

УДК [070:487+741.5]:94(477)«1941/1991»

КОНСТРУЮВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ «УКРАЇНСЬКОГО БУРЖУАЗНОГО НАЦІОНАЛІСТА» В КАРИКАТУРАХ ЖУРНАЛУ «ПЕРЕЦЬ» (1941–1991 рр.)

РОДИГІН Костянтин,

канд. філософ. наук, доцент,

Донецький національний університет імені Василя Стуса, вул. 600-річчя, 21, Вінниця, 21021, Україна, e-mail: k.rodygin@donnu.edu.ua

Дослідження візуального контенту медіа як інструмента пропаганди та інформаційно-сміслових воєн є актуальною проблемою сьогодення. Метою цієї статті є аналіз і систематизація ознак візуального образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах українського радянського сатиричного журналу «Перець» за період 1941–1991 рр., дослідження його змін у часі. Наукова новизна роботи полягає в комплексному розгляді цієї недостатньо дослідженої теми з використанням кількісного підходу.

Показано, що досліджуваний образ у цілому ґрунтується на візуальному образі «петлюрівця». Поширеною є асоціація зі США та нацизмом. У 1970-х рр. цей образ систематично сполучається з мотивом «ворожих радіоголосів», частіше зазнає дегуманізації у вигляді собаки. Динаміка популярності теми корелює з ідеологічно важливими ювілеями. У 1980-і рр. кількість публікацій за темою падає, а після 1987 р. вони зникають.

Ключові слова: журнал «Перець», карикатура, образ ворога, СРСР, «український буржуазний націоналіст».

CONSTRUCTING THE VISUAL IMAGE OF A «UKRAINIAN BOURGEOIS NATIONALIST» IN THE CARTOONS OF THE «PERETS'» MAGAZINE (1941–1991)

The study of the visual content of the media as a tool of propaganda and information and semantic warfare is an urgent problem today. The purpose of this work is to analyze and systematize the features of the visual image of a «Ukrainian bourgeois nationalist» in the cartoons of Soviet Ukrainian satirical magazine «Perets'» («The Pepper») in 1941–1991, to consider the changes of this image over time. The scientific novelty of the work lies in the comprehensive consideration of this insufficiently researched topic using a quantitative approach. The studied image was generally based on the «Petliurist» visual image. Association both with the USA and Nazism was widespread. In the 1970s, this image was systematically combined with the motif of «hostile radio voices», more often undergoing dehumanization in the form of a dog. The dynamics of the popularity of the topic correlated with ideologically important anniversaries. In the 1980s, the number of publications on the subject decreased, and after 1987 they disappeared.

Key words: «Perets'» magazine, cartoon, enemy image, USSR, «Ukrainian bourgeois nationalist».

Вступ. В умовах сучасних інформаційно-сміслових воєн візуальний контент різних типів медіа може відігравати вирішальну роль у формуванні певних установлених образів, стереотипів, паттернів масової свідомості, здійсненні спрямованих інформаційно-психологічних операцій. Тому вивчення генези, способу існування і механізмів функціонування візуального (зображального) контенту медіа видається безперечно актуальним завданням.

У реаліях цифрової епохи поєднання нових технологій поширення інформації, візуальних образів-мемів, емоційно-маніпулятивних медіавірусів, можливостей анонімності та псевдонімності створило новий інформаційний простір із новими можливостями сміслових впливів на маси, зокрема у зручній для засвоєння формі – через сміхову культуру. Проте спосіб дії інтернет-мемів із їх сміховим характером,

© Родигін К., 2021

інтертекстуальністю, частим поєднанням-зіставленням зображального і текстового компонентів не є новим: подібними властивостями володіє набагато давніший і дотепер актуальний жанр – карикатура [12; 14, с. 462].

Згідно з енциклопедичним визначенням, карикатура – це комічно викривлений малюнок чи подоба певного об'єкта, створені з сатиричною чи сміховою метою щодо останнього. У пресі карикатури використовуються як спосіб соціально-політичного висловлювання, вираження авторської чи редакційної думки, як візуальний дотеп тощо [11]. Завдяки спрощенню, перебільшенню та акцентуванню певних рис зображуваного карикатура набуває властивостей узагальнення, типізації, концентрованого емоційного впливу. У дослідженні карикатур як засобу соціальних комунікацій Л. Абрагам зауважує, що їх гумор походить від здатності деконструювати складні ідеї за допомогою символічних образів, найвищої форми дотепу [10, с. 121]. Відтак, щоб розуміти сенс карикатури, слід «бути знайомим із загальноприйнятим значенням культурних джерел символу» [10, с. 156]. Нині жанр карикатури не втратив актуальності і, попри певні упередження щодо несерйозного, розважального, ситуативного і недовговічного характеру таких творів, карикатури відіграють помітну роль в соціальних комунікаціях [10] і нерідко спричиняються до актуалізації фундаментальних конфліктних питань (див.: [13; 14]).

Журнал «Перець» як провідне гумористично-сатиричне видання радянської України закономірно приділяв карикатурам велику увагу поряд із традиційними жанрами памфлетів, фейлетонів, гуморесок, листів до редакції тощо.

Проблематику журналу в різних аспектах розглянуто в роботах сучасних українських дослідників [1–9]. Зокрема, К. Єремєєва звертає увагу на складну і приховану діалектику «гумору-зброї» та «гумору-розваги» в умовах диктату серйозності офіційної ідеології, коли внаслідок процесів внутрішньої еволюції радянського сатирично-гумористичного дискурсу відбувається поступовий дрейф у напрямку «гумору-розваги» при одночасному незмінному декларуванні відданості ідеалам гумору і сатири як «зброї партії» [3, с. 138-139].

