

# МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 7.049.2:32.019.5-042.4]:001.8(470)

## ГУМОР ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДИ (НА ПРИКЛАДІ РОСІЇ)

*Л. О. Мартинюк*

*Анотація.* Стаття присвячена дослідженню гумору як інструменту пропаганди на прикладі Російської Федерації. Авторка звертає увагу на багатофункціональність гумору в політиці, який виступає не лише інструментом налагодження та розвитку відносин між країнами, а й засобом просування національних інтересів. У статті розкрито зв'язок між гумором і пропагандою та окреслено основні механізми використання гумору з пропагандистською метою на прикладі Росії.

*Ключові слова:* гумор, гумор у політиці, пропаганда, наративи, Україна, Росія, російсько-українська війна.

Гумор у політиці, як і політична сатира, з часом набуває все більшої ролі у сфері публічної політики. Він є потужними інструментами впливу на психологію людей саме завдяки розважливій формі донесення інформації та може бути інструментом пропаганди. За допомогою гумору можна ефективно доносити важливу або суперечливу інформацію, інколи навіть образливу. Часто інформація, що подана у вигляді гумору або з елементами гумору, набуває певної властивості «вірусності», тобто зазнає значного поширення, що, власне, необхідно для здійснення пропагандистських дій [1].

Взаємодію гумору та пропаганди описують Д. Чернобров, Д. Інгерхоф, М. Кияк, С. Клейн, К. Ластовка, Я. Сартс досліджують гумор як інструмент публічної дипломатії. Тему гумору як інструменту пропаганди на прикладі Російської Федерації у своїх роботах використовують багато дослідників, із яких можна виділити В. Солов'яна, А. Хім'яка та З. Осіпова.

Мета цієї статті – виявити зв'язок між гумором і пропагандою та окреслити основні механізми використання гумору з пропагандистською метою на прикладі Росії.

На думку Д. Черноброва, використання гумору для розповіді про суперечливі зовнішньополітичні аспекти є доволі привабливим для зовнішньополітичних акторів, які мають за мету охопити якомога ширшу аудиторію [2]. Різні державні установи, до яких можна віднести посольства, активно впроваджують елементи гумору з метою збільшення охоплення та налагодження неформальної комунікації. Вони застосовують гумор і політичну сатиру у форматі новин, повідомлень, звернень та анонсів, які у своїй класичній формі можуть втратити свою ефективність та в разі зменшити аудиторію [3].

Щороку збільшується кількість держав, які сміливо використовують гумор для просування своїх інтересів або мають на меті поширення пропагандистських нарративів. Оскільки основною метою гумору є розсмішити людей та викликати в них яскраві емоції, це можна поєднати з виконанням певних стратегічних завдань, формуючи потрібний настрій або налаштованість, стійкі асоціативні ряди, метафори та символи, що запам'ятовуються.

Безсумнівно, однією з таких країн є Росія. Ця держава розбудувала дієву систему пропаганди і розгалужену мережу каналів комунікації [4]. Гумор з часом став дієвим і багатограним інструментом політики для РФ, який має великий вплив на російську та іноземну аудиторію. Так, навіть найдурніший жарт, який стосується життя опозиційних політичних осіб або іноземних політиків, епідемій, катастроф і навіть трагедій може викликати в аудиторії сміх і закарбуватися в пам'яті. Експерт М. Кияк зауважує, що саме такі теми і є основними для жартів російських діячів [5].

Головним завданням гумору у сфері кремлівської пропаганди є адаптувати повідомлення, не змінюючи його початковий зміст. Російські політики можуть це просувати не лише через статті, новини та заяви, а й через карикатури, меми та звичайні жарти, які із задоволенням споживає аудиторія [6].

Дослідники російської пропаганди сходяться на думці, що Кремль має чітко визначені зони впливу, на які поширює свої пропагандистські меседжі [4].

Умовно можна виділити три зони впливу:

- перша зона впливу – це сама Росія та її населення як головний форпост;
- друга зона впливу – це Східна Європа й Західна Азія, тобто переважно країни колишнього Радянського Союзу, на які Росія мала значний вплив та наразі зберігає його на більшій частині цих країн. Основна тематика жартів полягала в тому, що ці країни нестабільні та несувєренні, що вони знаходяться під впливом Заходу, на протигагу Росії, яка «не втручається у справи інших країн» та відрізняється своєю «стабільністю та суверенністю»;

- третя зона впливу – це країни балтійського регіону: Росія активно розпочала поширення своєї пропаганди на цей регіон після їх вступу до НАТО, хоч і до цього були такі спроби [4].

Варто зазначити, що використання Росією гумору як інструменту пропаганди не є чимось новим, оскільки сягає своїх витоків ще задовго до утворення СРСР та датується періодом першої половини XVIII ст. Саме тоді почало розвиватися використання карикатури як одного з перших жанрів гумору саме в політиці. З утворенням Радянського Союзу російська влада ще на початку його існування перетворила гумор, а особливо карикатуру, на потужну машину пропаганди (рис. 1). На той час виділяли безліч майстрів пропагандистських карикатур. Найвідомішими з них були М. Чемних, Б. Єфімов, Д. Моор, В. Дені та багато інших. Головною метою тодішніх карикатуристів було висміяти їхніх ворогів, наприклад, фашистську Італію, нацистську Німеччину та західні держави. Певні верстви населення Радянського Союзу, які вважалися ворожими владі, також могли стати героями таких карикатур. Про українців теж не забували: у період радянської індустріалізації та колективізації було чимало образливих жартів [1].

