувати сліди злочину, боячись правосуддя, і не демонструє якогось співчуття або смутку від смерті людини. Головний герой фільму «Останній богатир», потрапляючи у чарівну країну, одразу ж починає погрожувати першій же мирній людині, яка зустрілася,

лише тому, що та почала його дратувати: *«Слиш, Хатапич, відвали від мене. Або я зараз теж візьму чарівну паличку і ти у мене зараз «зникнеш»!»*³.

Важливо зазначити, що насилля не лише нормалізується як засіб протидії у несприятливих обставинах (захист себе або напад на кривдника), а й сприймається як продуктивний засіб та підхід до тривіальних та невинних проблем, які цілком можна було б вирішити у інший спосіб. Так, персонаж фільму «Лід» заради того, щоб «вилікувати» паралізовану дівчину в інвалідному візку, жбурляє по ній хокейними шайбами, після чого просто скидає разом із візком із високого пагорбу, мотивуючи це словами *«Назвемо цю методику «Пробудження сили»! (...) Надя, ти там жива? Блін, повинно було вийти...»*. «Психолог» у фільмі «Холоп» хвалиться перед потенційними клієнтами своєю роботою, навіть не припускаючи, що його дії можуть нанести важку психічну травму: *«Тестую нову систему примусу до вірності... У мене клієнт є, у нього дружина гуляє . Я придумав таку елегантну схему: вона повертається додому, а він повісився. Зрозуміло, ревнощі. У неї шок, переосмислення, зміна негативних моделей поведінки (...) Який інфаркт, їй 45 а вона спить іще з трьома!»* Військові із фільму «Тяжіння» розмовляючи із прибульцями, чий космічний корабель самі ж безпідставно і обстріляли ракетами, щоб приземлити, трактують цю подію як *«Перший крок уже зроблено у вигляді нашої співпраці у вашому успішному приземленні!»*. Пізніше ці ж люди, не отримавши бажаної для себе позитивної реакції, пропонують наступний акт агресії:

« - Я перепрошую, а що нам заважає прямо зараз провести штурм?

- Я підтримую. Збили ж їх якось, значить із «зачисткою» теж проблем не має бути!».

Звичним є також надання переваги персонажами негативним стимулам перед позитивними, якщо ідеться про мотивування, заохочення та навіть заспокоєння

³ Усі цитати із російськомовних фільмів наводяться у авторському перекладі.

один одного: *«Ти зв'язок налагоджуй! Не налагодиш – пристрелю»* (Капітан Громов із фільму «Ленінград» до підлеглого, що вже й так почав працювати) Як підсумовує цей дискурс діалог персонажів фільму «Холоп»:

« - А чому у тебе все пов'язано з насильством, смертю, або насильницькою смертю?»

- А чому б ні? Коли смажиш яєшню, розбиваєш яйця».

Насилля у кінематографічних умовах має чітко регулюватися: або виконувати чітку обмежену функцію, або служити прикладом для засудження та пропозиції для альтернативного шляху. Тож притаманне даному дискурсу надмірне зловживання цією темою загалом та нормалізація насильства як засобу вирішення будь-яких дилем з великою імовірністю призводить до перенесення таких же установок у реальне життя росіян. До того ж, дискурс перегукується із особливістю військової пропаганди: переконання населення у тому, що військовий насильницький спосіб є єдиною альтернативою.

2.2.2. Нетерпимість

Нетерпимість до будь-якої інакшості та чітке розрізнення на «своїх» та «чужих» є однією із найпоширеніших характеристик тоталітарних режимів, а також популярним дискурсом їхньої пропаганди. У російських фільмах вона набуває форми регулярних нормалізованих сексистських, расистських та гомофобних висловлювань персонажів, які не отримують у контексті фільму жодного оскарження або засудження, що нормалізує для глядача їхній зміст.

Здебільшого головна супротивна сила героїв є чітко відмінною за зовнішніми/етнічними та расовими ознаками, що робить антипатію до них ще спрямованішою. Це можуть бути німці-нацисти («Сталінград» та «Т-34»), прибульці («Тяжіння»), татаро-монголи («Холоп»), американці («Рух вгору»), наркодилери із характерним іноземним акцентом («Текст»). Образ «ворога» доповнюється взятими нізвідки припущеннями, що пов'язані із походженням, таким чином демонізуючись до межі.

У ворога немає нічого схожого на героїв, жодної подібної риси, яка б уможлиблювала мирне вирішення конфлікту. Тож герої у більшості випадків навіть не намагаються вирішити питання мирно, одразу переходячи до протистояння. Причому агресія з боку сторонніх сил очікується навіть тоді, коли для неї поки не було передумов, що дуже перегукується із сучасними спробами виправдання РФ свого вторгнення тим, що Україна нібито становила загрозу. Даний дискурс найяскравіше простежується у фільмі «Тяжінні». У ньому після прибуття на Землю мирних прибульців, військові та цивільні одразу нагнітають паніку та охрещують прибульців агресивними ворогами:

«Може там ядерний реактор і нас чекає другий Чорнобиль! (...)

Все, що відбувається, може бути чимось типу інопланетного вторгнення»

(Позиція військових).

«Ну якщо вони не розуміють (норм моралі людей), чому я маю пояснювати? Чому ми повинні якісь контакти налагоджувати? Чому ми не можемо просто їх вигнати? ...Шанс здохнути? Віддати свій дім якимось виродкам?» (Позиція головної героїні)

«Ми сподівалися зустріти розумних адекватних істот, з якими можна було б вести діалог, обмінюватись технологіями. А зіштовхнулися із гидкими потворами, що за першої нагоди атакували мене» (Позиція депутата, що постраждав від власної недбалості)

Пізніше тривога та ненависть до прибульців чомусь зростає, хоча об'єктивно ті не роблять нічого поганого та майже не контактують з людьми. Переламним моментом стає смерть одного хулігана, якого застрелили свої ж люди у сутичці із мирним прибульцем. Після цього починається повноцінний бунт та спроба цивільних знищити космічний корабель і його жителів: *«Що, ми самі у себе порядок не наведемо? І по домам розійдемося? І будемо чекати, доки ще когось уб'ють? Влаштовує такий варіант? Запам'ятайте: ми ні на кого не нападали. Нам чужого не треба! Це наша земля! ЦЕ НАША ЗЕМЛЯ!»*

Варіацією роздування образу ворога є доведення його несправедливої переваги, внаслідок якої «чесно» у такої людини цю перевагу забрати, або помститися.

Ідеться перш за все про фільм «Текст», весь сюжет якого базується на тому, як бідний та обділений головний герой «вкрав» багате життя в успішнішої людини перед цим її вбивши.

До дискурсу формування інакшості також належить більш конкретний її вимір: позиціонування Заходу як інакшого, ідейно чужого для персонажів, які не приймають його цінності та традиції, надаючи перевагу чомусь «знайомому».

Наприклад паралізована героїня фільму «Лід» чомусь відмовляється від лікування за кордоном і натомість лікується сумнівними методами вдома. Спортсмени із фільму «Рух вгору» до останнього відмовляються від закордонних ліків та методів гри, стверджуючи, що у них і так все є.

2.2.3. Власна могутність та велич (історичний)

Загалом, як такий, дискурс уславлення власної країни та людей не є чимось промілітарним. Однак у контексті даного дослідження та соціо-політичної ситуації, що склалася, він заслуговує на окрему увагу, адже є підґрунтям для подальшого вивищування рф над Україною. Як наслідок, країну, яка є слабшою та гіршою, має сенс захопити, щоб «навести там лад сильною рукою».

Дискурс власної влади має, мабуть, найбільшу полярність, що виражається у різних за своєю інтенсивністю проявах. Перш за все це пропаганда власної армії та державних структур (влади, МЧС, РосКосмосу), яка приймає форму як безпосередньої демонстрації професіоналізму та дієвості (аж до побудови цілого фільму навколо даної тематики, як наприклад у фільмі «Тяжіння»), так і опосередкованих вказівок через уста персонажів, що виказують позитивне ставлення. Наприклад батько сина-хулігана із фільму «Холоп» шкодує, що не відправив свого часу його у армію: *«В армію його треба було відправити, щоб його там життя навчили. А я його від армії відмазав...»*.

Окремо можна виділити уривок із фільму «Лід», де армія демонструвалася у вигляді алюзії за допомогою спеціального монтажу та музики (швидкий монтаж із маленькими дівчатками-фігуристками, які під пісню «Я солдат, недоношена дитина війни!» проходять спартанські тренування), від чого створювалося враження, що діти проходили армійську службу. У комплексі, усі ці посилення підвищують довіру та позитивне ставлення до армії та влади, роблячи їхній образ впізнаваним, дружнім та героїчним. Таким чином армія, яка у мирний час є доволі прихованою структурою, що пов'язана із відповідними (тривожними) обставинами, переноситься у повсякденну сферу життя, стає буденною.

Наступним аспектом даного дискурсу є відсилання до минулих «героїчних» періодів, у яких знаходяться позитивні сторони рф. Варто зазначити, що сама по собі орієнтація кінематографу на історичне минуле, замість, наприклад, фантазування на тему майбутнього, уже нагадує один із розглянутих раніше напрямків російської пропаганди, а саме відсилання до спільної із Україною історії. Іще одним прийомом є переписування та присвоєння української історії і висвітлення її у негативному світлі. Так у фільмі «Останній богатир» головним злодієм стає традиційний персонаж українських казок богатир Добриня Микитич, а у фільмі «Вікінг», що розповідає історію Київської Русі, персонажа князя Володимира Великого перетворили на боягузливого, підлого та безвольного чоловіка, що сам нічого не вирішує.

Окремо тут можна виділити саме посилення на період СРСР, якому присвячені 3 із 9 розглянутих фільмів. Хоч на перший погляд може здатися, що недоліки СРСР у фільмах не приховуються, натомість вони постають у розмитих, неконкретних формулюваннях, без чіткої артикуляції причини, що полягає у тодішній владі та устрою. Так сину тренера Гаранджина («Рух вгору») влада без пояснення причин відмовляють у закордонній операції: *«Я дізнавалась у комітеті. Говорять «відмова» на виїзд....Але як же Шура? І де гроші взяти?»* та не виділяє грошей на лікування баскетбольного чемпіона. У цьому ж фільмі один із членів

баскетбольної збірної із величезним ризиком наважується втекти із країни, але потім однак вирішує залишитись. При цьому глядачам так і не пояснюють, які були причини втечі, робиться акцент лише на факті повернення як правильного рішення. На початку «Т-34», на пояснення командира про складну ситуацію і необхідність підкріплення, йому просто відповідають «*Стояти насмерть!*» без жодних пропозицій. В обох випадках персонажі не задавалися питаннями і просто мирилися із ситуацією, ніби це щось звичне.

Тобто фактичну наявність якихось незручностей визнають, але лише у якості противаги до куди важливіших величних «подвигів» та звершень, які відбувалися завдяки СРСР: перемога над нацизмом, виграш важливої олімпіади. Цей прийом, маючи у собі зерно істини, змінює фокус доведеного послання і у результаті однак «виправдовує» СРСР як у дечому проблемний, та, загалом, величний період життя рф.

Іще однією ідеєю, що курсує по усіх фільмах, є віра у загалом власну унікальність «від народження» російських персонажів, яка і допоможе їм впоратися із труднощами. Тобто, успіх (потенційний або наявний) пояснюється не через об'єктивні причини та переваги, а через просто віру або впевненість у тому, що це якось само собою станеться. Як аргументує це персонаж фільму «Лід»: «*Вставай, росіяни не здаються!*». Так танкісти із фільму «Т-34» перемагають переважаючих за всіма показниками нацистів, радянські баскетболісти у фільмі «Рух вгору» виграють олімпіаду, хоча за об'єктивними параметрами мають гіршу команду. «Унікальність» росіян навіть відмічають їхні противники: «*Пам'ятайте: якщо навчитесь битись з росіянами, англо-сакси вам будуть ні по чим!*» («Т-34»).

Унаслідок цього невдачі та складнощі персонажа часом ігноруються та списуються як провина самої людини. Так у фільмі «Сталінград» невинну дівчину, що була змушена стати коханкою нациста, цькують свої ж люди, а потім зі словами «*підстилка німецька*» вбиває радянський снайпер. Дівчину-інвалідку із фільму «Лід» звинувачують у тому, що вона сама не старається, щоб «стати на

ноги»: *«Да ти просто ссиш, за життя не борися! Коротше даремно, Надюхо. Страх веде тебе на темну сторону».*

Узагальнено, даний дискурс нагадує спробу пошуку власної величі у минулому, у теперішньому та самих собі, цим самим знову підвищуючи положення рф як народу, із яким інші мають рахуватися. Він також привчає, що перемога не полягає у об'єктивній перевазі/стратегії/важкій праці, а у простій бездумній вірі у чудо.

2.2.4. Дискурс Великої Вітчизняної війни

Окремо варто виділити дискурс, що виявляється у особливостях репрезентації буквальної війни (Другої Світової). Попри те, що цей дискурс можна простежити лише у двох («Сталінград», «Т-34») розглянутих фільмах, які присвячені цій темі, не згадати його було б помилкою, адже він буквально відображає теперішні твердження рф щодо цієї теми. Загалом, він полягає у експлуатації уже відомих історичних символів для підвищення ефективності засвоєння нових ідей у сучасній пропаганді. Перш за все ідеться про присвоєння головної заслуги у перемозі росіянам. У обох фільмах нацистам протистоять «команди» із радянських військових, у кожній із яких є персонажі різних національностей (білоруси, українці, росіяни). На перший погляд здається, що таким чином підкреслюється рівність всіх національностей у здобутті перемоги, однак при ближчому розгляді виявляється, що це не так. Наголос робиться не на національних відмінностях, а на тому, що всі персонажі є «руськими» і разом походять із СРСР: *«Та ти згадай як ми під Москвою танкову роту німчури у пил стерли!»* - аргументує персонаж «Т-34». Про національну приналежність персонажів можна дізнатися лише із одноразових мимовільних згадок у діалогах, або з взагалі опосередкованих натяків, від чого створюється враження, що насправді усі персонажі просто росіяни (білоруське місто народження снайпера із «Сталінграду», заспівування солдатом віршу «Садок вишневий коло хати...» та білоруський акцент мехвода із «Т-34»). Причому дивним чином саме персонажі із

інших республік виявляють якісь негативні риси, які заважають «спільній справі». Так, снайпер із «Сталінграду» не слухається командира і вбиває нациста, що набирає воду, а пізніше – взагалі невинну жінку. Білоруський та українські персонажі із «Т-34» від початку демонструються як непрофесійні, невмотивовані та навіть боягузливі люди, що не хочуть вступати у бій, коли треба захищати відхід військ:

« - Тю, дурних нема! Товариш лейтенант, ми тиждень б'ємося, не спимо, чудом живі, одні з батальйонна залишилися. На убой?»

- Товариш-командир фронт бачив? Що він тобі скаже?» (репліки характерними білоруською та українською мовами)

У обох випадках, головним у командах, хто об'єднує персонажів на боротьбу виступає саме росіянин, справжній патріот своєї Батьківщини – СРСР. Він і є головною рушійною силою, виявляє найбільший героїзм та стійкість. Причому у фільмі «Т-34» навіть є показова сцена, ближче до кінця фільму, у якій усі персонажі по одному проголошують свою відданість команді та особисто ватажку:

« - Микола, я з тобою не по наказу, а по добрій волі пішов. Можна скажу? Мені танк кидати шкода.

- Товаришу-командир, я без тебе нікуди не піду. Ми воїни Червоної армії, ми давали присягу бити ворога до останньої краплі крові.

- Кинути коня (танк)– сором!»

Цей діалог чимось нагадує дискурс пропаганди рф на сьогодні про єдність всіх пост-радянських республік із рф у ролі ватажка та нібито їхнє добровільне бажання повернутися у підлеглість до рф.

Другим аспектом є своєрідна репрезентація нацизму та нацистів. Замість того, щоб бути абсолютно негативними та жорстокими персонажами, що вчиняють геноцид, вони постають як люди, що не роблять особливо нічого поганого (особливо у контексті жорстокої війни). Якщо якісь жорстокі дії і вчиняються, то вони завжди мають причину у вигляді попередньої дії радянських персонажів. Наприклад нацист Кхан із фільму «Сталінград» починає фінальний штурм укріплення радянських солдатів у відповідь на їхнє вбивство його коханої (російської) жінки. До цього моменту він неохоче виконує вказівки начальства, демонструючи, що сама мета війни його не обходить. Натомість він зраджує своїх та стає дезертиром, рятуючи, закохуючись та турбуючись про російську дівчину Машу. Їй він жаліється на те, що воює під впливом обставин та із примусу: *«З вами абсолютно неможливо воювати. У вас ні найменшого уявлення про честь. Бандити, які стріляють у спину. Ви воюєте не для перемоги, а для помсти. Я прийшов сюди (у СРСР) солдатом, а ти зробила з мене звіра»*.

