

УДК 78+791.43]:323.232:7.036'6(470+571)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/81-2-4>

Геннадій ШТАН,
orcid.org/0000-0001-7697-706X
кандидат історичних наук,
доцент кафедри методологій крос-культурних практик
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
(Харків, Україна) shtaing9@gmail.com

ПРОПАГАНДА В СУЧАСНОМУ РОСІЙСЬКОМУ КІНО ТА МУЗИЦІ: КОНЦЕПЦІЇ, ВИЯВИ, ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Статтю присвячено ролі та місцю пропаганди Російської федерації у сучасному російському кінематографі, мультиплікації та популярній музиці. Російська пропаганда є важливою частиною агресії РФ проти України й світу, причому ці культурні явища є інструментом впливу на мешканців як Росії, так й інших держав світу. Актуальність тематики визначається також нестачею наукових досліджень із неї в історіографії. Це створює необхідність активної боротьби із російськими фейками у цій галузі.

Виділено наступні основні наративи пропаганди у російському кіно та музиці: велич держави, використання історико-культурного контексту, міфологізація історії Другої світової війни, «образ ворога». Зазначено, що пропаганда у кінематографі яскраво демонструє регулярну зміну «образу ворога», що є характерною рисою сучасних інформаційних впливів з боку режиму В. Путіна.

Визначено завдання та концепції, виділено основні напрямки роботи пропаганди у сучасному російському кіно. Розглянуто приклади фільмів, які стали основними етапами у провадженні в життя зазначених концепцій. Окремо розглянуто найбільш яскраві зразки російської мультиплікації, які фактично є пропагандистським контентом, та їх особливості.

При розгляді російської музики у контексті пропаганди зроблено висновок про відсутність у даному напрямку систематичної роботи. Проте виявлено ряд епізодів, коли музичні твори у публічному виконанні використовувались із метою проведення зондажу ефективності використання у російському суспільстві нових пропагандистських меседжів – зокрема, таких, що спрямовані на мобілізацію суспільства, підготовку до ядерної війни із НАТО та ін. Окремо розглянуто використання режимом у даному напрямку творчості співака Shaman-a як пропагандиста російського націоналізму. Виділено спроби використати музичні кліпи для апробації у російському суспільстві ідей та образів Третього рейху.

Ключові слова: російська пропаганда, російський кінематограф, російська мультиплікація, російська музика, російська інформаційна агресія, фейки.

Hennadii SHTAN,
orcid.org/0000-0001-7697-706X
Candidate of Historical Science,
Associate Professor at the Department of the Methodologies of Cross-Cultural Practices
Kharkiv State Academy of Design and Arts
(Kharkiv, Ukraine) shtaing9@gmail.com

PROPAGANDA IN MODERN RUSSIAN CINEMA AND MUSIC: CONCEPTS, MANIFESTATIONS, WAYS OF IMPLEMENTATION

The article is devoted to the role and place of propaganda of the Russian Federation in modern Russian cinema, cartoons and popular music. Russian propaganda is an important part of the aggression of the Russian Federation against Ukraine and the world, and these cultural phenomena are an instrument of influence on the inhabitants of both Russia and other countries of the world. The topicality of the topic is also determined by the lack of scientific research on it in historiography. This made necessity of an active fight against Russian fakes in this field.

The following main narratives of propaganda in Russian cinema and music are highlighted: the greatness of the state, the use of the historical and cultural context, the mythologizing of the history of the Second World War, the "image of the enemy". It is noted that propaganda in the cinema vividly demonstrates the regular change of the "image of the enemy", which is a characteristic feature of modern informational influences from the regime of V. Putin.

Tasks and concepts, the main directions of propaganda work in modern Russian cinema are defined and highlighted. Examples of films that became the main stages in the implementation of these concepts are considered. The most vivid examples of Russian cartoons, which are actually propaganda content, and their features are separately considered.

When considering Russian music in the context of propaganda, it was concluded that there is no systematic work in this direction. However, a number of episodes were found when music in public performance were used to probe the effectiveness of the use of new propaganda messages in Russian society - in particular, those aimed at mobilizing society, preparing for a nuclear war with NATO, etc. The use by the regime of the singer Shaman's work as a propagandist of Russian nationalism in this direction is separately considered. Attempts to use music videos to approbate the ideas and images of the Third Reich in Russian society are highlighted.

Key words: Russian propaganda, Russian cinematography, Russian animation, Russian music, Russian information aggression, fakes.

