

**Галина СТАРОДУБЕЦЬ**

*доктор історичних наук, професор  
професор кафедри всесвітньої історії історичного факультету  
Житомирського державного університету ім. І. Франка  
стипендіат стипендіальної програми історичного факультету  
Вестфальського університету ім. Вільгельма  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2005-771X>  
e-mail: starodubec@gmail.com*

## **ГЕНДЕРНА СПРЯМОВАНІСТЬ ПРОПАГАНДИ БІЛЬШОВИЦЬКО-РАДЯНСЬКОЇ ВЛАДИ Й УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛІСТИЧНОГО ПІДПІЛЛЯ В 1944–1947 РОКАХ**

Проаналізовано гендерну складову політичної пропаганди більшовицько-радянської влади й українського націоналістичного підпілля в період їхнього збройного протистояння на теренах Західної України. Досліджено смислове наповнення агітаційно-пропагандивного «образу жінки» обома сторонами та форми і способи подання створеного конструкту певній цільовій аудиторії відповідно до поставлених політичних цілей і завдань. Виснувано, що політична пропаганда більшовицько-радянської влади й українського націоналістичного підпілля в західних областях України в 1944–1947 рр. мала гендерні ознаки, що виявлялися більш виразно в радянській пропаганді, ніж українського націоналістичного підпілля.

Зазначено, що обидві антагоністичні сили конструювали образ жінки, виходячи зі своїх потреб: «радянська жінка-трудівниця» на протигагу «українській жінці-берегині, матері». Встановлено, що партійно-радянська влада мобілізувала жіночі ресурси, з одного боку, як допоміжну робочу силу для відбудови господарських об'єктів, а з другого – як ретранслятора комуністичних ідей та гасел. Констатовано, що образ радянської емансипованої жінки-трудівниці активно експлуатували більшовицькі ідеологи в публічному пропагандивному дискурсі та використовували як один з інструментів радянзації регіону; натомість у політико-ідеологічному наративі українського повстанського підпілля та УПА домінував образ жінки-матері, покликання якої – виховувати своїх синів і дочок борцями за незалежну Українську державу. Наголошено, що саме на неї було покладено місію збереження української нації через народження і виховання дітей.

Визначено, що більшовицький пропагандивний арсенал наповнений різноманітнішим набором форм і методів, аніж повстанського запілля та підпілля. Встановлено, що, крім різних засобів масової інформації, партійні чиновники використовували публічні заходи як майданчики для прямої та опосередкованої пропаганди. Основним методом націоналістичної визначено поширення друкованих матеріалів. Виснувано, що спільною ознакою гендерно спрямованих пропагандивних наративів антагоністичних

сторін була наявність дисбалансу в фемінному і маскулінному вимірах на користь останнього.

**Ключові слова:** пропаганда, жінки, радянська влада, УПА, Західна Україна.

У другій чверті ХХ ст. українські землі вкотре стали «кривавими», полем битви не тільки двох тоталітарних монстрів за панування над світом, а й визвольної боротьби за збереження національної ідентичності. Війна для України не закінчилася 1945 р. Вона продовжувалася у формі політико-мілітарного протистояння Української повстанської армії (УПА), а згодом збройного національного підпілля до середини 1950-х років. Надзвичайно важливе місце в цій боротьбі відводилося політико-ідеологічному, пропагандивному сегменту. Архітектори створення та розбудови більшовицько-радянської моделі держави пропаганду традиційно використовували як один із дієвих інструментів формування ідеологічного підґрунтя аксіоматичної правильності вектора реалізації більшовиками їхньої політичної програми. Зміст пропагандивних меседжів, з одного боку, корелювався залежно від викликів, які стояли перед панівною партією в той чи той час, а з другого – визначався аудиторією, якій вони адресувалися: селянство, робітники, інтелігенція, молодь тощо. Окрема ніша належала жіноцтву, яке в загальній соціальній структурі радянської держави займало важливе місце не тільки з огляду на демографічні показники, а й на роль у всіх сферах життя, посилення якої спостерігалось в такі кризові періоди української історії, як Голодомор, війна, повоєнна відбудова.