Зі свого боку, О. Гела робить спробу порівняння карикатур «Перця» з явищами симулякрів, симуляції, чотирма фазами розвитку образу за Ж. Бодріаром: «доброякісне відображення» реальності; «злорякісне відображення», що маскує та спотворює фундаментальну реальність; образ, що маскує відсутність реальності, видаючи себе за автентичну копію; образ як абсолютна симуляція, що не має стосунку до будь-якої реальності [2, с. 46]. Дослідниця доходить висновку, що якщо на ранніх етапах розвитку карикатур «Перця» домінують перші два різновиди образів, то пізніше – третій та четвертий. В іншому дослідженні матеріалів «Перця» [1] О. Гела використовує перспективні сучасні методи контент-аналізу і створення баз даних.

Журнал «Перець», його тематика, зміст і спрямування зазнавали певної еволюції [6, с. 112-113], хоча і в чітко заданих межах ідеологічного поля. Об'єктами критики «Перця» ставали як окремі негативні явища і «внутрішні вороги» [8] в радянському соціумі (проте не радянська система як така, принаймні до кінця 1980-х рр.), так і західний капіталістичний світ (постійні рубрики «Нотатки про їхні порядки», «Вісті з того світу» тощо [7, с. 57]). Важливою частиною цієї критики було конструювання і типізація образів «ворогів радянської влади» – від історичних опонентів більшовицької революції до актуальних військово-політичних супротивників – нацистів/фашистів, «західних імперіалістів» на чолі зі США (див.: [9]), пізніше – «сіоністів», «китайських гегемоністів» тощо. Оскільки одним із аспектів діяльності журналу було формування ідентичності «радянського українця» і українського радянського патріотизму [5, с. 159], закономірною видається й поява на сторінках «Перця» специфічного «образу ворога», що описується ідеологічним кліше «український буржуазний націоналіст».

На тлі сучасних досліджень щодо місця й ролі «Перця» в офіційному та неофіційному гумористичному дискурсі [3; 4], висвітлення в часописі тем «капіталістичного

Заходу» [7; 9], української радянської ідентичності [5], «внутрішніх ворогів» [8], інтелігенції [2], антирелігійної пропаганди [1] тощо, образ «українського буржуазного націоналіста» на сторінках журналу і зокрема його візуальний аспект видається недостатньо вивченим. Ця тема потребує окремої розвідки з застосуванням кількісного підходу. Проведення такого дослідження становить наукову новизну статті.

Метою роботи є аналіз і систематизація візуальних проявів та ознак образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець» за період 1941 – 1991 рр., дослідження змін цього образу в часі.

Відповідно до мети роботи сформульовано такі *завдання*:

Визначити і описати:

- найпоширеніші візуальні маркери образу «українського буржуазного націоналіста» (далі – УБН) в карикатурах журналу «Перець» у зазначений період;

- візуальні маркери образу УБН та їх сполучення, що мають меншу частотність, проте є характеристичними; їх зміни;

Дослідити динаміку використання у карикатурах таких мотивів і сюжетів:

- УБН у контексті теми «ворожих радіоголосів» і спряжені з цим тенденції;

- візуальне протиставлення «УБН проти радянської України»;

- загалом тема УБН протягом досліджуваного періоду.

Методологія дослідження включає методи спостереження, контент-аналізу, узагальнення, порівняння, квантифікації, візуалізації даних. Джерельна база включає загалом 1091 номер журналу «Перець» (3 номери за 1941 р., 11 за 1943 р., 1 за 1945 р., по 24 номери щорічно за 1947–1990 рр., 20 номерів за 1991 р.). Методом спостереження виявлялися матеріали з візуальним образом УБН, інформація заносилася в електронну таблицю: рядки – окремі матеріали (спостереження), стовпці (поля) – рік, номер, окремі візуальні ознаки-маркери (присутній – «1», відсутній – «0»). Розглядалися як самостійні карикатури, так і карикатури-ілюстрації до текстових матеріалів (памфлетів, фейлетонів тощо). В останньому випадку кілька карикатур-ілюстрацій до одного матеріалу вважалися одним матеріалом, і візуальні маркери наявних на них персонажів записувалися в один рядок таблиці. Подальша обробка масиву даних дозволила встановити сумарні та процентні показники входжень того чи іншого візуального маркера в загальний масив, визначити розподіл тих чи інших ознак по роках, десятиріччях і по номерах річного циклу, дослідити їх динаміку та еволюцію. Отримана загальна картина аналізувалася в контексті історичних епох функціонування радянської ідеологічної системи.

Результати й обговорення. За результатами спостережень загальна кількість візуальних матеріалів про УБН у дослідженому масиві становить 179.

Розподіл цих матеріалів по роках видання журналу представлено на Рис. 1.

Як видно з діаграми, максимумами використання образу УБН у карикатурах «Перця» припадають на 1957, 1967 і 1982 рр. Перші два піки вочевидь пояснюються ювілейними датами – річницями Жовтневої революції, коли в матеріалах робився посиленний акцент на тріумфі радянської влади і відповідно на висміюванні її ворогів, минулих та теперішніх. Загальний розподіл матеріалів по номерах річного циклу (Рис. 2) зі свого боку виявляє подібну тенденцію: пік припадає на двадцяті номери (жовтень). Проте першість за кількістю карикатур на УБН в одному числі протягом всього досліджуваного періоду тримає №23 за 1967 р., присвячений іншому ювілею – 50-річчю радянської України. Локальний пік 1982 р. можна було б гіпотетично співвідносити з 65-річчям революції та 60-річчям СРСР, проте цим датам у 1982 р. передувало масштабне відзначення 1500-річчя Києва з відповідною потужною історико-культурною та ідеологічною кампанією, прочитанням киево-руської спадщини в дусі «колиски трьох братніх народів» – українського, російського та білоруського – з проєкцією на «нову історичну спільність – радянський народ». Інтенсифікація кампанії проти УБН у цьому контексті виглядає закономірно.