Постановка проблеми. У 10–20-х роках ХХІ століття пропаганда російської федерації, яка веде війну проти України, є однією із існуючих найбільших загроз західній демократії та світовому порядку в цілому. Її небезпека полягає, зокрема, у ідеологічному виправданні російської зовнішньої агресії, залученні на бік РФ громадян інших держав у якості т.зв. «корисних ідіотів», створенні хаосу на Заході, який має послабити авторитет та вплив інститутів громадянського суспільства.

Важливим джерелом, що використовує російська влада для впливу на російське суспільство та громадян країн Заходу – вихідців із СРСР та Росії, є сучасна російська популярна культура. В ній наявні ряд основних концепцій та прийомів, які використовуються путінською пропагандою, через що у даній галузі можна виділити специфічні засоби впливу та залучення на бік РФ споживачів інформаційного контенту в межах т.зв. «руського міра».

Аналіз основних досліджень. На даний момент проблема, незважаючи на свою актуальність, не отримала відповідного розкриття в наукових дослідженнях. Публікації з тематики є ненауковими (статті в інформаційних інтернет-ресурсах), які розглядають конкретні питання фрагментарно або спрощено. Як виключення можна згадати дослідження (Sazhniev, Sułkowska, 2020; Мороз, 2021). Дана стаття є спробою заповнити лакуну.

Мета статті – аналіз місця пропаганди у сучасному російському кіно (художні фільми та мультфільми) та популярній музиці; визначення наявних у них основних пропагандистських концепцій та напрямків інформаційних впливів із конкретними прикладами.

Основною метою статті є розкриття та спростування тез, концепцій, міфів та штамів російської пропаганди.

Виклад основного матеріалу. Основними пропагандистськими концепціями, наявними у російській культурі, є:

«Велич держави»: ідея, згідно якої Російська держава протягом всього свого існування являла собою могутню в економічному та, в першу чергу, у військовому відношенні силу. Для концепції

характерною є міфологізація, періодично із доведенням до гротеску, історії Росії та світу, акцент на видатній особистій ролі правителів Росії.

Використання історико-культурного контексту. Прийом використовується відразу за або разом із впливом на емоції об'єктів впливу. Сутність полягає у тому, що істинність контенту не має значення: часто використовуються відверті фейки, псевдоісторичні та конспірологічні теорії (Chaban etc., 2023). В цілому російські пропагандисти позиціонують СРСР як своєрідну «золоту добу», яка вартує того, щоб до неї повернутися. Цей контекст та набір наративів є затребуваним, оскільки значна кількість росіян середнього та старшого віку відчують настрої суму та образи (*ресентіменту*) через розпад Радянського Союзу.

Надзвичайно велику роль в даній концепції відіграє **міфологізація історії Другої світової війни**, яку пропаганда демонструє у неправдиво-викривленому та підкреслено спотвореному вигляді. Зокрема, базова теза російського погляду на війну «діди воювали» є навмисним спотворенням реальних історичних фактів, створенням штучного образу радянського «воїна-визволителя» (Ільницький, 2022: 49).

«Образ ворога». Потреба в образі ворога, який загрожує державі в цілому та кожному її громадянину зокрема, є традиційною для диктатур – зокрема, путінської. Згідно із концепцією, ворог держави – це, зазвичай, «чужий» (той, хто належить до іншого народу, релігії, раси), який є надзвичайно злим та жорстоким (за визначенням та найпростішим протиставленням «хороший – поганий»), зчиняє жахливі злочини, але є приреченим на поразку.

Особливістю російської інформаційної реальності, створеної внаслідок багаторічної пропагандистської роботи, є те, що «ворог» у свідомості споживача контенту може бути за необхідності повністю зміненим в залежності від політичної або пропагандистської потреби. Зокрема, у культурних творах у якості «образу ворога» російська пропаганда зображала грузинів (у прив'язці війни РФ проти Грузії 2008 р.) та українців, а також представників т.зв. «колективного Заходу» у якості підбурювачів та замовників. Яскравим є те, що образ

українців у пропаганді еволюціонував від «непоганих» до «інших/поганих» (Sazhniev, Sułkowska, 2020: 311).

Пропаганда у кінематографі. Російська влада використовує у пропагандистських цілях як радянське, так і сучасне кіно. Так, художні фільми, зняті у СРСР, часто використовуються в Інтернеті (переважно в соціальних мережах) покадрово, фрагментами, а також повністю – із маніпулятивними підписами, які інтерпретують сюжет та біографії акторів в дусі пропагандистських наративів (зокрема, «величі Росії»).

Метою їх використання є:

- підкріплення та фіксація (як у пам'яті, так і у підсвідомості, із формуванням відповідних «якорів») ідеалізованого образу Радянського Союзу як утопічної країни «надії», стабільності та впевненості у завтрашньому дні для усіх її громадян, могутньої військової держави, яку «поважали» у всьому світі та «боялись» на т зв. «колективному Заході»;

- формування ресентиментальних настроїв у громадян РФ та російськомовних мешканців країн СНД. Основною цільовою аудиторією у даному напрямку роботи є люди середнього віку, які не бажають пригадувати негативні риси життя у СРСР (такі, як репресії, придушення розвитку особистості, дефіцит найнеобхідніших продуктів споживання, лицемірство з боку партійної системи КПРС й т.п.), але відчують сум за роками своєї молодості.

У повній мірі пропагандистські елементи спостерігаються у ряді популярних стрічок сучасного російського кіно. У першу чергу такими є «історичні» (фактично псевдоісторичні) фільми та телесеріали – переважно зняті на замовлення держави та за кошти з бюджету рф або т. зв. «патріотичних» або «православних» організацій.

Основними концепціями, які використовуються в сучасному російському кінематографі з пропагандистською метою, є:

- Пряма або завуальована ідеалізація НКВС СРСР як системи, яка нібито намагалась викоренити злочинність й іноземних шпигунів та за будь-яку ціну боронила інтереси радянської «великої держави». При цьому використовується концепція постправди, згідно із специфічною інтерпретацією її російською пропагандою. Вона у даному разі передбачає, що, оскільки зло та добро нібито дуже складно розрізнити, то у даному разі глядачеві варто обирати бік «своїх» або «добра» – НКВС СРСР.

- Ідеалізація КДБ СРСР як могутньої структури, що нібито стояла на сторожі державних та

народних інтересів від позіхань іноземних спецслужб, які постійно намагались нанести шкоду Радянському Союзу.

- Міфологізація російської історії. В сучасному історичному кіно (переважно у жанрі бойовика) Росія постає як велика мілітарна держава (або держава із безсумнівно «великим» майбутнім), яка під керівництвом мудрих, благородних та авторитетних правителів (Олександра Невського, Івана Грозного, Петра I) із блиском відбиває агресивні позіхання іноземних загарбників (лицарських орденів, поляків, шведів та ін.) або процвітає, незважаючи на підступи внутрішніх та зовнішніх ворогів. Відверто пропагандистський зміст несуть сюжетні вставки епізодів особистої доблесті російських володарів, які своїм внеском та хоробрістю переламують хід битви, та антиісторичні аналогії із сучасністю.

Яскравим прикладом цього, зокрема, є фільм «Слуга государев» (2007 р.), сюжет якого розгортається на фоні подій Північної війни (1700–1721 рр.). В ньому, зокрема, демонструється, як цар Петро I особисто прориває позиції шведської армії у бою під Полтавою (1709 р.) та надихає солдатів на перемогу. Після завершення битви у фільмі показано антиісторичний та відверто пропагандистський епізод, у якому росіяни, подібно радянським солдатам під час параду перемоги на Німеччиною 24 червня 1945 р., скидають у купу трофейні шведські штандарти (Слуга государев, 2007).

Міфологізація «Великої Вітчизняної війни». На відміну від радянського кінематографу, який показував перемогу у Другій світовій війні як подвиг народів СРСР, здобутий ціною значних жертв (хоч і у пом'якшеному в порівнянні із історичною реальністю варіанті), переважна більшість «військових» фільмів та телесеріалів виробництва РФ повністю спотворює історичні факти або акцентує увагу глядача на окремих «переможних» моментах (таких, як «мужня» боротьба НКВС та СМЕРШ із шпигунами та диверсантами). Війна у сучасному російському кіно є романтизованою, а перемога – неминучою та легкою; вона показана як красивий процес, що спонукає глядача до сприйняття концепції пропаганди «можемо повторити». Ряд фільмів акцентує увагу глядача на нібито значній ролі в перемогах над німецькими військами та шпигунами кримінальних елементів та «зеків», а також колабораціонізму українців.

Так, у популярному в 2000-х роках серіалі «Штрафбат» (2004 р.) показано, як усі види бойової роботи на фронті успішно виконує «штрафбат», який складається переважно із кримінальних

елементів за участю православного священника (який наприкінці сюжету бере безпосередню участь у бою) (Штрафбат, 2004). Це є відвертим викривленням історичної правди, але відповідає пропагандистським наративам (зокрема, про функцію священників РПЦ як ідеологів «руського міра») та концепції НКВС-КДБ щодо важливості співробітництва «органів» із кримінальними елементами як «соціально близькими».