Науковці часто називають Радянський Союз «державою-пропагандою» (Кенез, 1985), «державою, створеною пропагандою» (Почепцов, 2019). Для більшовицького керівництва пропаганда була одним із трансмісійних ременів партії в її відносинах із народом, «одним із інструментів реалізації “заходів” (тобто політики), продиктованих керівництвом з метою мобілізації всього населення» (Cioflâncă, 2010, р. 477). Свого часу Гарольд Ласвелл (Harold D. Lasswell) визначив «політичну пропаганду» як «управління засобами масової комунікації у владних цілях» (Lasswell, 1951). В умовах сталінського режиму цей важливий ресурс був доповнений іншими каналами для трансляції пропагандивних кліше: листівками, гаслами, творами мистецтва тощо, завдяки чому пропаганда перетворилася «на цінний засіб для досягнення радикальних цілей: тотальної трансформації суспільства та створення “нової людини”» (Cioflâncă, 2010, р. 447). Її образ конструювався з набору універсальних рис, які зазнавали косметичного корегування залежно від поточної суспільно-політичної ситуації.

Тема гендерної спрямованості сталінської пропаганди в умовах радянізації західноукраїнських областей досі залишається поза межами окремого комплексного дослідження. Хоча її складові – пропаганду комуністичну та українського національно-визвольного руху і гендерну політику сталінського режиму – українські та зарубіжні науковці розглядають із різних ракурсів. Результати дослідження ідеологічної складової політики радянської тоталітарної системи репрезентовано в роботах Василя Гулая (Гулай, 2015), Георгія Почепцова (Почепцов, 2019), Михайла Нагірняка і Романа Лаврецького (Нагірняк, Лаврецький, 2013), Станіслава Кульчицького (Кульчицький, 2021), М. Кравчука (Кравчук, 2004) й ін.; українського національно-визвольного руху – Галини Стародубець (Стародубець, 2008), Василя Льницького (Льницький, 2016), Михайла Романюка (Романюк, 2016), Олександри Стасюк (Стасюк, 2006), Олександра Пагірі (Пагіря, 2021) й ін. Події Другої світової

війни та процес радянїзації новоприєднаних регіонів, зокрема Західної України, стали серйозним викликом для сталінського режиму не тільки у площині політико-мілітарної потуги, а й об'єктивних структурних змін у радянському соціумі за гендерною ознакою. Тема місця і ролі жінок як суб'єктів/об'єктів політики антагоністичних сторін – більшовицько-радянської системи й українського національно-визвольного – розглянуто в низці робіт Галини Стародубець, Руслани Попп, Оксани Кись, Лесі Онишко, Марти Гавришко й ін.

Мета дослідження – визначити смислове наповнення агітаційно-пропагандивного «образу жінки» обома сторонами та форм і способів подання створеного конструкту певній цільовій аудиторії відповідно до поставлених політичних цілей та завдань. Предмет – гендерна складова політичної пропаганди більшовицько-радянської влади й українського націоналістичного підпілля в період їхнього збройного протистояння на теренах Західної України.

У період Другої світової війни та повоєнні роки сталінська пропаганда активно використовувала жіночий образ, змінюючи його смислове навантаження залежно від ідеологічних потреб. Основні його характеристики формувалися, виходячи з меж усталеної, за словами Г. Почепцова, моделі оспівування двох каст – «військової та трудової» (Почепцов, 2019, с. 22). «Гендерний розподіл праці, який у 1930-х роках переорієнтував жінок на сім'ю, материнство та роботу, був закріплений просторовим поділом між “домом” і “фронтом” у воєнний час» (Піс, 2018, р. 221). Починаючи з червня 1941 р., новим аспектом у радянському патріотичному дискурсі стало «злиття героїні з поняттям Батьківщини, що знайшло своє втілення в різних жанрах воєнної пропаганди» (Балабан, 2015). Домінантною гендерною репрезентацією стала зріла жінка, яка своєю героїчною працею наближає перемогу Червоної армії. Її образ зафіксовано в зображеннях на плакатах, творах мистецтва, у пісенній творчості, засобах масової інформації (ЗМІ), художніх фільмах. Класичний приклад – загальновідомі плакати Іраклія Тоїдзе (იბრაჰიმ თოიძე) «Родина-мать зовет» і «За Родину-мать». Стилїзований образ неньки-Батьківщини активно експлуатує сталінська пропаганда й у кінематографі (наприклад, художні фільми «Вона захищає Батьківщину» (1943) Фрідріха Ермлера (Фрідріх Эрмлер), «Во имя Родины» (1943) Всеволода Пудовкіна (Всеволод Пудовкин) та Дмитра Васильєва (Дмитрий Васильев), «Веселка» (1944) Марка Донського (Марко Донской) (Балабан, 2015).

У сталінській пропаганді 1941–1945 рр. чітко проглядається лінія розмежування офіційного нарративу щодо жінки. Якщо на початку війни її пропагандивний образ був покликаний відіграти мобілізаційну функцію, продемонструвати єдність і згуртованість радянського народу, то після Сталінградської битви спостерігається поступова маскулінізація гендерного забарвлення символів перемоги. На передньому плані практично всіх пропагандивних меседжів зображено чоловіка-воїна. Жіноча постать фронтовички, підпільниці, партизанки хоч і присутня, але перестає бути уособленням жіночності, материнства. Показовою ілюстрацією такої трансформації є художній образ Зої Космодем'янської (Зоя Космодемьянская), який уперше оприлюднив у січні 1942 р. журналіст газети «Правда» П. Лідовий у статті «Таня», а згодом був візуалізований в однойменній картині Кукриніксів. Він доволі точно «відображає державні потреби воєнного часу та норми сталінської культури: андрогінна фігура в спідниці та коротко підстриженому волоссі, сильна, озброєна жінка-боєць, продукт довоєнних кампаній мілітаризації» (Harris, 2012, р. 77). Так, незважаючи на величезний вклад

радянської жінки в перемогу, сталінська пропаганда ніби заретушувала її постать у загальній картині переможців, ставила на друге місце після чоловіка, а згодом, одразу після переможного кінця, сприяла перетворенню «жінок, які брали безпосередню участь у військових діях, на фігури замовчування» (Суховерська, 2017, с. 224).

Паралельно зі звільненням української території від німецьких окупантів на теренах західних областей України відбувався процес відновлення/встановлення радянської влади. Завдання, які постали перед панівною більшовицькою партією в умовах радянзації новоприєднаних регіонів, змусили її до пошуку форм і методів імплантації образу «нової радянської жінки» у свідомість населення, яке не бажало сприймати цю владу як свою. У контексті реалізації завдань мобілізаційної політики більшовицькі пропагандисти експлуатували сконструйований ще в 1930-х роках образ радянської жінки-активістки – рівноправного «будівничого соціалістичного суспільства», право на приватне життя якого підпорядковується волі «колективу». Традиційно основними формами його популяризації виступали ЗМІ, листівки, пропагандивні брошури, різні зображувально-наочні засоби тощо. Проте, на мою думку, у 1944–1945 рр. їх використовували як допоміжні інструменти в руках професійних «бійців ідеологічного фронту» в особі партійно-радянських посадовців. Основний акцент у розгорнутій владою пропагандивній кампанії ставився на максимальне використання вербальних засобів комунікації. Цілком погоджуюся з думкою дослідників, які вважають, що «вербалізація ідеології стала самостійною професією. Масштаби використання сталінським режимом пропаганди дають підстави стверджувати, що вона, як і вся партія, виконувала виконавчу функцію» (Cioflâncă, 2010, р. 477). У структурі міськ-, райк-, обкому Комуністичної партії (більшовиків) України (КП(б)У) відділ/управління агітації та пропаганди<sup>1</sup> розглядався як один із найважливіших підрозділів. Його співробітники відповідали за стан і проведення політико-ідеологічної роботи в усіх без винятку сферах життя радянської людини, зокрема й серед жіноцтва.

Західноукраїнська жінка стала об'єктом особливої уваги більшовицької влади з перших місяців її повернення у регіон. Свідчення цього – прийняття 5 квітня 1945 р. ЦК (Центральним комітетом) КП(б)У спеціальної постанови «Про роботу серед жінок західних областей України», наслідком чого стало створення делегатських зборів, або т. зв. інституту делегаток, та відділів із роботи серед жінок (детальніше див.: Starodubets, 2020). І в одному, і в другому випадку чітко визначалася як процедура формування, так і перелік завдань, що їх мали вирішувати ці організації.

