

МАСОВА АНІМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: АНАЛІЗ МУЛЬТФІЛЬМУ «ТРИ БОГАТИРІ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі проаналізовано серію мультфільмів «Три богатирі» як масовий анімаційний продукт, який формує історичну й культурну ідентичність та громадську думку через приховані політичні та культурні меседжі. Розглянуто сюжетні, візуальні та символічні елементи, що транслюють ідеологічні смисли та впливають на сприйняття історії Київської Русі.

Ключові слова: громадська думка, «Три богатирі», анімаційний фільм, політична комунікація, Київська Русь, російська культурна спадщина, ідеологічний вплив, історична інтерпретація.

Abstract

The paper analyzes the animated film series Three Heroes as a mass-produced animation product that shapes historical and cultural identity and public opinion through implicit political and cultural messages. The study examines narrative, visual, and symbolic elements that convey ideological meanings and influence the perception of the history of Kyivan Rus'.

Keywords: public opinion, Three Heroes, animated film, political communication, Kyivan Rus', Russian cultural heritage, ideological influence, historical interpretation.

Засоби масової інформації (ЗМІ) є невід'ємним елементом у кожній країні, відіграючи важливу роль у обміні думками та поширенні ідей, що впливають на формування громадської думки. У наш час обсяг інформації настільки великий і різноманітний, що його неможливо охопити повністю навіть окремішій особі або групі фахівців. Саме тому основне завдання ЗМІ полягає в доборі найважливішої інформації та її донесенні до аудиторії в максимально зрозумілій формі. Відбір новин і їхнє трактування відображають суспільні відносини, які змінюються під впливом політичних, економічних і культурних перетворень. Роль ЗМІ полягає також у підтримці основ демократичної системи, таких як відкриті обговорення, ухвалення рішень та безперервний обмін ідеями й інформацією [1]. Цей процес тісно пов'язаний із впливом громадської думки на формування державної політики та демократичних практик, оскільки вона визначає пріоритети, оцінки та соціальні настрої, що впливають на прийняття рішень органами влади та легітимізацію політичних рішень [2, 3]. Через масові комунікаційні канали, зокрема ЗМІ та розважальні медіапродукти, громадська думка отримує додаткові механізми формування та поширення своїх оцінок і уявлень, що робить медіа важливим інструментом соціальної та культурної комунікації.

Масова анімація як складова сучасного медіапростору часто сприймається виключно як розважальний продукт, особливо коли йдеться про контент, орієнтований на дітей і сімейну аудиторію. Водночас саме така форма робить анімаційні фільми ефективним інструментом комунікації, здатним передавати соціальні, культурні та політичні смисли у прихованому вигляді. Через гумор, знайомі образи та динамічний сюжет мультфільми формують уявлення про історію, владу та систему цінностей, не викликаючи у глядача відчуття прямого ідеологічного впливу.

Показовим прикладом такого медіапродукту є серія анімаційних фільмів «Три богатирі», створена студією «Мельница Animation». Мультфільм позиціонується як легкий сімейний контент, заснований на мотивах давньоруських билин, однак його зміст виходить за межі нейтральної казки. Звернення до образів Київської Русі, постійна присутність Києва як символічного центру подій та використання історичних мотивів створюють враження апеляції до «спільного історичного минулого», яке в російському культурному дискурсі часто інтерпретується як єдина спадщина та використовується для зближення образів Київської Русі й сучасної російської ідентичності [4].

Особливу роль у цьому процесі відіграє візуальне наповнення мультфільму. Хоча дія формально відбувається у просторі Київської Русі, її образи конструюються через елементи, характерні саме для

російської культурної традиції. Персонажі з'являються у кокошниках, сарафанах, косоворотках, лаптях, використовуються предмети побуту на кшталт самоварів і матрьошок. Такі деталі не відповідають історичним реаліям Київської Русі, проте формують у глядача стійкий асоціативний зв'язок між образом Русі та російською культурою. У результаті історична спадщина Київської Русі подається як позанаціональна й фактично інтегрується в сучасний російський культурний нарратив [4-7].

Це підсилюється авторською позицією, згідно з якою історія мультфільму проголошується «інтернаціональною». Ігнорування національного та культурного походження богатирів дозволяє уникати чіткої історичної конкретики й водночас сприяє розмиттю ідентифікаційних кордонів. Така подача формує уявлення про Київську Русь як абстрактний «спільний простір», відокремлений від сучасного українського історичного контексту, і сприяє закріпленню ідеологічного ототожнення історичної Русі з російською державністю [4, 7].