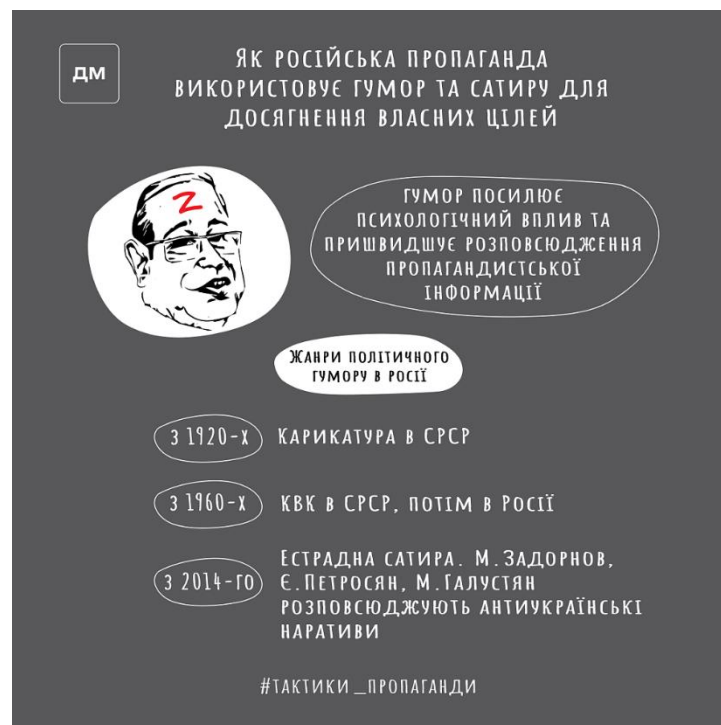


Рис. 1. Еволюція антиукраїнської пропаганди в гуморі

Джерело: ДМ [1]

Після відновлення Україною незалежності РФ розпочала просування пропагандистських наративів в українському інформаційному просторі за допомогою російського контенту. Із розвитком інформаційних технологій просування пропаганди в гумористичному ключі або з елементами сатири чи сарказму значно посилювалося. Пік розвитку – це путінська Росія.

Поки українці навіть не здогадувалися про російські плани з окупації Криму та східних областей нашої держави, Росія вдало насаджувала необхідні наративи з допомогою гумористичних шоу [5]. Так, КВК («Клуб веселих і кмітливих») став платформою поширення шовіністичних ідей і глузування, розповсюдження думки про «велич» Росії та недолугість усіх сусідніх із Росією держав, висміювання Заходу і США. Після окупації Криму Росією у 2014 р. жарти стали більш різкими. Теза «Крим – наш!», виступи артистів КВК в окупованих крим-

ських містах, мініатюри про мовний закон в Україні, образливі спічі про США і ЄС – далеко не повний перелік пропагандистських «жартів» у «Клубі веселих і кмітливих» [6]. Очільник К. О. Масляков є повним кавалером Ордену «За заслуги перед Батьківщиною» [6], що дає змогу зробити зрозумілі висновки щодо ефективності його діяльності (рис. 2).



Рис. 2. О. Масляков отримує нагороду від В. Путіна

Джерело: Шпальта [6]

Інше популярне в Росії та за її межами шоу «Comedy Club» починалося як адаптована російська версія американського формату вечірнього шоу «Stand Up Comedy», але воно поступово все більш відділялося за формою та змістом від оригінальної версії, ставши згодом також знаряддям російської пропаганди. Шовінізм і глузування з українців, представників Західної та Центральної Азії, нетолерантне ставлення до представників різних спільнот, звеличування «мудрого і врівноваженого» Володимира Путіна на фоні недолугих західних або українських політиків, висміювання політики «недружніх до Росії» держав стали постійними лейтмотивами шоу [7].

Підсумовуючи, можна виділити основні пропагандистські наративи, які Росія поширює за допомогою гумору:

- Українці – нерозумні люди, які носять шаровари та думають про сало.
- Росія та росіяни зокрема вищі за рівнем розвитку, ніж інші країни світу, а США та країни заходу відстають від неї у розвитку.
- Росію усі бояться, тому що у неї є ядерна зброя.
- В. Путін є найкращим президентом, на відмінну від лідерів інших держав.
- Історія Росії та її культура є унікальною, на відмінну від інших країн.
- Україна – частина Росії, яка повинна «возз'єднатися» з нею.
- Російська мова унікальна та має гарне звучання, порівняно з іншими мовами, особливо з українською, грузинською, вірменською, азербайджанською [5].

Сьогодні практично неможливо уникнути цих наративів, споживаючи російський розважальний контент. Будь-яке шоу, концерт, серіал насичені описаними вище ідеями і виступають своєрідною пропагандистською зброєю, яку Росія використовує на постійній основі.