Під привабливими гаслами емансипації радянської жінки, звільнення її від «домашнього побуту», перетворення «з наймички польських панів» на вільну незалежну людину була прихована справжня мета сталінського режиму – використання жінок як мобілізаційного ресурсу для відбудови/розбудови економіки та союзника в боротьбі з українським повстанським рухом. Цією метою західноукраїнському суспільству через різні пропагандивні канали нав'язувався стереотипний образ *«жінки-трудівниці»* (колгоспниці, передовика виробництва, стаханівки тощо) та *«жінки-активістки»* (переважно бере активну участь у всіх агітаційних заходах радянської влади, передовсім жінвідділів, проводить агітаційно-роз'яснювальну роботу серед місцевого населення тощо).

<sup>1</sup> Назву цього підрозділу змінювали впродовж повоєнного десятиліття, проте його функції залишалися незмінними.

Процес закріплення цих образів у суспільній свідомості відбувався традиційними для сталінського режиму методами, зокрема «обов'язковою участю у пропагандистських заходах, тиском, маніпуляціями; створенням особливої “радянської мови”» (Гулай, 2015), способом «безперервного повторення і посилення за допомогою каскадного ефекту важливих ідей, виражених простими реченнями і доступною лексикою» (Cioflâncă, 2010, p. 471). Маємо чимало документальних підтверджень регулярного використання в офіційних промовах, виступах перед громадськістю, письмових звітах, розпорядженнях тощо фраз і словосполучень, які перетворилися на стійкі пропагандивні кліше. Так, із трибун численних зборів колгоспниць/робітниць/інтелігенції пафосно звучали слова, сповнені позитивних конотацій: «жінка-активістка», «жінделегатка», «колгоспниця», «вільна радянська жінка, звільнена з-під панського/польського/чоловічого гніту», «трудівниця», «передовик соціалістичного змагання» тощо. Звіти партійних чиновників рясніють описами того, як «бувши неграмотна селянська дівчина перетворилася в активного трудівника-творця під впливом сили колективної праці на благо Батьківщини» (ДАРО-2, арк. 65), «кращі жінки-активістки з місцевого населення готуються до вступу кандидатами в члени ВКП(б)» (ЦДАГОУ-1, арк. 123) тощо.

Обов'язковою складовою промови кожного партійно агітатора перед місцевим населенням була апеляція до «важкої жіночої долі за панської Польщі»; критика тих жінок, «які за своїми горшками не хочуть брати участі в суспільному житті», «затурканих жінок»; агресивна риторика щодо учасниць і симпатиків націоналістичного підпілля: «бандерівки», «німецькі підстилки» тощо. Виступи делегаток на обласних та республіканських нарадах, переповненні словами вихваляння радянської влади, завжди доповнювали розповіді про власні успіхи й досягнення на шляху їхнього професійного чи кар'єрного зросту.

У роботі партійні пропагандисти широко застосовували такий професійний прийом, як залучення до «обговорення поточних проблем» представників місцевого населення, зокрема жінок. Вважалося, що їхні експресивні виступи краще, ніж виступи професійних агітаторів впливатимуть на емоційно-чуттєву сферу слухачів, що сприятиме формуванню більш стійкого образу «свого», «радянського» на противагу образу «ворога», «чужого», «ворожого», який є потенційною загрозою. Апелювання до «жінок», з одного боку, мало на меті мобілізувати їх як робочу силу для відбудовчих процесів, а з другого – використати як важливий інструмент боротьби з повстанським рухом. Для прикладу, один із радянських чиновників у звіті інформує про те, що «в с. Межиріч Острозького району члени жіночої ради та жінки-делегатки прочитали всім жінкам Наказ народного комісара внутрішніх справ України т. Рясного і поговорили зокрема з усіма жінками, щоб вони допомогли вернутися з повинною учасникам банд. І в тому, що з цього села з'явилося з повинною 24 бандити, є, безумовно, заслуга й жінок» (ЦДАГОУ-2, арк. 120). Влада в різний спосіб заохочувала «жінок взяти активну участь у боротьбі з ворогами народу німецькими прихвостнями» (ДАРО-1, арк. 60). Використовуючи різноманітний пропагандивний інструментарій, зокрема безпосереднє спілкування з місцевим населенням під час численних зустрічей, сталіністи особливо увагу акцентували на такого роду фактах, наголошуючи, що це вияв поведінки «справжньої радянської жінки», свідомої свого громадянського обов'язку.