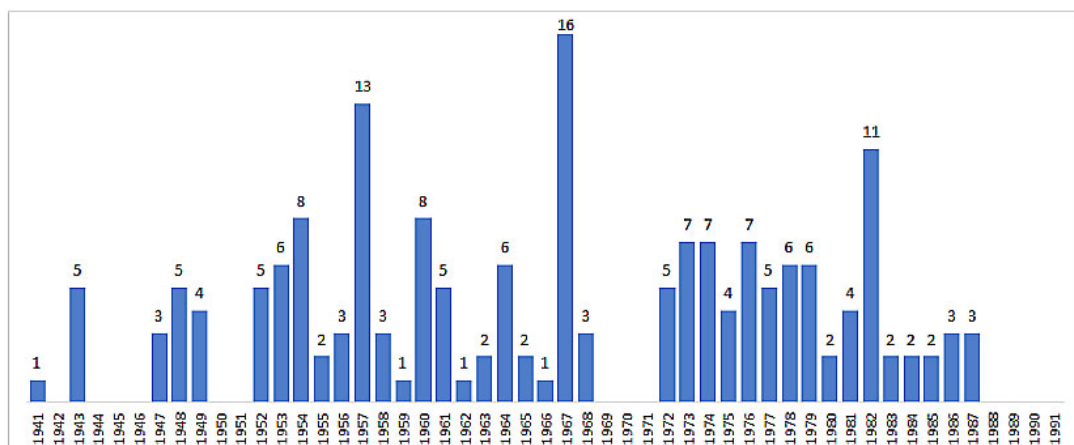


Рис. 1. Кількість матеріалів із візуальним зображенням УБН у журналі «Перець» за 1941–1991 рр. (по роках)

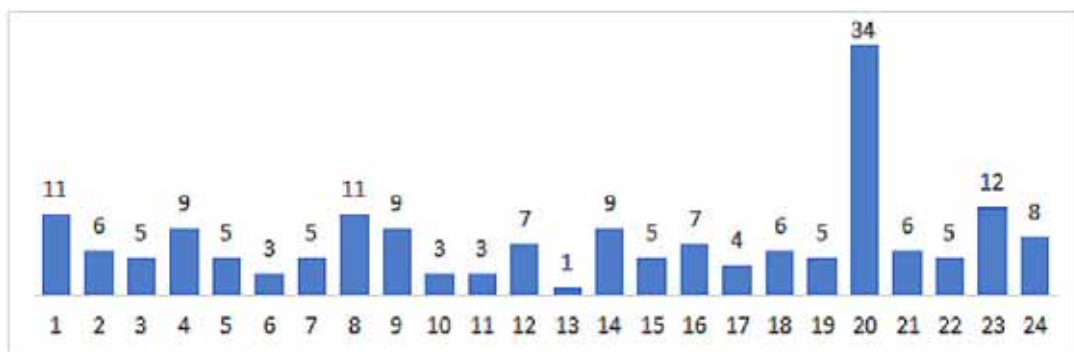


Рис. 2. Розподіл візуальних матеріалів про УБН по номерах річного циклу

У 1970-х рр. звернення до образу УБН стають регулярнішими, систематичнішими, менше прив'язаними до ідеологічних річниць. Якщо ж об'єднати масиви даних по десятиріччях (Рис. 3), виявляється, що загалом тематика УБН у карикатурах «Перця» сягає апогею в 1970-х рр., проте є вельми затребуваною і в 1950-60-х рр. У 1980-і рр. на тлі кризи радянської системи, подальших процесів Перебудови і руйнування комуністичної моноідеології відбувається спад інтересу до цієї теми – спочатку

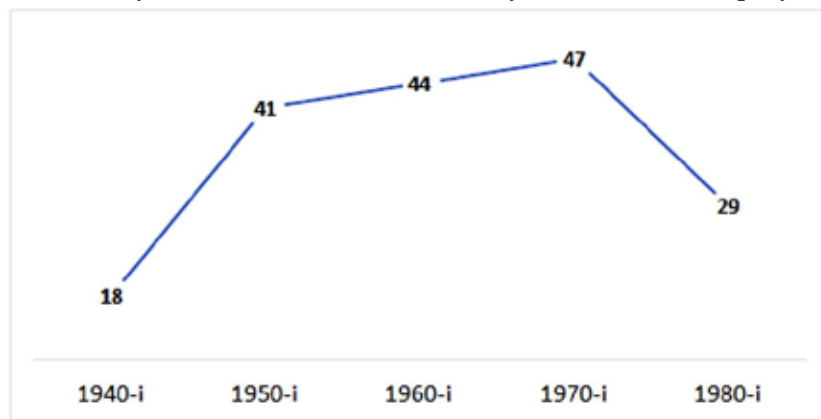


Рис. 3. Розподіл візуальних матеріалів про УБН у «Перці» по десятиріччях

поступовий, а потім різкий: після №16 за 1987 р. карикатури на УБН у «Перці» зникають повністю.

Аналіз наявного масиву візуального контенту дозволив визначити, які маркери є найпоширенішими, а отже найбільш харак-

теристичними для конструювання типізованого образу УБН на сторінках «Перця» (Таблиця 1).

Таблиця 1. Топ-10 візуальних маркерів образу УБН у карикатурах «Перця»

№ з/п	Візуальний маркер	Кількість входжень	% від загальної кількості матеріалів
1	Шапка зі шликом	137	77 %
2	Тризуб	133	74 %
3	Предмети етнічного одягу	104	58 %
4	Синьо-жовті кольори	87	49 %
5	Персонаж побитий / скалічений / уражений	68	38 %
6	Предмети західного костюма	61	34 %
7	Персонаж – обірванець	56	31 %
8	З'являється разом із американцями	53	30 %
9	Свастика	48	27 %
10	З'являється разом із нацистами	46	26 %

Отже, найбільшу частотність і характеристичність мають такі візуальні маркери, як шапка зі шликом – відмітний головний убір «петлюрівця», – та тризуб, що функціонує тут як лаконічна й унікальна емблема, однозначно співвіднесена з ідеєю самостійної нерадянської України. В парадоксальний спосіб такі карикатурні зображення сприяли збереженню в Україні пам'яті про цей національний символ і його геральдичний потенціал. Зокрема, один зі співавторів проекту Малого державного герба України, прийнятого у 1992 р., художник Олексій Кохан, до того створював карикатури для «Перця».

Таким чином, образ УБН у «Перці» візуально будується перш за все як образ «петлюрівця», що відсилає до подій 1917–1921 рр. і вже був сформованим, усталеним та знайомим аудиторії. Відтак, враховуючи здатність карикатури до узагальнення образу, перетворення його на символ або й взагалі на симулякр – копію без оригіналу, що продовжує відтворюватися, коли оригінал уже не існує або й не існував взагалі [2, с. 46], можемо дійти висновку, що найхарактерніший візуальний маркер УБН – «петлюрівська» шапка – може розглядатися як своєрідний симулякр, перенесений на нові історичні реалії з метою конструювати і тиражувати певний образ без огляду на реалістичність відображення. Це додатково ілюструють випадки, коли на карикатурах «петлюрівський» шлик виявляється гротескно пришитим до європейського капелюха або навіть циліндра на персонажі.

Інший характеристичний маркер УБН – радше в модусі «бандерівця» 1940–50-х рр. – кашкет-мазепинка, є набагато менш популярним у карикатурах «Перця» (13 входжень, 7 %). Він значно поступається шапці зі шликом за частотністю, та й набуває рис характеристичного маркера доволі пізно: спостерігаємо поступове збільшення частки цього елемента з 1960-х по 1980-і рр. (Рис. 4). Разом із мазепинкою, щоб зробити образ більш впізнаваним, використовується тризуб.

Синьо-жовте сполучення кольорів (як прапор, кольори костюма персонажа, елементи оформлення) теж є характеристичним, проте менш поширеним, оскільки не всі карикатури були кольоровими. Часто синьо-жовті кольори має шлик «петлюрівської» шапки персонажа, а наконечником шлика є графічно спрощений тризуб.

Помітним візуальним маркером образу УБН є предмети етнічного одягу – вишиванка, шаровари, жупан тощо. Проте вони не є унікальними ознаками саме цьо-



Рис. 4. Відмітний головний убір як візуальний маркер УБН у карикатурах «Перця»

вишиванку і широкі червоні шаровари, має довгі вуса і оселедця. У подальшому Перець набуває вигляду власне антропоморфного перця і перевдягається в червоний костюм-трійку, але іноді з'являється і в народному одязі. Вочевидь, щоб розмежувати позитивне і негативне навантаження цієї візуальної деталі, з'являється мотив вишиванки з орнаментом у вигляді «петлюрівських» тризубів або нацистських свастик. Окремим випадком традиційних, етнічних та козацьких мотивів у одязі персонажа є черкеска, яка співвідноситься винятково з особою гетьмана Павла Скоропадського – це частина його усталеного образу, заснованого на історичних фотографіях. Проте в деяких випадках і гетьман отримує не гетьманську, а «петлюрівську» шапку, яку напевно не носив.

Також елементи українського етнічного одягу можуть сполучатися з елементами західного костюма – капелюхами, піджаками, метеликами, фраками, – що створює певний комічний ефект. Зокрема, одяг на кшталт фрака співвідноситься з УБН у ролі «лакея капіталістів». Порівняно часто (56 входжень, 31 %) УБН зображується в обіраному, заплатаному одязі, іноді без взуття; побитим (68 входжень, 38 %): у бинтах, з пластирем на обличчі, підв'язаною щелепою тощо, або зазнає нищівного удару від радянських сил, символізованих, наприклад, червоними багнетами, безпосередньо в сюжеті карикатури.

Відносно поширеним є зображення УБН в ролі жebraка (17 входжень, 9 %), лакея або слуги (15 входжень, 8 %), маріонетки, ляльки або знаряддя в руках ворогів радянської влади (16 входжень, 9 %). У сюжеті з образом УБН-жебрака зазвичай з'являється персонажікація США – Дядько Сем, який дає тому долар. У відносно рідкісному сюжеті персонаж-«перевертень» прислужується різним господарям (полякам, німцям, американцям), зокрема вдягаючи різну форму (6 входжень, 3 %).

На окрему увагу заслуговують атрибути, знаряддя та зброя, з якою зображуються УБН (Таблиця 2).

Отже, найчастіше УБН на карикатурах має при собі американські долари – символ служби ворожим силам капіталізму, що маркує УБН як «запроданця», – та/або зброю, що асоціюється з розбійництвом, варварством і підступністю, створює образ «бандита», «різуна», «сокирника». Не набагато менш поширена вогнепальна зброя, проте вона не має таких різких емоційних конотацій і формує радше образ «ворога» взагалі. Приблизно таку саму частотність має булава – традиційний символ гетьманської влади, проте тут вона не обов'язково є атрибутом гетьманців або особисто П. Скоропадського (на відміну від згаданої черкески). Булава, вочевидь, асоціюєть-

го образу, адже український етнічний одяг зустрічається й на позитивних персонажах – радянських українцях. Зокрема, Перець Перчило, герой-персонажікація самого журналу, у першій своїй версії 1940-х рр. виглядає як усталений принаймні з XIX ст. образ українського козака: носить ви-

Таблиця 2. Зброя, знаряддя та атрибути УБН у карикатурах «Перця»

№ з/п	Візуальний маркер	Кількість входжень	% від загальної кількості матеріалів
1	Американський долар	39	22 %
2	Сокира / ніж / палиця	35	20 %
3	Вогнепальна зброя	31	17 %
4	Булава	30	17 %
5	Мікрофон Радіо Свобода / ВВС	30	17 %
6	Газетна качка / газета / папірець із наклепами	22	12 %
7	Шабля	12	7 %
8	Пляшка / наїдки	12	7 %
9	Шибениця / зашморг	9	5 %
10	Відро з брудом	7	4 %
11	Батіг	6	3 %
12	Кадило	4	2 %

ся з мотивом архаїчності та «оперетковості» державотворчих претензій української національно налаштованої еміграції. Помітно менш поширеним атрибутом УБН у карикатурах «Перця» виявляється шабля. Це не є дивним, оскільки ця зброя має у фольклорі радше позитивні та шляхетні конотації, на відміну від сокири – символу грубої сили і жорстокості, та ножа – символу підступності. З тією ж частотністю в руках УБН з'являються пляшка або якісь наїдки, що несуть конотацію ледарства, мародерства й низької дисципліни. Ще менш поширеними, проте непоодинокими є катівські атрибути, як то батіг і шибениця. Доволі рідкісним атрибутом, пов'язаним із УБН, виявляється кадило. Вочевидь, пов'язування антинаціоналістичної та антирелігійної проблематики не було поширеним, принаймні в карикатурах.

Прикметно, що незважаючи на часті зображення УБН в образі «різуна» з сокирою, він не часто показаний таким, що вбиває або мучить людей у сюжеті карикатури (4 входження, 2 %). Деяко частіше на руках персонажа або на його зброї зображується кров (11 входжень, 6 %), тобто найстрашніше залишилось «за кадром». В цілому ж образ УБН показують частіше жалюгідним, аніж грізним (побитий – 68 входжень, 38 %; жебрак – 17 входжень, 9 %; їздить на старій шкapi, розваленому возі або вагоні – 11 входжень, 6 %; лежить у могилі або в домовині – 11 входжень, 6 %; живе на смітнику – 8 входжень, 4 % тощо).

Окремо слід виділити мотив «зброї наклепника», який стає постійною рисою образу УБН починаючи з кінця 1960-х рр. і сягає піку в 1970-і рр. (хоча окремі випадки його появи були й раніше) – мікрофон західної радіостанції (зазвичай Радіо Свобода, див. Рис. 5), газетна качка (буквально – качина тушка), газета (іноді жовта – колір «жовтої преси») чи аркуші паперу з написом «наклепи» або «антирадянщина». Сюди ж можна віднести емоційно-потужний мотив «поливання брудом», візуалізований буквально, – у вигляді відра з брудом, дьогтем або нечистотами. Як варіант, це відро перетворюється на величезний сміттєвий бак, з якого вилазять звіроподібні адепти «антирадянщини» і кричать у мікрофони «наклепи на СРСР». Таке візуальне рішення викликає ледь не фізіологічну відразу.

Мотив звіроподібності як один із інструментів дегуманізації супротивника з'являється тут не випадково. Результати аналізу проявів різних варіантів таких мотивів узагальнено в Таблиці 3.

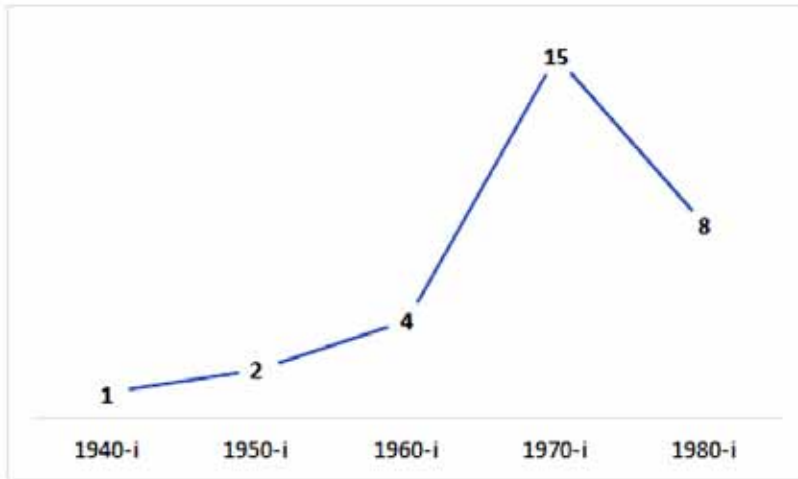


Рис. 5. Динаміка використання маркера «Мікрофон Радіо Свобода» в образі УБН по десятиріччях

Таблиця 3. Візуальна дегуманізація образу УБН у карикатурах «Перця»

№ з/п	Візуальний маркер	Кількість входжень	% від загальної кількості матеріалів
1	Собакоподібність / собака	26	15 %
2	Жаба	4	2 %
3	Щуроподібність	2	1 %
4	Крук	2	1 %
5	Вовк	1	1 %
6	Змієподібність	1	1 %
7	Гриб-поганка	1	1 %

Як видно з таблиці, типовим варіантом дегуманізації образу УБН є мотив собакоподібності – повної або часткової, – а інші варіанти є набагато менш поширеними або взагалі поодинокими. Мотив собакоподібності УБН представлений у «Перці» вже у пізньосталінські та хрущовські часи: окремо можна зауважити зображення Степана Бандери в образі собаки (1948 р., №1; 1960 р., №1; 2 входження, 5 %). Проте масове використання цього мотиву можна в цілому вважати частиною еволюції образу УБН вже у пізньорадянську епоху (Рис. 6, 7). Значною мірою це явище корелює з поширенням мотиву «наклепника за мікрофоном Радіо Свобода» та поєднується з ним. Вочевидь, це невербальний натяк на відому читачеві гру слів: «собака бреше».

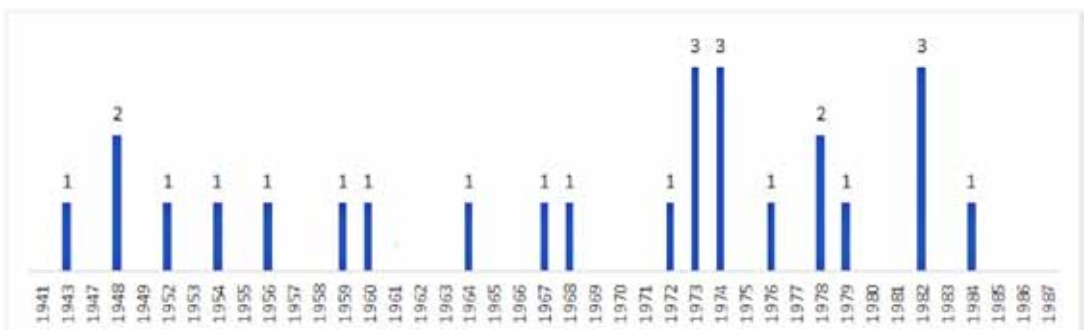


Рис. 6. Динаміка використання маркера «Собакоподібність» в образі УБН по роках

У 1980-і рр. частота використання цього візуального маркера падає разом із загальною динамікою.