Отже, варто наголосити, що Російська Федерація протягом століть просуває свої наративи, використовуючи широкий арсенал інструментів і технік. Російська влада поєднала гумор, мистецтво, пропаганду для поширення серед широкої аудиторії необхідних для них меседжів. Таку тактику можна вважати доволі ефективною, адже значна кількість людей у Росії та за кордоном споживають цей продукт. Фактично Кремль використовує гумористичні програми як вискоелективну зброю, яка дискредитує політику Заходу, збільшує підтримку політики Москви, а також активно нав'язує так звані «російські цінності», сенси і наративи.

*Abstract.* The article is devoted to the study of humour as a propaganda tool on the example of the Russian Federation. The author draws attention to the multifunctionality of humour in politics, which is not only a tool for establishing and developing relations between countries, but also for promoting their own interests. The article reveals the connection between humor and propaganda and outlines the main mechanisms of using humor for propaganda purposes on the example of Russia.

*Keywords:* humour, humour in politics, propaganda, narratives, Ukraine, Russia, Russian-Ukrainian war.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тактики: Як російська пропаганда використовує гумор та сатиру для досягнення власних цілей. #DisinfoChronicle. Кремлівська дезінформація щодо військового наступу на Україну. *Детектор медіа*. URL: <http://surl.li/rljhx>
2. Chernobrov D. Humor and Foreign Policy Narration: The Persuasive Power and Limitations of Russia's Foreign Policy Pranks. *OUP Academic*. URL: <https://academic.oup.com/isagsq/article/4/1/ksae007/7616249>
3. Гумор як знаряддя пропаганди: презентація дослідження. *Український кризовий медіа-центр*. 30.08.2023. URL: <http://surl.li/rljka>
4. Повержук В. «Шароварні» українці і «непереможна» ядерка – як РФ через гумор просувала пропаганду. *6262.com.ua – Сайт міста Слов'янська*. URL: <http://surl.li/rljlh>
5. Докієн О. Жарти інформвійни. Експерт Максим Кияк про пропаганду та роль гумору в ній. *Шпальта*. 21 березня 2019 р. URL: <http://surl.li/rljku>
6. Дуже чорний гумор: меми як інструмент російської пропаганди. *Український кризовий медіа-центр*. 05 вересня 2023 р. URL: <https://uacrisis.org/uk/duzhe-chornyj-gumor-memu-yak-instrument-rosijskoyi-propagandy>
7. Пропаганда в (НЕ) політичному KBH. *YouTube / Канал Vaibi*. 23 вересня 2023 р. URL: [https://youtu.be/nvbQBLvr\\_sY?si=9IRSgouLz0Ug7ixr](https://youtu.be/nvbQBLvr_sY?si=9IRSgouLz0Ug7ixr)
8. Пропаганда на Comedy Club. *YouTube / Канал Vaibi*. 23 вересня 2023 р. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Lqq7LUQxPro>

УКД: 327.8:32.019.51(477)

### МІЖНАРОДНИЙ СТАТУС УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРОТИСТОЯННЯ

*Ю. Д. Паламарчук*

*Анотація.* Розглядаючи українські засоби інформації, стаття має на меті, по-перше, розглянути та проаналізувати шлях України до євроінтеграції; по-друге, розглянути вплив агентури кремля на парадигму Україна – євроінтеграція; по-третє, розглянути та проаналізувати можливості для української держави після вступу до ЄС та НАТО.

*Ключові слова:* міжнародний статус, Україна, НАТО, ЄС, пропаганда.

Міжнародний статус України завжди був дразливим предметом для обговорення. Починаючи від перших років незалежності й до сучасних подій часів повномасштабного вторгнення, можна спостерігати активізацію типових для антиукраїнської пропаганди постулатів про нібито неіснування української держави, і як наслідок – неіснування України як суб'єкта на міжнародній арені.

Обговорюючи питання формування міжнародного статусу України під час війн і за часів післявоєнної відбудови, як самостійного члена на міжнародній арені, варто сказати, що український шлях до євроатлантизму часів незалежності мав декілька етапів: по-перше, починаючи від Леоніда Кучми, який підписав Будапештський меморандум (договір про ядерне роззброєння України) [1]; по-друге, ідея «Україна – член НАТО» фігурувала і була актуальною ще у 2000-х рр., коли з 2005 р. Віктор Ющенко почав проводити політику підготовки до майбутнього вступу України в НАТО (але у 2008 р. Німеччина разом з іншими членами НАТО відмовила Україні в членстві через її нібито слабе політичне становище) [2; 3]; по-третє, говорячи саме про євроінтеграцію України, варто сказати, що з одного боку, у 2000-х рр. проводилася активні євроінтеграційні кроки адміністрацією Ющенко, і з іншого боку, двояка політика Віктора Януковича, який, відмовившись підписувати документ про асоціацію України в ЄС, залишив країну у стані війни; по-четверте, за наступних президентів Петра Порошенка та Володимира Зеленського ситуація з євроінтеграцією набула покращення: у 2018 р. було під-