У досліджуваний період серйозною перешкодою на шляху утвердження владою в західних областях України монопольного права на створення віртуальної радянської



реальності за сталінськими лекалами виступало українське націоналістичне підпілля. Політична боротьба цих антагоністичних сил за симпатії місцевого населення вирізнялася не меншою запеклістю, ніж мілітарна на полі бою. Координаційним центром продукування ідей та здійснення політико-виховної роботи в українському повстанському запіллі й УПА виступали референтури ОУН(б) (Організації українських націоналістів (бандерівців)) та УПА, які відповідали за політико-пропагандивну роботу (їхня структура та назва змінювалася впродовж 1942–1950-х років (детальніше див.: Стасюк, 2006; Пагіря, 2021).

Аналіз документальних, нарративних джерел на предмет гендерної спрямованості пропаганди повстанського підпілля дає підстави для деяких узагальнень та висновків. По-перше, незважаючи на наявність у структурі повстанського підпілля і запіллі жіночої референтури, вони не проводили пропагандивної роботи, спрямованої винятково на жіночу аудиторію. Такого роду пропаганда була опосередкованою. Жінку могли виділяти зі збірного образу «українського народу» і згадувати в контексті реалізації завдань, які, на думку ідеологів повстанського руху, традиційно належить до «жіночих», наприклад: «... ведення розвідки ворожого запілля, виручення чоловіків від сповнення служби санітарів та зв'язківців, виконання функцій стенографісток та машиністок, проведення збірок, шиття і латання білля та одягу для військових, уладнання для них святочних імпрез і т. д.» (ГДА СБУ, арк. 11). Чимало жінок виконували обов'язки медичного персоналу в лавах підпільного Українського Червоного Хреста і здійснювали політико-пропагандивну роботу серед місцевого населення у повстанському запіллі. У межах цієї діяльності вони «проводили бесіди для роз'яснення ролі жінки в національно-визвольному русі: жінка-сестра-жалібниця, санітарка, розвідниця, зв'язкова, кухар, кравець, канцеляристка» (Онишко, 2004, с. 35). Метою таких зустрічей було залучення жіноцтва до самостійницького руху. Але попри доволі значний вклад жінок в ОУН(б) та УПА як у кількісному, так і в якісному відношенні (маю на увазі високий ступінь ризику роботи зв'язкових, розвідниць, медсестер тощо), його значимість ігнорували. Політико-ідеологічна пропаганда повстанського підпілля мала виразно мускулінне забарвлення. Жіночий образ активного учасника визвольного руху залишався малопомітним у тіні чоловічих звитяг.

Натомість у пропагандивних текстах оунівського підпілля та УПА змальовано образ української жінки, рівнятих на який мала кожна свідомо українка. На противагу радянській «жінці-трудівниці», націоналісти пропагували культ «жінки-матері», «тип доброї матері-громадянки, яка ставить організований український націоналізм перед очі українських жінок, і хоче, щоб усі українки були добрими жінками, матерями і громадянками» (ГДА СБУ, арк. 138). Бачення українським повстанським підпіллям ролі та місця жінки в національно-визвольному русі досить яскраво ілюструє листівка «Українська жінка» – один із небагатьох пропагандивних документів, який має виразно гендерну спрямованість. Автори тексту розглядали жінку винятково крізь призму її материнського обов'язку «народження та виховання своїх дітей на великих патріотів української нації, готових піти проти своїх ворогів, щоб їх знищити» (Листівка-5). «Материнська роль визначалася як основний спосіб жіночого служіння нації» (Кісь, 2018, с. 101), фактично його підносили до рангу громадянського обов'язку.

В одному з інструктивних матеріалів повстанського підпілля за підписом М. Рак – «До питання призначення української жінки» – вказано, що «до основних питань призначення українського жіноцтва це – дати якнайбільше та найздоровіше

молоде покоління та підготуватися до зриву та державного будівництва» (ГДА СБУ, арк. 11). Гострій критиці піддавали ідеї емансипації як чужі, штучно привнесені в українське суспільство. На думку автора публікації, вони вкрай шкідливі, бо сприяють розбещенню молодого покоління. Така волонтаристсько-сексистська позиція лідерів ОУН і УПА не є чимось унікальним та несподіваним, адже «вона була віддзеркаленням тогочасної суспільної моралі в Західній Україні з характерними патріархатними установками» (Гавришко, 2015, с. 211). З метою виховання жіночої молоді рекомендувалося «знищити літературу про полове життя та боротися з т. зв. статевим освідомленням» (ГДА СБУ, арк. 12). Судячи зі змісту цього тексту, хлопці не потребували такого жорсткого контролю за статевим вихованням, як дівчата, яких апіорі визначили потенційно більш схильними до порушень морально-етичних норм.

У цьому ж документі акцентовано увагу на неприпустимості поширення шкідливої для української нації практики одруження дівчат із неукраїнцями. «Щоби знеохотити дівчат до “романів” із “ворогами”, пропагандисти ОУН виготовляли листівки з демотивуючими закликами: “Не ходіть з більшовиками – катами народу, енкаведистськими горлорізами і їх підлими вислужниками! Не виходьте заміж за них, гоніть їх геть від себе! Плюйте їм в очі! Ганьба всім тим, які пристають з ворогом!”» (Гавришко, 2016, с. 101–102).

Пропаганда повстанського підпілля ґрунтувалася на засадах гегемонної маскулінності, яка передбачала другорядність жіночих ролей, підпорядкування їх чоловічим потребам. В умовах боротьби за Українську державу та її розбудову жінку розглядали «берегинею рідного вогнища», яка передовсім мала дбати про сім'ю. Хоча й йшлося про необхідність «підготовки придатного до того жіноцтва до державного будівництва», але водночас вказували, що управлінські функції жінка може виконувати лише у випадку, «коли б це не могли робити чоловіки» (ГДА СБУ, арк. 12). Варто наголосити, що така гендерна диспропорція притаманна не тільки українському соціуму, а є, радше, універсальною. Так, сербська дослідниця Ясмїна Тешанович (Jasmina Tesanovic), аналізуючи події 1990-х років у Югославії, зауважує, що в період національно-визвольного руху спостерігається певна «тотемізація суспільства», в якому, «чоловічість мужчин форсується, як і підпорядкованість жінок. Жінки стають ангелами-хоронителями власного дому» (Тешанович, 2003).

Окремим об'єктом уваги повстанської пропаганди жінка виступає в період масштабних політичних кампаній, як, наприклад, виборчої чи зі створення колгоспів. У цей час з'являється низка сатиричних карикатур і листівок патріотичного спрямування, у сюжеті яких присутня жіноча постать, наприклад «Весна прийде! Переможе правда над злом!» (Листівка-6). Вона візуально поділена на два композиційні сюжети, розділені навкісною лінією. По боках розміщено дві антагоністичні сили: «добра» (українські повстанці, які символізують народження нового, «весни») і «зла» (ворога в хутряному одязі, який уособлює ненависть у вигляді зимового холоду). Центральна постать, що підноситься над силуетами повстанців, – жінка в українському національному вбранні, яка тримає в руках букет квітів і тризуб. Показово, що автор малюнка абсолютно маскулінізує визвольний рух (зброя є тільки в руках трьох чоловіків). Образ української жінки він бачить винятково як символ матері, незламної берегині та захисниці традиційних цінностей родини.