Не менш цікавим є результат дослідження специфічного ідеологічного сюжету, зазвичай прив'язаного до річниць більшовицької револю-

ції або заснування радянської України. Цей сюжет полягає у контрастному протистоянні між образами УБН, показаними дрібними, жалюгідними і переможеними, – та образом переможної і квітучої радянської України / радянської влади / СРСР загалом (дівчина в національному вбранні – персоніфікована Україна, київський пам'ятник Богдану Хмельницькому на тлі московського Кремля – символ «возз'єднання України з Росією», першотравневі демонстрації, сонячні пейзажі, потужна промисловість у позитивному представленні, радянський герб у вигляді сонця з променями, переможні червоні багнети тощо). Цей сюжет в історії «Перця» також має свою еволюцію, яка є відмінною від інших мотивів (Рис. 8).

На відміну від попередніх сюжетів, розвиток яких сягає апогею в 1970-х, цей сюжет максимально представлений у «Перці»

в 1960-і – часи поживлення економічного розвитку СРСР і ухвалення програми партії, що передбачала побудову комунізму до 1980 р.

Пізніші процеси економічної стагнації – «застою» 1970-х рр., криза ідеології «розвиненого соціалізму», заміна віри в утопічні перспективи її імітацією, вплинули на популярність образу ідеалізованої радянської дійсності. Це узгоджується з зауваженою дослідниками тенденцією «негативації дискурсу», зростанням питомої частки критики і негативу в матеріалах про радянське життя [4, с. 240-243].

Вочевидь, сукупністю цих тенденцій пояснюється зниження популярності сюжету протистояння-протиставлення. Можна припустити, що якщо раніше контраст між ницістю «ворогів революції» і світлим образом утопії «відтіняв красу» останнього, то пізніше – навпаки, підкреслював його штучність і утопічність. Зрештою образ радянської сторони в таких сюжетах мінімізувався, звівся до сяючого герба

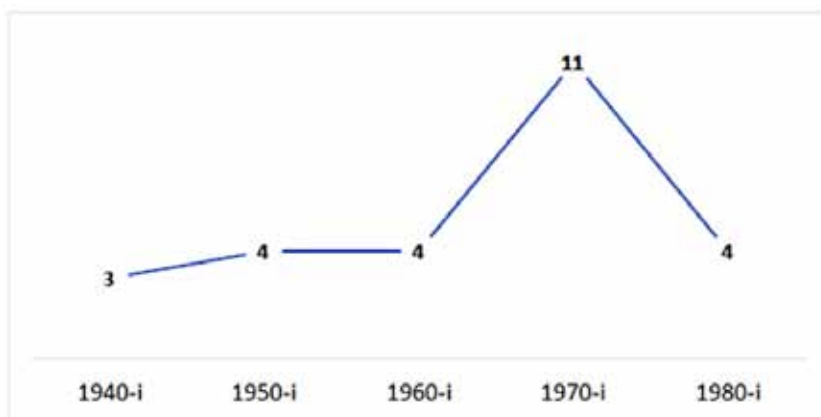


Рис. 7. Динаміка використання маркера «Собакоподібність» у образі УБН по десятиріччях

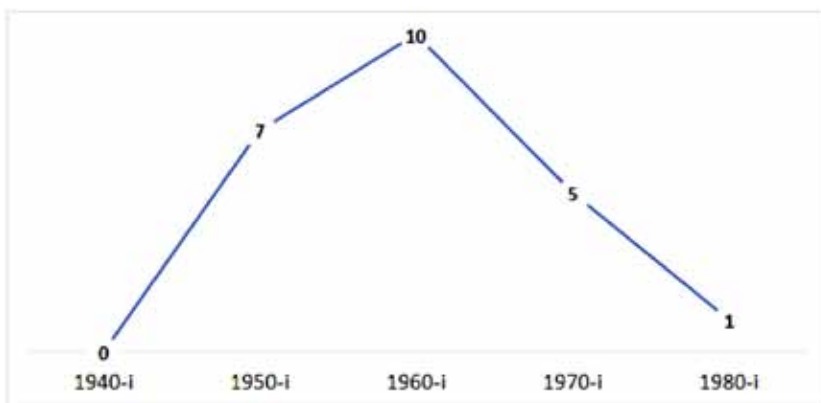


Рис. 8. Динаміка популярності сюжету протиставлення / протистояння УБН та образу радянської України / СРСР

або ретроспективних червоних багнетів революції, що стосувалися вже фактично міфологічних часів, витіснених із живої пам'яті мас.

Висновки та перспективи. Образ «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець» за період 1941–1991 рр. в цілому ґрунтується на давнішому усталеному образі «петлюрівця» і як правило відтворює його традиційні візуальні маркери – це шапка зі шликом (наявна на 77 % карикатур), емблема-тризуб (74 %), синьо-жовті кольори (49 %). Інший відмітний візуальний маркер – кашкет-мазепинка, атрибут історичних січових стрільців, бійців УПА і сучасного узагальненого образу «бандерівця», – представлений значно менше (7 %) і набуває характеристичного значення порівняно пізно.

Помітним візуальним маркером образу «українського буржуазного націоналіста» є предмети етнічного одягу – вишиванка, шаровари, жупан тощо. Проте вони не є унікальними ознаками саме цього образу. Щоб розмежувати позитивне і негативне навантаження цієї візуальної деталі, у карикатурах з'являється мотив вишиванки з орнаментом у вигляді «петлюрівських» тризубів або нацистських свастик. Предмети українського етнічного одягу можуть гротескно поєднуватися з елементами західного костюма. Серед характеристичних атрибутів образу – американський долар (22 % зображень), що характеризує персонажа як «запроданця» на службі в головного ворога, та розбійницька зброя, ніж або сокира (20 %). Свастика (27 %) асоціює персонажа з німецьким нацизмом. Проте так само «український буржуазний націоналіст» зображується у вигляді обірванця, жебрака, каліки, і виглядає частіше жалюгідним і безсилим, аніж грізним.

Характерною ознакою еволюції образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах «Перця» є масове поширення в 1970-і рр. нового амплуа цього персонажа – «наклепника» і транслятора ідей «антирадянщини» на хвилях «ворожих радіоголосів» на кшталт Радіо Свобода. Спряженими з цією тенденцією є поширення дегуманізації персонажа в образі собаки або собакоподібної істоти, а також поява нового візуального атрибута – відра з брудом, дьогтем тощо.

Зі свого боку, інший яскравий ідеологічний сюжет – протиставлення в одному кадрі переможної, квітучої радянської України або СРСР та образів її розбитих чи недобитих ворогів – «петлюрівців», «бандерівців», «жовтоблакитників» тощо, – переживає свій розквіт у 1960-х рр., а далі поступово занепадає.

Максимальна частотність використання образу «українського буржуазного націоналіста» у карикатурах «Перця» припадає на 1957, 1967 і 1982 рр. В цілому ж найбільш регулярне й систематичне звернення до цієї тематики припадає на 1970-і рр. Часто карикатурні зображення «українських буржуазних націоналістів» з'являються з нагоди ідеологічно важливих ювілеїв як образ переможеного ворога, що піддається осміянню. У 1980-і рр. поява карикатур на «українських буржуазних націоналістів» рідшає, а після 1987 р. вони зникають повністю.

Перспективними напрямками подальших досліджень видаються: пошук раритетних випусків журналу «Перець» 1940-х рр. для заповнення наявних лакун у джерельній базі за цей період; подальший аналіз візуального образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах «Перця» в контексті супутніх йому «образів ворога»; дослідження особливостей репрезентації конкретних персоналій у карикатурах на «українських буржуазних націоналістів».

1. Гела О. Антирелігійна пропаганда на сторінках журналу «Перець» в 1953–1964 рр.: досвід використання баз даних. *Historians*. 26.05.2016. URL: <http://www.historians.in.ua/index.php/en/doslidzhennya/1906-hela-o-m-antirelihiina-propahanda-na-storinkakh-zhurnaluperets-v-1953-1964-rr-dosvid-vykorystannia-baz-danukh> (дата звернення: 26.02.2021)

2. Гела О.М. Карикатура як симулякр: конструювання образів інтелігенції радянськими сатиричними виданнями у 1922–1991 рр. *Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії. Збірник наукових праць*. Харків, 2019. Вип. 22. С. 44–51.

3. Єремєєва К. «Перчити і приперчувати!»: Завдання радянських сатиричних видань (на прикладі журналу «Перець»). *Український історичний журнал*. 2018. № 1. С. 126-140.

4. Єремєєва К.А. Політичний гумор Радянської України у 1941–1991 рр. (на прикладі журналу «Перець»). Дис. ... канд. іст. наук: спец. 07.00.01 – історія України / Єремєєва Катерина Андріївна. Харків, 2016. 257 с.

5. Єремєєва К. «Радянські українці» чи локальний варіант «радянського народу»: засоби маркування громадян УРСР в офіційному та неофіційному гумористичному дискурсі. *Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії. Збірник наукових праць*. Харків, 2013. Вип. 16. С. 158–167.

6. Собокар І.І. Український журнал «Перець» у парадигмі сатиричної публіцистики. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 17. С. 109-115.

7. Стрільчук А.В. «Их нравы и забавы»: образ Заходу на сторінках радянських сатиричних журналів (1960–1980-ті рр.). *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник»*. 2018. Вип. 135. С. 56–58.

8. Яковлев А. Між творчим задумом і реальністю: Категорії внутрішніх ворогів у журналі «Перець» часів пізнього сталінізму. *Нові сторінки історії Донбасу*. 2018. Кн. 27. С. 209-222.

9. Яковлев А. Образи США та Великої Британії на шпальтах сатиричного журналу «Перець» у перші роки Холодної війни. *Схід*. 2017. № 5 (171). С. 60–64.

10. Abraham L. Effectiveness of cartoons as a uniquely visual medium for orienting social issues. *Journalism & Communication Monographs*. 2009. 11(2). С. 117–165.

11. Ames W. *Caricature and cartoon*. *Britannica*. URL <https://www.britannica.com/art/caricature-and-cartoon> (дата звернення: 26.02.2021)

12. Huntington H.E. Subversive Memes: Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. 2013, 3. URL: https://www.academia.edu/download/32547359/Huntington_AoIR2012_paper.pdf (дата звернення: 26.02.2021)

13. Keane D. Cartoon Violence and Freedom of Expression. *Human Rights Quarterly*. 2008. Vol. 30, No. 4. P. 845–875.

14. Kuipers G. Media culture and internet disaster jokes: Bin Laden and the attacks on the World Trade Center. *European Journal of Cultural Studies*, 2002. 5(4). P. 450–470.

1. Hela, O. (2016). Anti-religious propaganda in the «Perets'» magazine in 1953–1964: an experience of use of databases. *Historians*. May 26. URL: <http://www.historians.in.ua/index.php/en/doslidzhennya/1906-hela-o-m-antyrelihiina-propahanda-na-storinkakh-zhurnalu-perets-v-1953-1964-rr-dosvid-vykorystannia-baz-danykh> (accessed 26.02.2021)

2. Hela, O. (2019). Caricature as simulacra: the construction of images of the intelligentsia by Soviet satirical publications in 1922–1991. *Actual problems of national and world history*. Kharkiv. Issue 22. P. 44–51.

3. Yeremeieva, K. (2018). «Pepper and pepper some more!»: Mission of the activity of the soviet satirical publications (for example of magazine «Perets'»). *Ukrainian historical journal*. No. 1. P. 126–140.

4. Yeremeieva, K. (2016). The political humor of Soviet Ukraine in 1941–1991 (on an example of «Perets'» magazine). A PhD thesis. Specialty 07.00.01 «History of Ukraine». Kharkiv. 257 p.

5. Yeremeieva, K. (2013). «Soviet Ukrainian» or a local version of the «Soviet people»: the means of marking of citizens of the USSR in the official and unofficial humorous discourses. *Actual problems of national and world history*. Kharkiv. Issue 16. P. 158–167.

6. Sobokar, I. (2017). Ukrainian «Perets» magazine in the paradigm of satirical journalism. *Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications*. Issue 17. P. 109–115.

7. Strilchuk, A. (2018). «Their manners and amusements»: the image of the West on the pages of the Soviet satirical magazines (1960s–1980s). *Hileya: naukovyy visnyk*. Issue 135. С. 56–58.

8. Yakovliev, A. (2018). Between creativity and reality: the categories of the enemies within in the «Perets'» magazine: Late Stalinism era. *New pages of Donbas History*. Issue 27. P. 209–222.

9. Yakovliev, A. (2017). The image of the USA and Great Britain in the political cartoon magazine «Perets'» in the first years of the Cold War. *Shkid*. No. 5 (171). P. 60–64.

10. Abraham, L. (2009). Effectiveness of cartoons as a uniquely visual medium for orienting social issues. *Journalism & Communication Monographs*, 11(2). P. 117–165.

11. Ames, W. *Caricature and cartoon*. *Britannica*. URL <https://www.britannica.com/art/caricature-and-cartoon> (accessed 26.02.2021)

12. Huntington, H.E. (2013). Subversive Memes: Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 3. URL: https://www.academia.edu/download/32547359/Huntington_AoIR2012_paper.pdf (accessed 26.02.2021)

13. Keane, D. (2008). Cartoon Violence and Freedom of Expression. *Human Rights Quarterly*. Vol. 30, No. 4. P. 845–875.

14. Kuipers, G. (2002). Media culture and internet disaster jokes: Bin Laden and the attacks on the World Trade Center. *European Journal of Cultural Studies*, 5(4). P. 450–470.

UDC [070:487+741.5]:94(477) «1941/1991»

CONSTRUCTING THE VISUAL IMAGE OF A «UKRAINIAN BOURGEOIS NATIONALIST» IN THE CARTOONS OF THE «PERETS'» MAGAZINE (1941–1991)

Rodyhin Kostiantyn, PhD (Philosophy), Senior Lecturer,

Vasyl' Stus Donetsk National University, 21 600-richchia str., Vinnytsia, 21021, Ukraine, e-mail: k.rodygin@donnu.edu.ua

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-2948-5393>

Introduction. The article deals with the features of constructing the visual image of a «Ukrainian bourgeois nationalist» (hereinafter UBN) in cartoons of Soviet Ukrainian satiric press, on an example of «Perets'» («The Pepper») magazine in 1941–1991.

The article aims to analyze and systematize the visual manifestations and features of the image of the UBN in the «Perets'» magazine cartoons in 1941–1991, to consider the changes of this image over time.

Methodology. The methods of research include observation, content analysis, generalization, comparison, quantification, data visualization. The observed visual markers of the image in every case were noted and put in the electronic table (presence – «1», absence – «0»). Further processing of the data set allowed to establish the total count and percentage of occurrences of a visual marker, to determine the distribution of certain features by years, decades, and issues of the annual publishing cycle, to investigate their dynamics and trends changes.

Results. The UBN image in the «Perets'» cartoons in 1941–1991 was generally based on an old established image of the «Petliurist» and usually reproduced its traditional visual markers – a fur hat with a long hood (shlyk) (presented in 77 % of cartoons), the Trident emblem (74 %), and blue-yellow colors (49 %). Another distinctive visual marker – a «mazepynka» cap, an attribute of a generalized «Banderite» image – was presented much less (7 %) and acquired a characteristic value relatively late. A noticeable but not unique visual marker of the UBN image were items of Ukrainian ethnic clothing. To distinguish between the positive (Ukrainian folk heritage) and negative («nationalist») meanings of this visual detail, the cartoons featured a motif of an embroidered shirt with an ornament of «nationalist» tridents or Nazi swastikas. Items of Ukrainian ethnic clothing could be grotesquely combined with elements of Western costume. Among the characteristic attributes of the image, one should notice the US dollar (22 % of images), and a tough weapon: a knife or an ax (20 %). The swastika (27 %) associates the character with Nazism. However, in the same way, the UBN was portrayed as a beggar and looked more miserable and powerless than formidable.

A characteristic feature of the evolution of the image of the UBN in «Perets'» caricatures was a remarkable spread of the new role of this character in the 1970s, a «slanderer» propagating «anti-Soviet ideas» through «enemy radio voices» such as Radio Liberty. The associated trends were the spread of dehumanization of the character in the form of a dog or dog-like creature, as well as the emergence of a new attribute, a bucket of mud. Another ideological plot – the opposition between prosperous Soviet Ukraine or the USSR, and images of its defeated or unfinished «nationalist» enemies – had flourished in the 1960s, and then gradually declined.

The maximum frequency of use of the UBN image in the «Perets'» accounted for in 1957, 1967, and 1982. In general, the most regular and systematic treatment of this topic took place in the 1970s. Often, cartoon images of UBN had appeared on ideologically important

anniversaries. In the 1980s, the appearance of cartoon images of UBN became less frequent, and after 1987 they disappeared completely.

Conclusions. The significance of the article lies in the comprehensive consideration of an insufficiently researched topic using a quantitative approach. This paper can be the basis for further research and analysis of rare early issues of «Perets'» in the 1940s; the UBN image in cartoons in the context of another iconic «images of enemies»; finally, the features of representation of specific personalities in this genre.

Key words: «Perets'» magazine, cartoon, enemy image, USSR, «Ukrainian bourgeois nationalist».

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021