Класичним у створенні «образу ворога» для сучасної Росії є фантастичний фільм «Ми з майбутнього-2» (2010 р.), який показує воїнів Української повстанської армії жорстокими вбивцями, а сучасних українців – знищувачами пам'ятників «воїнам-визволителям».

- Ідеалізація Й. Сталіна, який із тирана починає поставати у ролі, близькій до релігійної (фільми М. Михалкова «Втомлені сонцем-2. Цитадель», В. Сторожевої «Марія. Врятувати Москву» (2021)).

- Фільми про діючих або колишніх бійців російських спецпідрозділів, які, використовуючи нібито надефективну підготовку радянської та російської армії й спецслужб, успішно борються проти різноманітних антигероїв – як «внутрішніх» (бандитів, корумпованих чиновників, олігархів), так і «зовнішніх» (чеченців, грузинів, українців, американців й т.п.). Типові сюжети, запозичені із бойовиків американського виробництва, російський кінематограф використовує в якості реклами ЗС РФ як «другої армії світу» задля підтримки мілітаризації суспільства та поширення наративів ненависті до конкретних народів, яких пропаганда призначає «ідеальним ворогом» в даний конкретний момент часу.

Типовим зразком фільмів про «спецназ» й носієм майбутніх пропагандистських наративів у пропагандистському контексті початку 2000-х років стали фільми «Брат» (1997 р.) та, особливо, «Брат-2» (2000 р.), який відразу після виходу обрив статус культового й використовувався у виборчій кампанії Путіна у 2001 р. Головний герой обох стрічок, колишній спецназівець та учасник війни у Чечні, захищає ображених, навіть незважаючи на їхню невдячність, а у другому фільмі вбиває значну кількість українських емігрантів-«бандеровців» (Брат 2, 2000). Головний герой «Брата», Данила Богров, фактично побавлений рефлексій та сумнівів. Він чинить насильство, яке ставало морально прийнятним, оскільки було зумовлене нібито щирими та безкорисливими намірами. Фрази із фільму «Брат-2» «Вы мне, гады, ещё за Севастополь ответите!», «Русские на войне своих не бросают», «В чём сила, брат? Сила в правде. У кого правда – тот

и сильней» широко використовуються в інформаційній війні РФ проти України як пропагандистами, так і російськими офіційними особами (включно із В. Путіним).

Початок прямій кінопропаганді російської зовнішньої військової агресії було покладено із «операції із примусу до миру» Грузії у 2008 р. (фільми «Олімпус Інферно», «Серпень. Восьмого») (Олімпус Інферно, 2009). В них було закладено стандартні концепції, які широко використовувались у наступних кінопродуктах. Такими є:

- головний герой (герої), якому легко довіритись та співчувати (росіянин або наївний іноземець);

- жахливі події та злочини ворогів Росії, у вирі яких раптово опиняється герой. Події часто не мають сюжетного сенсу, але повністю відповідають штампам пропаганди щодо діяльності «ідеального ворога», визначеного російською владою таким на момент зйомок фільму;

- американські можновладці, яким вигідно те, що відбувається, та військові радники із США та Європи, що готують ворогів Росії та керують їхніми діями; західні медіа, які приховують злочини своїх союзників;

- чесність та справедливість росіян;
- героїчний спротив (фізичний або моральний) з боку героїв та місцевих мешканців (які, звісно, є прихильниками РФ);

- використання релігійного фактору (зокрема, демонстрація вбивств «ворогами» православних священників);

- раптова поява у вирішальний момент «кавалерії з-за пагорбів» – російських військових, які ефективно відновлюють справедливість.

Після анексії Росією Криму (2014 р.) було випущено ряд фільмів із аналогічними сюжетами, які «розвінчували» «український фашизм» та «колективний Захід», від яких нібито врятували кримчан російські солдати (стрічки «Російський характер», «Військовий кореспондент», «Кримський міст. Зроблено із любов'ю»). Аналогічно, війні на Донбасі в аналогічному ключі присвячено фільми «Донбас. Україна», «Солнцепьок» (апологетика ПВК «Вагнер»), «Ополченочка» (кінопродукт «ЛНР») (Кромф, 2022).

Яскравим продуктом відвертої кінопропаганди епохи широкомасштабної російської агресії проти України став кінофільм «Свідок» (2023 р.). Головний герой фільму, бельгійський скрипаль, за сюжетом опиняється у Києві після початку повномасштабної війни із РФ, Україна у фільмі є уособленням найпопулярніших фейків російської пропаганди. Так, згідно сюжету, українські військові,

які напередодні 24 лютого 2022 р. збирались напасти на Росію, вбивають та гвалтують мирних мешканців, вживають наркотики та є нацистами (є прихильниками Гітлера, читають *Main Kampf*, але ім'я Вагнера їм якимось чином «претит»).

Специфічною рисою російських пропагандистських кінопродуктів є їхня низька якість (примітивні сюжети із численними штампами, переважно маловідомі режисери та актори й т.п.).

Пропаганда у мультфільмах. Мультиплікаційний формат станом на 2024 рік не є провідним серед засобів впливу на населення. Однак, він є достатньо дієвим через яскравість «картинки» та націленість на дітей, які розглядаються путінським режимом як майбутня опора імперії. Пропагандистські наративи в російських мультфільмах з'являються нерегулярно, але у яскраво вираженій формі. В таких сюжетах із акцентом на популярні символи суспільної свідомості демонструється протистояння росіян (сильних, мужніх, спокійних та культурних, захисників ображених та рідної землі) та їхніх ворогів – зокрема, американців (дурних, підступних, неосвічених та безкультурних, що діють виключно завдяки техніці та обов'язково програвать).

У якості яскравих прикладів мультфільмів, що містять у собі пропагандистські наративи, можна виділити наступні:

- Мультиплікаційна серія «Десантник Степачкин» (2004 р.). За сюжетом, головний герой, син чиновниці, потайки від матері йде до лав ПДВ ЗС РФ, де стає елітним військовослужбовцем. У складі свого підрозділу він протистоїть американцям, які шахраюють на змаганнях (одночасно нав'язливо демонструючи «прапор ПДВ США»), але російські герої, звичайно, перемагають (Десантник Стёпачкин, 2004).

- «Дурацкий русский» (2012 р.) – 4-серійний короткометражний серіал, який отримав значну популярність на різних *Youtube*-каналах. Сюжет являє собою протистояння росіянина та яскраво розмальованої карикатури на Капітана Америку. Герої виконують дії, що відповідають їх шаблонно-пропагандистському образу: росіянин їсть кашу, п'є квас, майструє шпаківню, носить валянки й читає Достоевського, тоді як його опонент постійно раптом з'являється перед ним, щоб нав'язливо пропагувати символи американської масової культури (кока-колу, бургер, ковбойський одяг). Американець розмовляє із підкресленим акцентом, постійно кричить «USA» та ображає опонента, але наприкінці кожної серії програє сам по собі – без будь-якого втручання індиферентного та самодостатнього

росіянина (Дурацкий Русский, 2012). Незважаючи на невелику кількість випусків, серіал є яскравим вираженням антиамериканського компонента концепції російської пропаганди, заснованої на сукупності упереджених стереотипів та ідеї нібито існуючої культурної переваги росіян над «бездуховним Заходом».

- «Діти проти чарівників» (2016 р.) – повнометражна екранізація релігійно-пропагандистської книги 2004 р. За сюжетом, іноземні чаклуни (чия школа показана як спотворено-карикатурна версія Хогвартсу із «світу Гаррі Поттера») Дж. Роулінг) намагаються знайти ключ до прориву т. зв. «російського захисту» (російської духовності та моралі) задля знищення Росії. Наприкінці вони, однак, терплять поразку від хлопців-суворовців, які діють за завданням ФСБ із підтримкою православних священиків та ЗС РФ. Зокрема, у скрутній ситуації герої за допомоги молитви та хреста викликають на допомогу спочатку російський десант, а потім (у протистоянні військовим кораблям НАТО) – атомні підводні ракетоносці ВМС РФ (Дети против волшебников, 2016). Сюжет, заснований на спрощеному варіанті класичного міфологічного образу Героя, містить у собі значний набір конспірологічних штампів та пропагандистських кліше, є відверто призначеним для ідеологічної «обробки» дітей у псевдоправославно-мілітаристському дусі.

Пропаганда в музиці. Музикальну пропаганду в умовах сучасної Росії можна визначити як явище, при якому авторська музика несе в собі меседжі пропаганди та активно просувається владою як одночасно й всенародне, й загальнодержавне явище.

Протягом довгого часу систематичної роботи в цій галузі в РФ не проводилось. Пропаганда використовувалась переважно у передвибірчих концертних турах – як, наприклад, творчість «улюбленого гурту Володимира Путіна» «Любе» та пісня гурту «Білий орел» «А в чистом поле» (2001 р.). Яскравим моментом, який свідчить про належність пісні «А в чистом поле» до новітньої російської пропаганди, є її мілітаристська спрямованість (слова: «*Вся жизнь проплывает как будто во сне. А взглянешь на небо – там звезды в огне. А в чистом поле – система "ГРАД". За нами Путин и Сталинград*»). Цікавим є вставлення до тексту пісні слів німецькою мовою («*Soldaten, feuer! Spazieren "GRAD". Wir lieben Putin und Stalingrad*»), в чому простежується типовий для новостворюваної російської державної ідеології замаскований пієтет перед Третім рейхом та становлення культу особи В. Путіна (А в чистом поле, 2001).

Після ствердження режиму особистої влади Путіна у російському музичному просторі періодично з'являлись пісні із підкреслено патріотичним мотивом, які використовувались у провладних заходах. Зокрема, такою стала пісня О. Газманова «Вперед, Росія!», написана до святкування 70-річчя Перемоги у 2015 р., яка із 2022 р. широко використовується на провладних заходах.

Яскравий епізод, пов'язаний із музикою в пропагандистському аспекті, відбувся 23 лютого 2019 року. В цей день в Ісаакієвському соборі концертний хор Санкт-Петербурга заспівав пісню А. Козловського із нейтральною назвою «Про зарплатню військовослужбовців», але із багатозначним змістом. У пісні, зокрема, були слова, які викликали значний суспільний резонанс: «На подводной лодочке с атомным моторчиком Да с десятком бомбочек под сотню мегатонн ... Ты прости, Америка, хорошая Америка, Но пять сотен лет назад тебя открыли зря... Пополам гори земля неприятеля!» («На подводной лодочке...», 2019).

У 2019 році – на фоні агресії проти України, демонстрацій на телебаченні офіційної анімації із «аналоговнетной» російською зброєю, що знищує США, та образливих «жартів» В. Путіна із загрозами Заходу – підкреслено серйозне виконання пісні із таким змістом у Ісаакієвському соборі фактично явило собою інформаційну операцію та інструмент шантажу Заходу. Вочевидь, ще одним аспектом акції був зондаж суспільної думки щодо допустимості поширення в ній наративів готовності до ядерної війни із НАТО. Скандал, який розгорнувся після цього епізоду, вочевидь, показав владі помилковість концепції, через що вона на той момент не отримала підтримки та подальшого розвитку.

Із початком широкомасштабної агресії проти України 24 лютого 2022 р. російська влада, слідуючи радянському досвіду, почала використовувати із пропагандистською метою авторитет діячів культури – зокрема, естрадних артистів, співаків та музикантів, які задля отримання запрошень на офіційні концертні заходи та гонорарів із державного бюджету виступали в підтримку «СВО». Справжнім відкриттям та найефективнішим виконавцем російської музичної пропаганди з 2022 року став *Shaman* (Ярослав Дронов). Професійний співак, популяризація якого владою розпочалась із пісні «Встанем» (вперше виконаної за день до нападу на Україну 23 лютого 2022 р.), з початку агресії проти України був присутній на значній кількості концертних заходів «патріотичного» спрямування й став «обличчям» пропаганди в російській поп-музиці.

Особливістю творчості *Shamana* з точки зору техніки пропаганди є те, що відповідний вплив міститься не лише безпосередньо в словах його пісень, а у характерній для сучасного російського агітпропу роботі із емоціями (експресія артиста на сцені) та візуальними образами (візуальна естетика кліпів). У самих текстах наявні пропагандистські тези: «традиційні цінності» («Я русский, моя кровь от отца»), «патріотизм» та протистояння зовнішньому ворогу («День зажигая сердцами вверх подымается знамя», «Мы – никому не сломить, не живём на коленях», «Я русский всему миру назло» та ін.), готовність до смерті («Я русский, я иду до конца», «Я не сдамся, вперёд – и не шагу назад», «Это мой бой до последнего вдоха»).

Епізодом, що заслуговує на окрему увагу, став вихід у 2023 р. пісні *Shamana* «Мы», на яку було зроблено одразу два відеокліпи. Перший було випущено 12 квітня (у День космонавтики); в сюжеті показано дітей в однаковому одязі, які займаються спортом та робототехнікою, перемагаючи дорослих, при цьому діючи підкреслено дисципліновано (йдучи строем або встаючи у стрій) (Шаман – Мы, 2023). Прямими та неприхованими наративами даного сюжету є: велике минуле та майбутнє держави; велич Росії базується на молодому поколінні; однаковість, дисциплінованість та підкорення, які ведуть до розвитку та успіху.

Другий кліп, знятий на Червоній площі, було опубліковано на відеохостингу *Youtube* 20 квітня (в день народження А. Гітлера). Стилестика кліпу та особливості зйомки (акцент на нарукавній пов'язці у кольорах прапора та білявому волоссі артиста, міміка обличчя, жестикуляція) настільки нагадували візуальні образи Третього рейху, що викликала відторгнення у глядачів навіть із «патріотичного» табору рф.

Випуск зазначених кліпів, вочевидь, став пропагандистською акцією, яка мала виконати два завдання. Перше – донести до молоді, використавши популярного виконавця, традиційний пропагандистський наратив Третього рейху щодо долучення до «величі держави» дітей – у якості нового покоління, яке відкине старе та буде щиро підтримувати режим. Друге – зондаж того, як у суспільстві може бути сприйняте відкрите наближення до класичного нацизму (у його «естетичному» варіанті, із привабливими візуальними образами та ідеєю єдності усіх громадян заради виконання волі Держави).

Окрім зазначених вище, у соціальних мережах використовуються авторські твори антиукраїнського характеру у стилі «афганських пісень»,

які звеличують «ополченців» «ДНР» та «ЛНР» й учасників «СВО». Вони, однак, у більшості є не власне джерелами пропаганди, а наслідками її впливу на учасників агресії проти України з російського боку.

Висновки. В кіно та естрадній музиці РФ пропаганда станом на 2024 р. представлена не настільки широко, як це зазвичай можна спостерігати у таких державах, як СРСР або КНДР. Однак, вона присутня в даних сферах у якості елемента світоглядного впливу на внутрішню та зовнішню (російськомовних громадян закордонних країн) цільову аудиторію. Важливе місце у них мають окремі адаптовані до сучасності наративи епохи гітлерівської Німеччини – зокрема, про «удар в спину» як єдину причину розвалу СРСР.

Аналізуючи наявні твори, можна простежити еволюцію від прирівнювання сили та правди до спрощення та змальовування російським агітпро-

пом, зокрема, українців класичним «ідеальним» ворогом. Характерно, що станом на 2024 р., внаслідок трансформації російської пропаганди внутрішнього спрямування до рівня «знищити всіх українців», «вбити та пограбувати усіх, бо ми росіяни», концепції т. зв. «справедливості», закладені у «Браті-2», виявились для пропагандистських цілей занадто складними та такими, що вже не відповідають вимогам часу. Через це із усього змісту наступних фільмів у використанні пропагандистів залишились тільки вирвані з контексту цитати «росіяни своїх не кидають» та «сила у правді», які подаються у контексті більшості наративів задля підтримки агресії проти України.

Боротьба проти російської пропаганди є невід'ємною складовою визвольних сучасних змагань українського народу. Зокрема, вона має торкатись також й культурної сфери, в якій Україна не має права на програш.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «На подводной лодочке с атомным моторчиком» под куполом Исаакиевского собора. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qyePXs41rV8> (дата звернення: 19.11.2024)
2. Анимационный фильм «Дети против волшебников»: мультипликационный фильм / авт. сценарію Г. Скоморовський; реж. М. Мазуров ; оператор Г. Горбачевський; композитори М. Спельник, Ю. Акулінін. Росія, 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M0HEwEhpaZQ> (дата звернення: 19.11.2024)
3. Белый орёл «А в чистом поле». Росія, 2001. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=U29oWWJbPEQ> (дата звернення: 19.11.2024)
4. Брат 2 : художній фільм / авт. сценарію О. Балабанов ; реж. О. Балабанов ; оператор С. Астахов ; композитор В. Бутусов. Росія, 2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=K9TRaGNnjEU> (дата звернення: 19.11.2024)
5. Десантник Стёпочкин : мультипликационный фильм / Т. Курбаналиев. Росія, 2004 . URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W-ZjNTjet6g> (дата звернення: 19.11.2024)
6. Дурацкий Русский / студія Red Medusa. Росія, 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qjO17s9uqVQ> (дата звернення: 19.11.2024)
7. Ільницький В., Старка В., Галів М. Російська пропаганда як елемент підготовки до збройної агресії проти України. *Український історичний журнал*. 2022. № 5. С. 43–55.
8. Кромф І. Повнометражні снаряди війни: як Росія використовує кінематограф у пропаганді. *Суспільне: культура* : веб сайт. URL: <https://suspilne.media/culture/266695-povnometrazni-snaradi-vijni-ak-rosia-vikoristovue-kinematograf-u-propagandi> (дата звернення: 19.11.2024)
9. Мороз О. Як не стати овочем: інструкція з виживання в інфопросторі. Харків : Vivat, 2021. 208 с.
10. Олимпус Инферно : художній фільм. / авт. сценарію Д. Родимін та ін. ; реж. І. Волошин ; оператор І. Грінякін . Росія, 2009. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3rCLtux0PZQ> (дата звернення: 19.11.2024)
11. Слуга государев: художній фільм / авт. сценарію О. Рясков ; реж. О. Рясков ; оператор Д. Яшонков ; композитори С. Чекрижов, А. Пісклов. Росія, 2007. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c0NupvCv9Kg> (дата звернення: 19.11.2024)
12. Шаман – Мы. Росія, 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jkc1ysL2Fuk> (дата звернення: 19.11.2024)
13. Штрафбат : 1 сезон : телесеріал / авт. сценарію Е. Володарський ; реж. Н. Досталь ; оператор О. Родіонов ; композитор О. Шелигін. Росія, 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vqo7bVzHCA4> (дата звернення: 19.11.2024).
14. Chaban N., Zhabotyńska S., Knodt M. What makes strategic narrative efficient: Ukraine on Russian e-news platforms. *Cooperation and Conflict*. 2023. Vol. 58, issue 4. P. 419-571. [Electronic resource]. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/00108367231161272>.
15. Sazhniev M., Sułkowska J. Russian culture and management of meaning in introduction of political influence in Ukraine. *Journal of International Studies*. 2020. Vol. 13, issue (1). P. 310-323.

REFERENCES

1. «Na podvodnoy lodochke s atomnyim motorchikom» pod kupolom Isaakievskogo sobora ["On a submarine with a nuclear engine" under the dome of St Isaac's Cathedral] (2019) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qyePXs41rV8> [in Russian].
2. Deti protiv volshebnykh [Children against mages] (2016) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=M0HEwEhpaZQ> [in Russian].
3. Belyiy oryol (2016). «A v chistom pole» [«And in an open field»] [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=U29oWWJbPEQ> [in Russian].
4. Brat 2 [Brother 2] (2001) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=K9TRaGNnjEU> [in Russian].
5. Desantnik Styopochkin [Paratrooper Styopochkin] (2016) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=W-ZjNTjet6g> [in Russian].
6. Duratskiy Russkiy [Stupid Russian] (2012) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qjO17s9uqVQ> [in Russian].
7. Ilnytskiy V., Starka V., Haliv M. (2022) Rosiiska propaganda yak element pidhotovky do zbroinoi agresii proty Ukrainy [Russian Propaganda as an Element of Preparation for Armed Aggression Against Ukraine]. *Ukrainskiy istorychnyi zhurnal*, 5, 43–55. [in Ukrainian].
8. Kromf I. (2022) Povnometrazhni snaryady viiny: yak Rosiia vykorystovuie kinematohraf u propahandi [Long-length projectiles of war: how Russia use cinematography in propaganda]. *Suspilne : kultura*. [in Ukrainian].
9. Moroz O. (2021) Yak ne staty ovochem: instruktsiia z vyzhyvannia v infoprostorii [How not to become a vegetable: instructions for living in the information space]. Kharkiv : Vivat. [in Ukrainian].
10. Olympus Inferno (2009) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=3rCLtux0PZQ> [in Russian].
11. Sluga Gosudarev [The Sovereign's Servant] (2007) [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=c0NupvCv9Kg> [in Russian].
12. Shaman. Myi [We] [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=jkc1ysL2Fuk> [in Russian].
13. Shtrafbat : 1 sezon [Shtrafbat : 1 season] [videorecording]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Vqo7b-VzHCA4> [in Russian].
14. Chaban N., Zhabotynska S., Knodt M. (2023). What makes strategic narrative efficient: Ukraine on Russian e-news platforms. *Cooperation and Conflict*. 58(4), 419-571
15. Sazhniev M., Sulowska J. (2020). Russian culture and management of meaning in introduction of political influence in Ukraine. *Journal of International Studies*. 13(1), 310-323 [in English].