Есесівець Ягер («Т-34») полює на героїв тому, що йому погрожує вище начальство, а спеціальну військову підготовку нацистів починає із наказу Гімmlера. У цій же розмові глядачам дають зрозуміти, що сам Ягер не має негативних емоцій до своїх ворогів і просто виконує вказівки:

« - Ви ненавидите росіян, Ягер?

- Я солдат. Мені не важливі емоції. Мій обов'язок – служити Батьківщині»

Решту часу, він багаторазово захоплюється вправністю та бойовим духом російського танкіста Сивушкіна, проводить із ним товариські бесіди та жартує. Апогеем «братерства» нациста та радянського солдата є кульмінаційна дуель на танках, перед якою Ягер виголошує, звертаючись до Сивушкіна: *«Я не буду вбивати тебе, брате. Але я візьму твою (танкову) вежу»*⁴. Після ж завершення

⁴ Примітним є те, що слово «брат» наявне лише у оригінальній репліці німецькою мовою. Синхронний російський дубляж у цьому місці не озвучує останнє слово.

бою поразкою нациста, двоє суперників за взаємною згодою тиснуть один одному руки та кивають, нібито виказуючи повагу та розуміння один одному.

Дана сцена розмиває межу між нацистами та тими, кого вони винищували, прирівнюючи обох до «просто солдатів», які насправді близькі один до одного та не зацікавлені у війні. Нацисти у обох фільмах постають невмотивованою і пасивною силою, яку із героїзмом легко перемагають радянські солдати.

Попри військову тематику, у фільмах немає або є дуже обмеженою демонстрація жахів війни та всіх тих страшних речей, що її супроводжували. Натомість присутня надмірна героїзація військових подвигів та велика кількість бойових сцен, у яких «свої» б'ють чужих і перемагають. Якщо фільм «Сталінград», що вийшов у 2013-му році (тобто до початку військових дій рф) ще частково підтримує похмурий та серйозний тон змалювання війни, враховуючи також смерті головних персонажів у кінці, що висвітлює війну як негативне явище, то фільм «Т-34», що вийшов у 2019-му році, швидше нагадує героїський бойовик у піднесених тонах і яскравих кольорах. Отже у фільмі, що хронологічно був ближчим до початку повномасштабного вторгнення, війна змальовується як щось веселе та пригодницьке, щось, що не так страшно повторити знову.

Даний дискурс має на меті зразу дві, на перший погляд протилежні мети. Перш за все це героїзація та прославлення Великої Вітчизняної війни, у якій Росія відіграла вирішальну роль, апеляція до історичних спільних перемог. Друга мета може полягати у нормалізації (або принаймні зменшення негативного ставлення) нацизму. Це може бути зроблено з метою «звільнити крісло» «найбільшого зла» для українців, на яких сучасна пропаганда рф клеїть ярлик «українського нацизму» та перевести фокус уваги глядачів саме на цей його різновид.

2.3. Приховані про-воєнні дискурси у російському кінематографі

Війна, як комплексна та тривала подія, характеризується багатьма рівнями, відтінками та різновидами завданої шкоди та насильства. Відповідно, їхні корені не завжди можна простежити у безпосередніх закликах до жорстокості. Для цього доречним є звертання до прихованіших та неочевидних дискурсів, які є як ніколи характерними та дієвими саме для художнього кінематографу. Підсумовуючи, у межах даного дослідження приховані про-воєнні дискурси - це ті, які безпосередньо не пов'язані із війною, насильством чи жорстокістю, але у комплексі формують у свідомості людей сприятливі для них передумови. Такими дискурсами є: влада як найвища цінність, уникнення/пом'якшення відповідальності та пасивність і невмотивованість,.

2.3.1. Влада як найвища цінність

Прагнення персонажів до досягнення якихось (владних) висот також не є негативною цінністю. Однак вирішальним є те, заради чого влади прагнуть та що із нею збираються робити, а також, що саме вкладають у значення цієї цінності. Для персонажів російських фільмів влада фактично є самоціллю, а не засобом для досягнення чогось «другого у списку». Наявність владних повноважень (часто завдяки грошам або службовому становищу) є універсальним дозволом на будь-що. Так головний герой фільму «Холоп» використовує свого впливового батька та багатство як виправдання своїх дій: *«З хлопцем? Ну то викинь його. Я зараз дзвоню на Айфон, який хто подарував: він чи я?»*. Герой фільму «Останній богатир» починає вихвалитися своїм походженням, про яке навіть до цього не знав: *«Мужики, ви взагалі знаєте, хто я такий? Мій батько Ілья Муромець!»*. Спортсмени фільму «Рух вгору», провозячи контрабанду, відмовляються проходити митний контроль, апелюючи до свого статусу, що очевидно має гарантувати їм привілеї: *«Ви нас не впізнали? Ми ж чемпіони Європи, гордість СРСР!»*. Донька високопосадовця із «Тяжіння» під час військового стану не соромлячись користується ім'ям та впливом батька, щоб віддавати накази людям навколо. Багатий «мажор» із «Тексту» саджає героя у в'язницю просто тому, що

той із ним посперечався: *«Хочеш я бабу твою при свідках обдивлюсь? Ти ж ніфіга не зробиш нам, бо ти клоун! (...) Сім років тобі впаяють, цуцику! Зате уму-розуму навчишся, будеш знати, на кого пащеку відкривати»*. Отже, як тільки ти отримуєш владу (наприклад зброю в руки на території іншої країни), ти вільний робити все, що хочеш, без огляду на те, як твої дії впливають на інших. Владні персонажі найчастіше постають негативними героями, використовують свою силу лише для егоїстичних потреб, але викликають заздрість у інших тим, що мають такий шанс: *« - Да... Ну й натворив він (син барина). Навіть мені соромно за нього... - А мені заздрісно. Круто чувак відірвався...»* («Холоп»).