Водночас у мультфільмі простежується специфічне ставлення до альтернативних культурних і соціальних моделей. Персонажі або явища, що уособлюють зовнішні впливи, прагнення змін чи «іншого» способу життя, подаються як джерело нестабільності, хаосу або загрози усталеному порядку. Це проявляється не лише на рівні візуальних рішень, а передусім через сюжет і поведінку героїв: такі персонажі діють егоїстично, порушують правила або намагаються змінити існуючий лад, що в межах нарративу оцінюється негативно. У такий спосіб формується уявлення про «своє» як безпечне й правильне та «чуже» – як небезпечне й деструктивне, без необхідності прямого проголошення цих ідей [4-7].

Сюжетна організація мультфільму також відтворює певну модель влади. Князь постає як центральна фігура, рішення якої не підлягають сумніву чи обговоренню. Богатирі, попри власну силу й героїзм, виступають виконавцями його волі, навіть у ситуаціях, коли накази виглядають нелогічними. Відсутність критики або відкритого спротиву нормалізує авторитарну модель управління та подає її як природний порядок речей [4-7].

У результаті мультфільм транслює багаторівневе повідомлення. На поверхневому рівні це динамічна й гумористична історія про дружбу, відвагу та боротьбу зі злом. На глибшому рівні – специфічна інтерпретація історії, у якій Київська Русь позбавляється власного національного контексту, російські культурні маркери подаються як універсальні, а альтернативні моделі мислення або розвитку – як загроза стабільності. Поєднання цих смислів із розважальною формою знижує критичне сприйняття й робить вплив менш помітним [5, 7].

Тривалий час «Три богатирі» сприймалися більшістю глядачів як аполітичний розважальний продукт. Однак після початку повномасштабної війни Росії проти України ставлення до мультфільму суттєво змінилося. У соціальних мережах і на YouTube з'явилися численні розбори, у яких глядачі звертають увагу на спотворення історії, привласнення спадщини Київської Русі та ідеологічні підтексти. Ці обговорення свідчать про зростання критичного переосмислення контенту та усвідомлення того, що масова анімація може виконувати функцію політичної комунікації [6, 7].

Таким чином, мультфільм «Три богатирі» є прикладом того, як популярний анімаційний продукт здатен формувати історичні уявлення та соціальні установки не через прямі заяви, а через систему образів, сюжетів і символів. Його вплив визначається не лише рівнем популярності, а й тим, наскільки глядачі готові помічати та критично осмислювати закладені смисли, що робить аналіз таких медіапродуктів важливим у контексті сучасної політичної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Слободянюк А. В., Григоруку Н. Р. Дослідження ролі мас-медіа в процесах демократизації та розвитку громадянського суспільства [Електронний ресурс] // Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2025). Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. Вінниця: ВНТУ, 2025. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2025/paper/view/22229> (дата звернення: 15.01.2026).
2. Слободянюк А. В. Вплив громадської думки в процесі формування державної політики // Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища : кол. монографія. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2021. Розд. 1.4. С. 28-33. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/41355>. (дата звернення: 15.01.2026).
3. Слободянюк А. В. Роль громадської думки у процесі демократизації влади (історико-соціологічний аспект). Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Серія «Соціологія. Психологія. Педагогіка». Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. Вип. 10. С. 17-20. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/11503>. (дата звернення: 15.01.2026).
4. Кравченко М. Мистецтво пропаганди: російські мультфільми як окремий його вид. Ukraine - World. 2022. 10 липня. URL: https://www.ukraineworld.com/2022/07/blog-post_10.html (дата звернення: 15.01.2026).

5. Вельч В. Як російські мультфільми впливають на наших дітей і чому це небезпечно. Українська правда. 2018. 1 жовтня. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2018/10/01/233382/> (дата звернення: 15.01.2026).

6. Суспільне Культура. Говорите з дітьми РОСІЙСЬКОЮ?! Пояснюємо, як це на них впливає, 2024. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bLZIKЕe7IS4> (дата звернення: 15.01.2026).

7. SPRAVDI. Як пропаганда РФ дістає наших дітей. Небезпечні мультфільми, які дивляться діти | DOVIDKA.INFO, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2CKwdVIRpјg> (дата звернення: 15.01.2026).

Макогін Ульяна Олександрівна – студентка групи 2КІТС-236, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Слободянюк Анатолій Володимирович** – к. соц. н., доцент кафедри суспільно-політичних наук, науковий керівник лабораторії соціологічних досліджень Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Makohin Uliana O. – student of group 2KITC-236, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Slobodyanyuk Anatoly V. – PhD in Sociology, assistant professor of social and political sciences, scientific director of the laboratory of sociological researches Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia.