

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

«УКРАЇНСЬКІ НАЦІОНАЛІСТИ» В КАРИКАТУРАХ ЖУРНАЛУ «ПЕРЕЦЬ» У ВИМІРІ КОНТЕКСТІВ І ПЕРСОНАЛІЙ (1941–1991 РР.)

РОДИГІН Костянтин,

канд. філософ. наук, ст. викл.,

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

Стаття є продовженням дослідження візуального образу «українського націоналіста» на матеріалі карикатур журналу «Перець» періоду 1941–1991 рр. Пропагандистську типізацію персонажа розглянуто в контексті супутніх «образів ворога». Визначено особливості репрезентації персоналій у карикатурах на «українських буржуазних націоналістів». Наукова новизна роботи полягає у висвітленні раніше недосліджених аспектів теми з використанням кількісних методів.

Найпоширенішими супутниками досліджуваного персонажа є «американські імперіалісти», нацисти, контрреволюціонери, сіоністи, динаміка появи яких має свою специфіку. Дослідження репрезентації персоналій показує, що, зокрема, образ Степана Бандери в карикатурах є менш поширеним, ніж очікувалося з огляду на його роль у теперішніх російських нарративах смислової війни, що реактуалізують старі напрацювання радянської пропаганди.

Ключові слова: журнал «Перець», інформаційно-смілова війна, карикатура, образ ворога, «український буржуазний націоналіст».

VISUAL PROPAGANDA IN «PERETS» MAGAZINE 1941-1991: THE IMAGE OF THE «UKRAINIAN NATIONALIST» IN TERMS OF ITS CONTEXTS AND PERSONALITIES

The article continues the study of the visual image of the «Ukrainian nationalist» based on the cartoons of the «Perets» magazine for 1941–1991. The propaganda typification of this character is considered in the context of accompanying «enemy images». The features of the representation of personalities in cartoons of «Ukrainian nationalists» have been defined. The scientific novelty of the work consists in highlighting previously unexplored aspects of the topic using quantitative methods.

The most common companions of the character in question are «American imperialists», Nazis, counterrevolutionaries, and Zionists. Their dynamics of appearance are quite specific. The study of the personalities representation showed that the image of Stepan Bandera was less common than it was expected in view of his role in present-day Russian war narratives, which re-applied the old works of Soviet propaganda.

Key words: «Perets» magazine, informational and semantic war, cartoon, enemy image, «Ukrainian bourgeois nationalist».

Вступ. Актуальність проблеми. В інформаційно-пропагандистському супроводі повномасштабної війни російського агресора проти України помітне місце посідає нарратив про так звані «українських націоналістів», що нібито захопили владу в Україні, сповідують «(нео)нацистську ідеологію» і становлять «екзистенційну загрозу» існуванню російської державності. За класичними заповідями воєнної пропаганди, для виправдання війни слід переконати маси в її справедливому та оборонному характері, а всю відповідальність покласти на супротивника, злостивість якого має бути очевидною [1, с. 15]. Для цього необхідним є формування виразного образу ворога, що мав би бути ефективним на рівні емоційного впливу.

Видається очевидним, що з часів Другої світової війни в російському/радянському культурному коді образом ворога *par excellence* є образ німецького нациста (традицій-

© Родигін К., 2022

но іменованій також «фашистом»), усе менше вкорінений у реальну історичну пам'ять про війну й усе більше в її міфологізовану версію – «священну війну» між силами добра й силами зла, що за законами міфу відбулася «в давні часи» й водночас на рівні символів та аналогій постійно відтворюється у профанному часі «тут і тепер». Тому не викликає подиву, що в перші десятиліття ХХІ ст. російська пропаганда неодноразово «підв'язувала» актуальний на поточний політичний момент «образ ворога» саме до архетипізованого «фашиста», прагнучи якщо не ототожнити, то принаймні виробити в аудиторії стійку асоціацію між ними. Так у російському інфопросторі з'являлися «грузинські фашисти», «естонські фашисти» і, звісно, «українські фашисти».

Наратив про «українських фашистів» у теперішньому контексті війни, де інформаційно-сміслові протистояння є другим віртуальним фронтом, становить найбільший практичний інтерес як об'єкт дослідження. Видається ймовірним припущення, що у своїй теперішній версії цей наратив є реінкарнацією напрацювань пропаганди радянського періоду, де свого часу, крім відомого ідеологічного кліше «українські буржуазні націоналісти», побутувало ще одне – «німецько-українські націоналісти». Тому цей пласт матеріалів, попри свою удавану несучасність, набуває зараз особливої актуальності.

Важливість візуального контенту в пропаганді є відомою давно завдяки потенціалу його емоційного впливу для формування стійких асоціативних зв'язків. Зокрема, таким візуальним контентом може бути карикатура з властивими їй силою узагальнення та критичним потенціалом, які впливають з її методу комічного викривлення зображення (див. [2]).

Класичні приклади такого використання карикатури знаходимо в журналі «Перець», що був провідним гумористично-сатиричним виданням УРСР, сягав мільйонних накладів і містив приховану діалектику «гумору-розваги» та «гумору-зброї» [3, с. 138–139]. «Перець» поєднував як гумор на побутові теми й соціальну сатиру на «окремі недоліки» радянської дійсності у відомих дозволеніх межах, так і пряму політичну пропаганду проти «ідеологічних ворогів» на замовлення партії.

Об'єктом дослідження є карикатури журналу «Перець» радянського періоду, а предметом – пропагандистська типізація образу «українського націоналіста» в зазначених карикатурах у вимірі контекстів і персоналій.

Журнал «Перець» і його тематика в різних аспектах та історичних періодах неодноразово ставали об'єктом соціально-комунікаційних та історичних досліджень сучасних українських науковців [3–10]. Образ «українського націоналіста» можна вважати доволі показовим для «Перця» як для видання, покликаного в той час у певний спосіб формувати радянсько-українську ідентичність своїх читачів [5, с. 159], до чого надавався, зокрема, цей негативний образ українського «Іншого».

У нашому попередньому дослідженні образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець» за період 1941–1991 рр. [10] було, зокрема, встановлено, що візуальний канон досліджуваного образу загалом ґрунтується на давнішому усталеному образі «петлюрівця», що у вигляді універсалізованого штампу-симулякра проєктується на реалії Другої світової та холодної війни. Проте помітною є й пряма візуальна асоціація персонажа з німецьким нацизмом (у 27% матеріалів досліджуваного масиву карикатур як атрибут наявна впізнавана емблема свастики).

Відповідно до визначених раніше [10] перспективних напрямків подальшого дослідження, метою роботи є розвиток та поглиблення розробки теми пропагандистської типізації візуального образу «українського націоналіста» як «образу ворога» у вимірі контекстів і персоналій у карикатурах журналу «Перець» радянського періоду.

Відповідно до мети роботи сформульовано такі завдання:

- подальший аналіз візуального образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах «Перця» в контексті супутніх йому «образів ворога» і, зокрема, образу нациста/фашиста;

- з'ясування особливостей репрезентації конкретних персоналій у карикатурах на «українських буржуазних націоналістів».

Наукова новизна роботи полягає у висвітленні раніше недосліджених аспектів теми з використанням кількісних методів.

Методологія дослідження продовжує методологію нашої попередньої статті [10, с. 103]. Застосовано методи: спостереження, контент-аналізу, узагальнення, порівняння, квантифікації, візуалізації даних.

Дослідження використовує ту саму джерельну базу, що й попередня стаття [10, с. 103]: 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.). Попередній аналіз показав, що після 1987 р. карикатури на «українських націоналістів» у досліджуваному масиві більше не представлені.

Матеріали з візуальним образом «українського націоналіста» виявлялися методом спостереження, інформація методом квантифікації заносилася в електронну таблицю: рядки – окремі матеріали (спостереження), стовпці (поля) – рік, номер, окремі візуальні ознаки-маркери (присутній – «1», відсутній – «0»).

До розгляду було взято як самостійні карикатури, так і карикатури-ілюстрації до текстових матеріалів: у цьому випадку кілька карикатур-ілюстрацій до одного матеріалу вважалися одним матеріалом і візуальні маркери їх персонажів (типові чи унікальні) записувалися в один рядок таблиці.

Обробка масиву даних методом контент-аналізу дозволяла встановлювати сумарні та відсоткові показники входжень певного візуального маркера в загальний масив, визначити розподіл тих чи інших ознак за часовими періодами, дослідити динаміку їх змін, сформулювати результати методами порівняння, узагальнення та візуалізації даних.

У контексті цього дослідження маркерами-ознаками були: 1) наявність того чи іншого персонажа-супутника; 2) наявність прив'язки до певної персоналії.

Результати й обговорення. У результаті проведеної роботи було досліджено характер взаємодії персонажа «український націоналіст» з іншими поширеними «образами ворога» на карикатурах «Перця» в діахронному вимірі. Як уже зазначалося, цей персонаж фігурував і в ретроспективно-історичних, і в сучасних на той момент контекстах.

Аналіз масиву візуального контенту дозволив визначити основних супутників досліджуваного образу в сюжетах карикатур і частотність їх появи. Отже, у дослідженому масиві матеріалів (1091 число журналу, загалом 179 візуальних матеріалів) «українські націоналісти» з'являються:

разом із «американськими імперіалістами» (або персоніфікацією США Дядьком Семом) 53 рази (30% від загальної кількості матеріалів);

із нацистами 46 разів (26%);

із різноманітними «ворогами революції», тобто опонентами більшовизму (це персонажі ретроспективного виміру – П. Врангель, А. Денікін, О. Колчак, Н. Махно, німецькі кайзерівські воєни в характерних шоломах, узагальнені поляки, представники Антанти тощо) 31 раз (17%);

із сіоністами 13 разів (7%);

із чортом або в пеклі 6 разів (~3%);

з ядерною зброєю або персоніфікацією холодної війни 5 разів (~3%);

із духовенством 5 разів (~3%).

Отже, найпоширенішими та найхарактернішими супутниками образу «українсько-буржуазного націоналіста» на карикатурах «Перця» були:

«американські імперіалісти»;

нацисти;

«контрреволюціонери» періоду 1917–1922 рр.;

дещо рідше, проте вельми показово, – сіоністи.

Динаміку появи тих цих чотирьох категорій образів по десятиліттях узагальнено на рис.1.

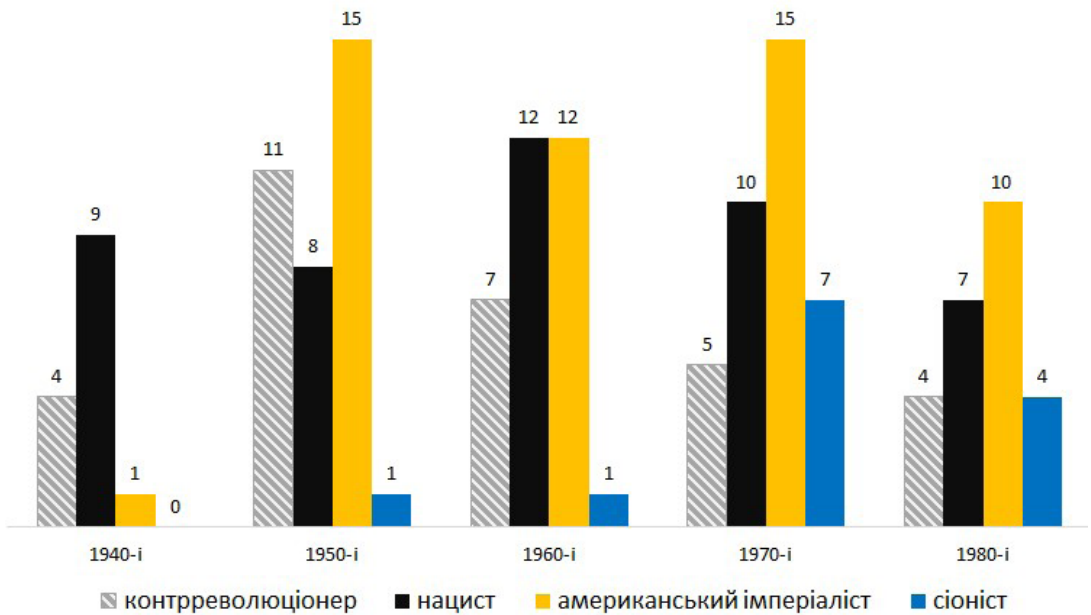


Рисунок 1 – Образи-супутники «українського буржуазного націоналіста» на карикатурах журналу «Перець»

Отримані результати показують, що асоціації «українського націоналіста» з «американськими імперіалістами» є найпоширенішими. Протягом досліджуваного періоду вони демонструють порівняну стабільність, за винятком часів союзництва СРСР із США у Другій світовій війні та загального згасання теми протистояння наприкінці 1980 рр. на тлі завершення холодної війни. «Американські імперіалісти» закономірно є типовим для епохи холодної війни поточним образом головного ворога. Тут актуалізується питання щодо прийомів асоціювання США як поточного «ворога № 1» із «канонічним» та архетипізованим образом ворога-«фашиста/нациста» в радянській та сучасній російській пропаганді, проте масштаб цього питання робить його предметом окремих спеціальних досліджень.

Загалом стабільною протягом усього періоду є й асоціація досліджуваного персонажа з нацистами, що, як можна дійти висновку, практично без змін перейшла в сучасну російську пропаганду. У цьому контексті асоціативна зв'язка «націоналіст-нацист» демонструє константний характер і підтверджує гіпотезу щодо реактуалізації радянських пропагандистських конструктів під потреби сучасної російської інформаційно-сміслової війни.

Зі свого боку, представлення «українського націоналіста» в «Перці» разом із «контрреволюціонерами» минулого має загалом низхідну динаміку: воно сягає апогею в 1950 рр. і надалі рідшає. Це можна пояснити кількома факторами: зростанням часової дистанції і поступовим відходом спадщини революційного періоду зі сфери живої пам'яті й політичних реалій у сферу легендарного епосу, водночас просуванням офіційного нарративу «Великої Вітчизняної війни», що й перебрав на себе роль головного об'єднавчого державницького міфу, посунувши міф революційної романтики на другий план, де він, разом із міфом Леніна, у пізньорадянський час поступово десакралізувався в низовій сміховій культурі, ставав предметом анекдотів та іронії.

Показовою видається поява нового поєднання образів: український націоналіст і сіоніст. Це поєднання мало висхідну динаміку й стало трендом із 1970 рр., що свідчить про трансформацію і реконтекстуалізацію образу українського націоналіста в сатири «Перця», введення його в нові, сучасніші на той момент контексти порядку денного. Парадоксальний із погляду усталених самою ж радянською пропагандою стереотипів

про «петлюрівця-антисеміта» чи «бандерівця-нациста» тандем пояснюється, зокрема, так: «Сіоністи та українські буржуазні націоналісти побраталися на ґрунті осканенілого антикомунізму і антирадянщини» (Перець, 1974, № 14, с. 16). «Вовк лисиці не рідня, та повадка одна» (Перець, 1977, № 4, с. 16) (рис.2).

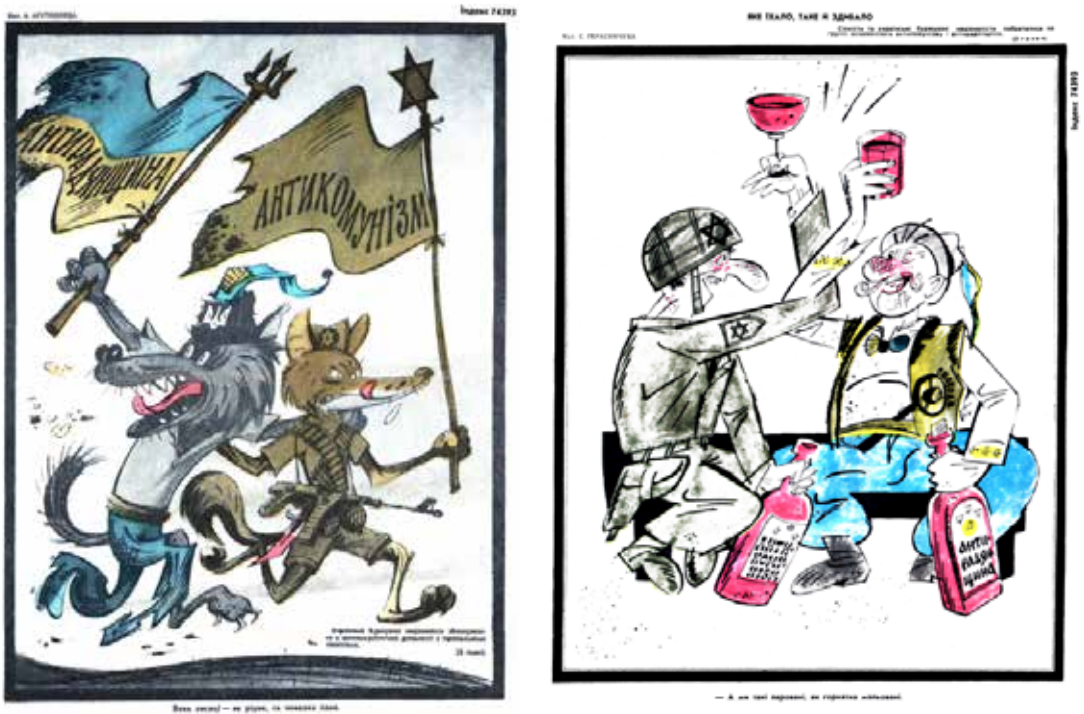


Рисунок 2 – Образи сіоніста та українського націоналіста в карикатурах «Перця» 1970 рр.

Проте інша інтерпретація йде далі: вони постають як «рідні брати», батьком яких є «американський імперіалізм» (Перець, 1972, № 3; 1982, № 21, с. 16) (рис. 3). Порівняння карикатур різних років виявляє, що вони втілюють практично один «іконографічний сюжет».

Можна дійти висновку, що в пізньорадянській пропагандивно-сатиричній традиції, певно, має своїх попередників відомий у сучасній інтернет-культурі мем «жидобандерівець», для якого характерна та сама парадоксальність і який є вживаним або як лайка в дискурсі так званих ватників (збірний образ усього «антируського»), або як її самоіронічне переосмислення в дискурсі українських патріотів, принаймні від 2014 р., інструмент тролінгу опонента через злам шаблонів мислення.

Зі свого боку, цікаві результати дає друге завдання нашого дослідження: встановлено особливості адресації карикатур «Перця» з тематики «українських буржуазних націоналістів» конкретним персонам.

На проаналізований масив інформації (179 візуальних матеріалів із досліджуваної тематики) припадає загалом 39 (22%) візуальних матеріалів із зображеннями «українських буржуазних націоналістів», що мають конкретні імена та/або співвідносяться з реальними особистостями, або є персоніфікованими збірними образами (на відміну від багатьох випадків, коли персонажі є безіменними). У низці випадків аналіз показав несподівані результати, наприклад, щодо популярності образів ключових діячів українського руху у візуальній сатирі «Перця». Результати аналізу наведено в таблиці 1.



Рисунок 3 – Образи українського націоналіста, сіоніста та американського імперіаліста в карикатурах «Перця» 1970 – поч. 1980 рр.

Таблиця 1 – Адресація карикатур «Перця» на «українських буржуазних націоналістів» окремим персонам

№ з/п	Персона	Кількість входжень	% від усіх персоніфікацій	Примітки
1	Павло Скоропадський	17	44%	Несподіваний результат: гетьман Скоропадський випереджає Петлюру
2	Симон Петлюра	12	31%	
3	Ярослав Стецько	6	15%	Образ Стецька в карикатурах зазвичай не має подібності до його реального портрета
4	Степан Бандера (усього)	6	15%	Образ Бандери менш поширений, ніж очікувалося
4.1	Степан Бандера в образі людини	3	8%	
4.2	Степан Бандера в образі собаки	2	5%	Образи такого типу загалом поширені, але зазвичай знеособлені
4.3	«Бандера» (напис)	1	3%	Зображений як напис на могильному хресті (поряд із Гітлером)
5	Нестор Махно	3	8%	Наводиться для порівняння
6	Михайло Грушевський	2	5%	Образ Грушевського менш поширений, ніж очікувалося

Унікальні адресати (по одному зображенню*)	
Персона	Примітки
Тарас Бульба-Боровець	-
Остап Вишня (самоіронія)	Ілюстрація до гуморески «Великомученик Остап Вишня», в якій автор іронізує над повідомленням «українсько-німецьких націоналістичних газет» про свою нібито загибель у сталінських таборах (при тому, що він свого часу дійсно був репресований; звільнений за сприяння Микити Хрущова, після чого мав усіляко демонструвати свою лояльність до радянської влади й боротися з «самостійництвом»). Твір із циклу «Самостійна дірка»
Іван Дзюба	Унікальний випадок для українського дисидента-шістдесятника потрапити персоніфіковано на карикатуру «Перця» завдяки резонансу навколо його справи в українській діаспорній пресі
Директорія як колективний орган (у вагоні)	Відсилка до приказки «У вагоні Директорія, під вагоном територія»
Дмитро Дорошенко	-
Сергій Єфремов	Підписаний як «СВУ», але цілком впізнаваний
Вавило Задніпрянський, поліцай	Вочевидь вигаданий персонаж – збірний образ
Семен Зайда	Вочевидь вигаданий персонаж – збірний образ
Ватсон Кіркконелл, канадський учений	-
сер Макітра	Вочевидь вигаданий персонаж – збірний образ; * загалом 2 зображення (різні) за рахунок ретроспективного передруку матеріалу
Євген Маланюк	-
Андрій Мельник	-
Антон Шпак, заступник начальника поліції Білої Церкви	Один із нечастих випадків, коли персонаж «українського буржуазного націоналіста» безпосередньо в сюжеті карикатури вбиває людей. Зазвичай зміст зображень не такий жорсткий
пан Юзик, канадський сенатор	-

Отже, хоча персоніфіковані зображення «українських буржуазних націоналістів» не складають переважної більшості серед карикатур «Перця» (переважають зображення типізовані та знеособлені), вони дають багато інформації про те, яким персонам і з якими пріоритетами приділялася увага під час сатирично-ідеологічного опрацювання «образів ворога», зокрема тих, що представляли альтернативну українську недержавську ідентичність. Ці пріоритети не повністю відповідають сучасним очікуванням, сформованим з огляду на наративи російської пропаганди в інформаційно-смісловій компоненті нинішньої повномасштабної війни, де, зокрема, саме образ С. Бандери та «бандерівців» перетворився на «ворога № 1», головний символ українського самостійництва, затьмаривши знакові постаті С. Петлюри з «петлюрівцями» та І. Мазепи з «мазепинцями».

Висновки та перспективи. Характер взаємодії персонажа «український націоналіст» з іншими поширеними «образами ворога» на карикатурах «Перця» радянського періоду в діахронному вимірі не однаковий. Найпоширенішими його супутниками є «американські імперіалісти», нацисти, контрреволюціонери, сіоністи.

Якщо перші дві категорії представлені в різних десятиліттях відносно стабільно – як варіанти «образу головного ворога», то третя має низхідну динаміку і втрачає популярність, а четверта, навпаки, різко набуває популярності в 1970 рр.

Мотив «братерства сіоністів та українських буржуазних націоналістів» є парадоксальним з погляду усталених самою ж радянською пропагандою стереотипів про «петлюрівця-антисеміта» чи «бандерівця-нациста», але видається певним прообразом для розвитку парадоксальних концептів у сучасній російсько-українській інформаційно-смісловій війні на кшталт мему «жидобандерівець».

Прямим продовженням старих розробок радянської пропаганди видається й сучасний російський наратив про «українських націоналістів», побудований на асоціації їх образу з нацистами та американцями водночас.

Дослідженням контенту встановлено особливості адресації карикатур «Перця» з тематики «українських буржуазних націоналістів» конкретним персонам. Персоніфіковані зображення не складають переважної більшості серед карикатур на «українських націоналістів», але дають цікаву інформацію, яким персонам і з якими пріоритетами приділялася увага під час сатирично-ідеологічного опрацювання «образів ворога». Деякі результати стали несподіваними:

- П. Скоропадський випереджає С. Петлюру за кількістю зображень;
- Образ С. Бандери менш поширений, ніж очікувалося;
- Образ М. Грушевського малопоширений;
- Образ Я. Стецька зазвичай не має подібності до його реального портрета.

Перспективними напрямками подальших досліджень видаються виокремлення прийомів асоціювання «образів ворога» з образом «фашиста/нациста» в радянській та сучасній російській пропаганді; розширення теми на матеріалі інших джерел та видань; вивчення новітніх ідеологічних міфів і їх репрезентації у медіа; ретроспективне дослідження генези пропагандистських міфологем російсько-української війни.

1. Ponsonby A. *Falsehood in War-Time*. London : George Allen&Unwin Ltd, 1940. 195 p.
2. Ames W. *Caricature and cartoon*. *Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/art/caricature-and-cartoon> (дата звернення: 03.10.2022)
3. Єремєєва К. «Перчити і приперчувати!»: Завдання радянських сатиричних видань (на прикладі журналу «Перець»). *Український історичний журнал*. 2018. № 1. С. 126–140.
4. 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-antyrelihiina-propahanda-na-storinkakh-zhurnaluperets-v-1953-1964-rr-dosvid-vykorystannia-baz-danykh> (дата звернення: 03.10.2022)
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. Родигін К. Конструювання візуального образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець» (1941–1991 рр.). *Образ*. 2021. Вип. 1 (35). С. 101–113.

1. Ponsonby, A. (1940), *Falsehood in War-Time*, George Allen&Unwin Ltd, London, 195 p.
2. Ames, W., *Caricature and cartoon*, *Britannica*, available at: <https://www.britannica.com/art/caricature-and-cartoon> (accessed 03 October 2022).
3. Yeremeieva, K. (2018), «“Pepper and pepper some more!”: Mission of the activity of the soviet satirical publications (for example of magazine “Perets”)», *Ukrayinskyj istorychnyj zhurnal [Ukrainian Historical Journal]*, no. 1, pp. 126–140.

4. Hela, O. (2016), «Anti-religious propaganda in the “Perets” magazine in 1953–1964: an experience of use of databases», *Historians*, available at: <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 03 October 2022).
5. Yereimeieva, 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», *Aktualni problemy vitchyznyanoi ta vsesvitnoi istoriyi. Zbirnyk naukovykh prac [Actual Problems of National and World History]*, Kharkiv, iss. 16, pp. 158–167.
6. Sobokar, I. (2017), «Ukrainian “Perets” magazine in the paradigm of satirical journalism», *Visnyk Dnipropetrovskogo universytetu. Seriya : Socialni komunikaciyi [Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications]*, iss. 17, pp. 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)», *Zbirnyk naukovykh prac «Gileya: naukovy`j visny`k» [Hileya: Naukovyy Visnyk]*, iss. 135, pp. 56–58.
8. Yakovliev, A. (2018), «Between creativity and reality: the categories of the enemies within in the “Perets” magazine: Late Stalinism era», *Novi storinky istoriyi Donbasu [New Pages of Donbas History]*, iss. 27, pp. 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», *Sxid [Shkid]*, no. 5 (171), pp. 60–64.
10. Rodyhin, K. (2021), «Constructing the visual image of a “Ukrainian bourgeois nationalist” in the cartoons of the “Perets” magazine (1941–1991)», *Obraz [Image]*, vol. 1 (35), pp. 101–113.

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

VISUAL PROPAGANDA IN «PERETS» MAGAZINE 1941-1991: THE IMAGE OF THE «UKRAINIAN NATIONALIST» IN TERMS OF ITS CONTEXTS AND PERSONALITIES

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 propagandistic basis of the Russian war against Ukraine includes the narrative about so-called «Ukrainian nationalists» as an «enemy image» firmly identified with «fascists» or «Nazis». This is likely a revival of Soviet propaganda inventions, so, a study of constructing a «Ukrainian nationalist» image in Soviet propaganda gains relevance. This article continues the study of this image in cartoons of Soviet Ukrainian satiric magazine «Perets» («The Pepper») in 1941–1991.

The article aims to develop the coverage of the topic of propagandistic typification of the «Ukrainian nationalist» visual image as an «enemy image» in terms of its contexts and personalities in «Perets» cartoons.

Methodology. The methodology continues the principles of our earlier work. The methods of research include observation, content analysis, generalization, comparison, quantification, and data visualization.

Results. The most common companions of the «Ukrainian nationalist» character in the «Perets» Soviet-era cartoons are 1) «American imperialists», 2) Nazis, 3) counterrevolutionaries, and 4) Zionists. If the first two categories were represented steadily for decades, as the versions of «the main enemy», then the third had been slowly decreasing, and the fourth one – on the contrary, sharply gaining popularity in the 1970s.

The motif of «brotherhood of Zionists and Ukrainian nationalists» appears as a prototype of some concepts in the present-day Russian-Ukrainian semantic war.

The modern Russian narrative about «Ukrainian nationalists» identifying them with the Nazis and the Americans at the same time, revives the old developments of Soviet propaganda.

The results of the study of cartoons in terms of the representation of personalities are somewhat unexpected: in particular, the image of Stepan Bandera turned out to be less common than it was expected in view of his role in present-day Russian war narratives.

Personified images of «Ukrainian nationalists» do not make up the vast majority of the materials in question. However, they provide interesting information about which persons and with what priorities attention was paid during the satirical and ideological processing of «enemy images».

Conclusions. The significance of the article lies in the further consideration of an insufficiently researched topic using a quantitative approach. Promising areas of further research are the discovery of the methods of associating some «enemy images» with the «fascist/Nazi» image in Soviet and modern Russian propaganda; study of the novel ideological myths and their representation in the media; retrospective study of the genesis of propagandistic mythologems of the Russian-Ukrainian war.

Keywords: *«Perets'» magazine, informational and semantic war, cartoon, enemy image, «Ukrainian bourgeois nationalist».*

Стаття надійшла до редакції 5.10.2022.