Для персонажів дуже важливою є владна ієрархія, причому у будь-яких сферах відносин. Вона організована за приблизною схемою: той, хто у ієрархії стоїть вище, є всесильним, його авторитет ні за жодних обставин не оскаржується: *«...ви чудово знаєте, що поразок у нас не вибачають і що рішення по Гомельському прийнято звідти (вказує вгору) і ні я, ні ви цього змінити не можемо, хіба це не ясно?»* («Рух вгору»). Владну особу не поважають та не люблять, але її треба боятися, до неї треба підлабузнюватися та їй догоджати, аби не отримати покарання. *«Кидайся в ніжки, цілуй-благай. Авось не стратять, тільки руку відрубують»* - пропонують герою фільму «Холоп» перед його «стратою».

Той, хто у ієрархії стоїть нижче, зазвичай підлягає зверхньому та принизливому ставленню. Причому один і той же персонаж може водночас і бути підлеглим, і «начальником» когось, хто стоїть ще нижче, приміряючи роль як скромного, так і пихатого. Так, хокеїст із фільму «Лід» мусить покійно слухатися наказів своєї начальниці, якій однаково на його прохання: *«Да мені взагалі всеодно! Поки вона (паралізована підопічна) не встане, про хокей можеш забути!»*. Пізніше цей же персонаж, озлоблений таким ставленням, виявляє його вже до родини підопічної, яких залякує, щоб ті допомагали: *«Значить так, якщо вона на вулиці ковзани відкине (у фігуральному сенсі), я не повернусь у команду. А якщо я не повернусь у*

команду, я прийду до вас і поселюсь тут назавжди, замість неї. Це зрозуміло?»

Унаслідок цього, влада розглядається як універсальна величина, якої треба домагатися, щоб уникнути гноблення власного, та щоб мати змогу гнобити когось самому. Мирної взаємодії чи поваги між людьми різного рангу бути не може, це обов'язково стосунки чіткого домінування. Даний дискурс нагадує механізми влади у тоталітарних режимах, отже нормалізує подібний режим на державному та індивідуальному рівні.

2.3.2. Уникнення/пом'якшення відповідальності

Вчинення військових злочинів та протиправних дій у суспільстві зазвичай автоматично пов'язується із неунікною майбутньою відповідальністю за скоєне. Необхідність прийняття відповідальності також має свою вагу на етапі прийняття людиною рішень про певні дії, спрацьовуючи як попереджувальний фактор та голос «проти». Отож, задля полегшення вирішення моральної дилеми при вчиненні військових злочинних дій, помічним є формування відчуття відсутності відповідальності та можливості уникнення покарання. Простіше кажучи, жажливі вчинки легше робити, якщо віриш у власну безнаказаність.

У російських фільмах цей дискурс розділяється на три напрямки. Перший присвячений загалом ситуаціям, у яких персонажі роблять щось осуджуване та негативне, але у результаті не отримують за це покарання або якоїсь реакції від навколишніх. Наприклад, нахабний герой фільму «Холоп», навмисно збивши міліціанта, так і не їде у в'язницю, а лише потрапляє на своєрідне шоу із перевиховання, влаштоване його батьком. Хамовита та маніпулятивна протягом усього фільму героїня «Тяжіння» так і не отримує жодних наслідків за те, що порушувала закон та шкодила батьку.

Відсутні часто також елементи із моральним осмисленням персонажа/щирим розкаянням, усвідомленням скоєного, вибаченнями та намаганнями залагодити провину. Як проголошує герой «Тексту» після вчинення численних жажливих

протиправних дій: *«А я жити просто хочу, жити! Знаєш мам, ти мене звичайно прости, та я на зону знову не поїду! Я не збираюся це хавати, я взагалі нікому нічого не винен. Я жити хочу!»*. Навпаки, тут знаходить продовження другий напрямок дискурсу: погана поведінка персонажа «виправдовується» його обставинами та ситуацією (поширена ідея – сирітство, проблемне виховання), на які і перекладається відповідальність, за прийняті рішення. Це, наприклад, персонажі хокеїста із «Льоду», багатія-гульвіси із «Холопа», шахрая із «Останнього богатиря», нахабної дочки із «Тяжіння», студента-вбивці із «Тексту», князя Володимира із «Вікінга». Тобто, від героя мало що залежить, отже засуджувати його не варто, а навпаки, можна ще й пожаліти. Важливо також, що таку сюжетну лінію мають саме головні герої кінокартин, що привчає російського глядача до співпереживання та вболівання за неприємну, нечесну та неправу людину у якості моделі для співпереживання.

Третім напрямком дискурсу є поширена сюжетна арка персонажів, що полягає у поганій поведінці та егоїстичних діях героя протягом більшої частини фільму (історії) і досягненні статусу «герой» за допомогою одномоментного і короткого «подвигу», без внутрішніх змін. Таким чином він здобуває «прощення» за всі свої попередні проступки, і з нього знімається провина у дуже легкий і швидкий спосіб, що також є формою зняття відповідальності. Наприклад, той же персонаж «Холопа» після свого «перевиховання» продовжує ходити по клубах і все, що робить, щоб залагодити завдану шкоду покаліченому міліціанту, це мовчки передає йому свою машину. Цей жест виглядає показово, та насправді не несе у собі морального навантаження чи якогось росту над собою, адже герой не вибачається, не кається, а банально відкуповується. Причому, як для багатії людини, цей подарунок є малозначимим для нього особисто. Князь Володимир («Вікінг») також у буквальному сенсі отримує (церковне) прощення всіх своїх гріхів, хоча так по-справжньому і не розкався та не виправив заподіяну шкоду.

Така арка персонажів російських фільмів перегукується із тактикою вербування рф у свою армію (зокрема ЧВК Вагнер), за якої неважливими є всі вчинки людини до цього (судимості), а «прощення» і новий шанс у житті заслуговується за час короткого перебування на війні в Україні, тобто одноразового «подвигу». А дискурс загалом несе ідею неважливості минулих дій на противагу до майбутніх, нормалізуючи відсутність каяття, пробачення та обдумування наслідків своїх дій.

2.3.3. Пасивність та невмотивованість

Для будь-якої війни та її пропаганди важливим є пояснення чіткої мотивації та причини для боротьби, ризику та жертвування життям. Якщо у людини була, але зникла мета для боротьби, продовжувати її більше немає сенсу. Однак, якщо метою влади є розв'язання війни, яка не має під собою солідного мотиваційного підґрунтя від початку, логічним є нормалізація процесу боротьби за щось без мети. Саме на це виховання пасивності та керованості і націлений даний дискурс. Перш за все це загальна байдужість до своїх хронічних спільних негараздів, небажання докладати зусиль для якихось системних зрушень у кращий бік. Так, нібито революційні персонажі фільму «Останній богатир» не хочуть вплутуватися у спільну справу: *«Не вірю я, що вийде з цього щось путнє. Нам і в нашому болоті непогано живеться!»*. Мирна жителька із фільму «Сталінград» грубить військовим та не зважає на їхню складну місію: *«Начхати мені на ваш фронт! Сьогодні тут, а завтра за річкою, мені що, бігати за вами? Ми місто німцям не здавали, ми в ньому живемо»*. Схожу позицію має і один із військових у цій же картині: *«Тобі штаб наказав, ти і виконуй! А мені свій штаб ще знайти треба. Так що все, бувайте! Самі будемо вигружатись на той берег!»*. Сюди ж входить небажання вплутуватися у негаразди чужих, допомагати у вирішенні їхніх проблем, або організовувати якусь кооперацію: *« - Мені он через тебе он що – всю спину розполосували.*

- *Братан, а я тут при чім? Тебе ж Авдійко сам вибрав*» - заявляє герой фільму «Холоп», після того як стороння людина була покарана за його провину. Жителі міста у фільмі «Вікінг», спостерігаючи ворогів, що наближаються, починають закривати ворота, незважаючи на те, що не всі жителі сховалися: *«Це їх війна, закривай!»*. Колишня дівчина героя фільму «Текст», захищаючи яку, він і потрапив до в'язниці, виставляє його за поріг зі словами: *«Ілля, я тебе тоді у клубі ні про що не просила, ти сам вліз (...) Ти бухий, іди проспись»*. Баскетболісти фільму «Рух вгору», розуміючи той факт, що вони репрезентують цілу країну, однак не хочуть брати на себе відповідальність: *«От нащо він брав відповідальність за нас? Хтось питає, чи хочемо ми ось так «підставлятись»? Нас сьогодні розмажуть»*.

Такі настрої пригнічують відчуття емпатії і змушують зациклюватися лише на своїй ситуації та проблемах, ігноруючи кооперацію, співчуття та взаємодопомогу.

Другим аспектом даного дискурсу є інтерпретація мотивації дій персонажів, які ті все ж вчиняють. У розглянутих фільмах персонажі часто слідує двома шляхами. Перший полягає у особистій пасивності «до останнього» та прийнятті рішень/початку дій лише через поштовх з-зовні, або через ситуацію, яка впала на героя сама собою і не передбачає іншого варіанту поведінки, аніж той, якому герой і слідує. Так, радянські баскетболісти із фільму «Рух вгору» змагаються на олімпіаді під тиском від партії, яка погрожує кримінальними справами, танкісти із фільму «Т-34» не тікають із концтабору, доки їх не умовляє їхній командир, князь Володимир із «Вікінга» постійно перебуває під тиском свого оточення, яке і силує його до дій, дівчина-інвалідка із «Льоду» починає свою реабілітацію тільки завдяки поштовху свого наглядча, «мажор» із «Холопу» стає кращою людиною буквально тому, що для нього підлаштували обставини та стимули. Подібна репрезентація встановлює байдужість та пасивність як бажані природні стани, які мають перериватися лише кимось стороннім. Другий варіант передбачає

мотивацію або відсутню/слабко прописану, або егоїстичну, за якої персонаж побічно вплутується у якусь колективну справу, насправді просто бажаючи отримати особисту вигоду.

Цікаво, що такі «егоїстичні» персонажі якимось чином у кінці однак приходять до висновку, що насправді їхня боротьба була за «спільну справу». Це нагадує ідею, за якої незалежно від підлих вчинків росіян, вони продовжують виправдовувати один одного тим, що насправді однак «роблять гарну справу» та однак «Служать Батьківщині». Так баскетболісти із «Руху вгору», що весь фільм сварилися, переслідували свої мотиви (одружитися з дівчиною, вилікувати сина, втекти з СРСР), відкрито висловлювали свою байдужість до колективу, у самому кінці раптово заявляють, що *«Взагалі-то ми за Батьківщину грали»*. Герой-шарлатан фільму «Останній богатир», який всю подорож переживав лише за себе та своє повернення у рідний світ, втікши додому та покинувши товаришів напризволяще, вирішує повернутися та їх врятувати. Такі спонтанні, необґрунтовані зміни мотивацій персонажів розмивають справжню мету їхньої боротьби, показуючи, що головним є саме «героїчний процес», а не власне обдуманна ціль. Вони виправдовують просто бездумне слідування шляхом, без конкретної мети. Найабсурднішим у цьому плані є мотивації двох сторін у фільму «Сталінград», де радянські солдати не зважають на стан війни, смерті та втрати, а воюють, щоб «завоювати серце» дівчини, що опинилася поруч. *«Доки ти тут, хлопцям спокою немає. Вони тепер не за Батьківщину, не за Сталіна, вони тепер за тебе воюють... Тебе вб'ють, вони зламуються»* - говорить капітан дівчині, реально побоюючись, що у солдатів зникне мета боротьби у разі її смерті. У той же час нацистський командир мотивує своїх солдатів на боротьбу наступною промовою: *«За цим домом - Волга, за цим домом кінець війни, за цим домом Індія. А в Індії у всіх шлюх по 6 рук. Тільки уявіть собі, що вони можуть одночасно цими 6-ма руками. Може, хтось не хоче в Індію?»*. В умовах жорстоких боїв та сильної

ідеологічно-мотиваційної обробки обох сторін у реальному житті, така мотивація обох сторін героїв кіно звучить щонайменше непереконливо.

Даний дискурс нормалізує заиклення лише на процесі боротьби, без ставлення під питання того, яку мету чи мотивацію та має. Подібний алгоритм є як ніколи доречним для солдатів, які лише мають виконувати накази, та для пасивного населення, яке не має ставити питань владі, а, натомість, турбуватися лише про себе.

Підсумовуючи, можна зазначити, що у російських фільмах дійсно присутня явна та прихована пропаганда, яка впливає на різні аспекти сприйняття та нормалізації війни в очах росіян. Результати дискурсів, що були виділені у ході аналізу, ми можемо спостерігати і сьогодні в умовах продовження військової агресії рф.

ВИСНОВКИ

У ході роботи було концептуалізовано поняття інформаційної війни, пропаганди, явних та прихованих про-воєнних дискурсів у російському кінематографі. Було обґрунтовано важливість вивчення кінематографу, як засобу впливу на суспільство. Вона полягає у доступності та популярності кінематографу, його маловивченості у цьому контексті, небезпечності його повідомлень через їх неочевидність, прихованість та непомітність, апеляцію до підсвідомості реципієнтів через їхні емоції, політичної заангажованості його повідомлень, легкості засвоєння інформації через «підміну реальності», транслювання уже наявних у суспільстві ідеалів та ефективності кінематографу у нормалізації жорстокості. Систематизовано (серед інших) ознаки про-воєнних пропаганди: проведення абсолютної поляризації між «своїми» та «чужими», виправдання та легітимізація власних дій, залякування образом ворога та кризами або власною могутністю, переконання у необхідності вирішення конфлікту зброєю, уставлення війни як факту, мобілізація і згуртування людей на фоні ненависті до інших, привнесення непевності, підриив довіри до сили ворога, перекладання відповідальності на ворога, заплутування інформації із метою ускладнення пошуку істини. Узагальнено також характеристики російської інформаційної кампанії проти України за останні роки, що збігаються із ознаками про-воєнної пропаганди: її систематичність, усвідомленість, продуманість, спрямованість, систематичне використання фальсифікацій та обману, переписування об'єктивної історії України та РФ, виставляння України як абсолютного ворога, контрольованість, неповноцінність та неспроможність України, знецінення всіх її здобутків, відсилка до спільних історичних періодів, як воз'єднання у аналог СРСР, протистояння з ідеологічно інакшим та розділеним Заходом, перенесення власних негативних якостей на Україну, використання психологічних та емоційних прийомів.

За допомогою окремих критеріїв для дискурс-аналізу було відібрано 9 російських найуспішніших та наймасовіших кінострічки, у яких було виявлено явні та приховані про-воєнні дискурси. Знайдені дискурси частково співпадають із зазначеними особливостями військової пропаганди, а також тих повідомлень, які рф уже застосовувала у своїх анти-українській інформаційній війні.

Явними про-воєнними дискурсами є: 1). нормалізація жорстокості, що проявляється у засиллі ненормативної лексики персонажів, постійному зверненню до психологічного та фізичного насилля задля вирішення проблем будь-якого рівня та відсутності засуджуваної на нього реакції сторонніх; 2). нетерпимості, що проявляється у расистських/гомофобних/сексистських висловлюваннях персонажів, національній та ідейній інакшості ворогів, позиціонування «Заходу» як ідейно чужого та роздування образу ворогів; 3). власній могутності та величі, що проявляється у просуванні власної армії та владних структур, поверненню у минуле, виправданню СРСР та визнанні слабкостей та невдач як невинуватих; 4). дискурсі Великої Вітчизняної війни, що проявляється у присвоєнні перемоги над нацизмом лише собі, нормалізації нацизму та позиціонуванню війни як чогось героїчного та пригодницького.

Прихованими про-воєнними дискурсами є: 1). влада як найвища цінність, що проявляється у змалюванні влади/грошей як дозволу для будь-яких дій, чіткого ієрархічного підпорядкування та образ влади як такої, яку треба боятися; 2). уникненні/пом'якшенні відповідальності, що проявляється в уникненні наслідків своїх дій, перекладання провини за поведінку на обставини, надання шансу на реабілітацію без «виправлення»; 3). пасивності та невмотивованості, що проявляється у байдужості до своїх та чужих нещасть, небажанні вплутуватися у чужі проблеми, досягненні прогресу через поштовх від сторонніх сил, відсутніх, розмитих або егоїстичних мотиваціях.

Виявлені дискурси спрямовані скоріше на формування пасивності та байдужості, аніж на активну мобілізацію росіян, однак можливим є простеження зв'язку між

трансльованими дискурсами та реальними подіями війни, що продовжується проти України. Отримані результати можуть бути корисними при подальшому вивченні російської пропаганди та її впливу на суспільство.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

- Авер'янова Н. М. (2017). *Художнє кіно як системний засіб впливу на процес консолідації українства*. Варшава: Матеріали конференції. С. 62-64.
- Авер'янова Н. М. (2022). *Тематика насильства у мистецтві: вплив на молодь*.
- Бебик В. М. (2004). *Політологія для політика і громадянина*. Київ: МАУП.
- Бернейс Э. (2021). *Пропаганда*. СПб.: Питер.
- Бондарчук, Ф. (Продюсер), & Бондарчук, Ф. (Режисер). (2017). *Притяжение* [Фільм]. Art Pictures Studio.
- Бондарчук, Ф. (Продюсер), & Трофим, О. (Режисер). (2018). *Лёд* [Фільм]. Columbia Pictures.
- Брюховецька Л. (2011). *Кіномистецтво: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. Київ: Логос.
- Бульбенюк С. (2019). *Інформаційні технології як засіб конструювання соціального і політичного життя: сутність, загрози, виклики*. Наукові праці МАУП. Серія Політичні науки. Вип. 58(2), с. 19–26.
- Верещагин, Л. (Продюсер), & Гильманов, Д. (Режисер). (2017). *Движение вверх* [Фільм]. «Студия «ТриТэ»» Никиты Михалкова.
- Вітюк Н. (2019). *Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни*. Збірник наукових праць: психологія. Вип. 24. С. 29–38.
- Дяченко Ю., Шаповал Ю. та інші. (Ред). (2011). *Політична енциклопедія*. Київ: Парламентське видавництво.
- Эрнст, К. (Продюсер), & Кравчук, А. (Режисер). (2016). *Викинг* [Фільм]. Первый канал.
- Жигалова-Озкан, М. (Продюсер), & Дьяченко, Д. (Режисер). (2016). *Последний богатырь* [Фільм]. Walt Disney Pictures.
- Златопольский, А. (Продюсер), & Алексей Сидоров, А. (Режисер). (2018). *Т-34* [Фільм]. ООО «Марс Медиа Энтертейнмент».

- Илюян, Э. (Продюсер), & Шипенко, К. (Режисер). (2017). Текст [Фільм]. Start.
- Илюян, Э. (Продюсер), & Шипенко, К. (Режисер). (2019). Холоп [Фільм]. Yellow, Black and White.
- Кацуба М. (2013). *Художнє кіно як засіб формування масової політичної свідомості*. Київ: університет імені Тараса Шевченка.
- Ковалевський В. (2015). *Взаємосприйняття українців і росіян крізь призму систем програмування соціальної поведінки*. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. Вип. 1. С. 287-299.
- Курбан О. В. (2016). Сучасні інформаційні війни у мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Київ: ВІКНУ.
- Малик Я. (2015). Інформаційна війна і Україна. Науковий вісник. Вип. 15 «Демократичне врядування».
- Олішевський О. В. (2017). *Інформація, що містить пропаганду війни: кримінально-правовий та кримінологічний аспекти*. Вісник кримінологічної асоціації України. Вип. 1 (15).
- Прасюк О., Пастух Ю. (2016). *Кіно як засіб політичної пропаганди в нацистській Німеччині: комунікативний та семіотичний аспекти*. Global world : науковий альманах. Vol. 2. С. 160-166.
- Роднянский, А. (Продюсер), & Бондарчук, Ф. (Режисер). (2013). Сталинград [Фільм]. Art Pictures Group.
- Семигіна Т. В. (2001). *Використання дискурс-аналізу в дослідженнях із соціальної роботи*.
- Стадник А. (2016). Засоби пропаганди та інформаційна зброя в сучасній інформаційній війні. Перспективи. №1. С. 112-121.
- Череватюк В. Б., Бойко О. О. (2021). Інформаційні війни (конфлікти): теоретико-правовий аспект. Київ: Юридичний вісник 2. С. 62-69.

- Чуранова О. (2015). Пропаганда війни в українських та російських друкованих ЗМІ. Наукові записки УКУ. Ч. 6 : Журналістика. Медіакомунікації, вип. 1. С. 169-176.
- Шпилик С. (2014). Інформаційна війна, пропаганда та пр: такі схожі й такі різні... Тернопіль: Галицький економічний вісник. Том 47, №4. С. 178-188.
- Babak A., Matychak T., Moroz V., Puhach M., Minich R., Rybak V., Yermolenko V. (2017). *Words and Wars: Ukraine facing Kremlin propaganda*. Kyiv: NGO Internews Ukraine. 124 p.
- Bernays E. L. (1942, January). *The Marketing of National Policies: A Study of War Propaganda*. *Journal of Marketing*. Volume 6, Issue 3. Pages 217-336.
- Hardy C. (2001). Researching Organizational Discourse. *International Studies of Management & Organization*, 31:3, 25-47.
- Jowett G. S. & O'Donnell V. (2012). *Propaganda and Persuasion: Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Knightley P. (2001, October 4). *The disinformation campaign*. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/education/2001/oct/04/socialsciences.highereducation>
- Lange-Ionatamišvili E., Bērziņš J., Jaeski A., Laity M., Maliukevičius N., Navys A., Osborne G., Pszczel R., Tatham S. (2015). *Analysis of Russia's information campaign against Ukraine: Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives*. Riga: report of the NATO StratCom Centre of Excellence.
- Paul C., Matthews M. (2016). *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model Why It Might Work and Options to Counter It*. RAND Corporation.
- Scriver S. (2015). *War Propaganda*. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 25. Oxford: Elsevier. pp. 395–400.
- Teun A. van Dijk. (1993). *Discourse & Society*. London: Sage. Vol. 4.