У переліку важливих дат, які урочисто відзначали в УПА та повстанському підпіллі, було Свято героїв. Як правило, до цього дня, крім урочистих заходів, готували

спеціальні наочні агітаційно-пропагандивні матеріали. Головною постаттю більшості листівок, присвячених Дню героїв, виступає український повстанець, борець за волю України. Жіночий досвід участі в національно-визвольному русі, знову ж таки, залишився поза межами не тільки героїзації, але й згадування. Одна з небагатьох листівок цієї серії – «Героям слава!» (Листівка-1) містить зображення жіночої постаті. У центрі композиції – березовий хрест на могилі загиблого воїна, який обіймає молода жінка, одягнена в об'ємне світле плаття, що нагадує радше одяг Божої Матері. Центральна постаць тут – незримий образ чоловіка-воїна, який і є тим символічним «героєм». Жінці ж традиційно відведено роль матері, вдови, що оплакує сина, чоловіка і зберігає пам'ять про його героїчне життя та подвиг.

Зміщення акцентів пропаганди українського повстанського підпілля у сторону надання їй більш урівноваженого гендерного забарвлення спостерігається в період розгортання більшовицькою владою кампанії зі створення колгоспів (1946–1947). Яскравою ілюстрацією цього слугують листівки «Людей у ярма запрягли» (Листівка-2), «Таке “щастя, радість і заможність” принесе вам колгосп» (Листівка-4), диптих «“Так має жити український селянин” “А так живе український селянин у сталінських колгоспах”» (Листівка-3) тощо, об'єднаних однією сюжетною лінією – демонстрацією злиденного життя радянського колгоспника. На малюнках із цієї серії здебільша зображені як чоловіки, так і жінки, які піддаються насиллю з боку представників сталінського режиму: енкаведистів, партійних чиновників, голів колгоспу тощо. Такий вихід повстанської пропаганди за межі традиційних патріархальних гендерних ролей був зумовлений необхідністю мобілізації всього населення на розгортання антиколгоспного спротиву більшовицькій владі. Попри суб'єктивно упереджене ставлення до жінки як активного учасника політичних процесів, повстанські лідери не могли ігнорувати об'єктивності факту серйозного впливу жіночого чинника на динаміку колективізації в сільському господарстві західних областей УРСР.

Отже, результати дослідження дають підстави для висновку, що політична пропаганда більшовицько-радянської влади й українського націоналістичного підпілля в період їхнього збройного протистояння на теренах Західної України в 1944–1947 рр. мала ознаки гендерного забарвлення, що було зумовлено необхідністю залучення на свою сторону місцевого жіноцтва. На початковому етапі процесу т. зв. другої радянської радянської регіону ці ознаки виявлялися більш виразно в радянській пропаганді, ніж українського націоналістичного підпілля. Обидві сили конструювали образ жінки, виходячи зі своїх потреб: «радянська жінка-трудівниця» на противагу «українські жінці-берегині, матері».

Більшовицький пропагандивний арсенал наповнений різноманітнішим набором форм і методів, аніж повстанського заплілля та підпілля. Окрім різних ЗМІ, партійні чиновники широко використовували публічні заходи як майданчики для прямої й опосередкованої пропаганди. Основним методом націоналістичної пропаганди було поширення друкованих матеріалів.

Партійно-радянська влада мобілізувала жіночі ресурси як допоміжну робочу силу для відбудови господарських об'єктів і як ретранслятора комуністичних ідей та гасел. Образ радянської емансипованої жінки-трудівниці, ідейного натхненника революційних перетворень у краї активно експлуатували більшовицькі ідеологи в публічному пропагандивному дискурсі та використовували як один з інструментів радянської регіону. Натомість у політико-ідеологічному наративі українського



повстанського підпілля та УПА домінував образ жінки-матері, покликання якої – виховувати своїх синів і дочок борцями за незалежну Українську державу. Саме на неї було покладено місію збереження української нації через народження і виховання дітей. А їхній захист – це обов’язок чоловіків. Спільною ознакою гендерно спрямованих пропагандивних нарративів антагоністичних сторін була наявність дисбалансу у фемінному та маскулітному вимірі на користь останнього.

### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

Барабан, О. (2015). Вона захищала батьківщину: образи жінок в сталінському кіно про Другу світову війну. *Україна Модерна*. <https://uamoderna.com/md/baraban-women-war-cinema>

Гавришко, М. (2015). Гендерні аспекти сексуальної моралі в ОУН і УПА у 1940–1950-х роках. *Український визвольний рух*, 20, 199–213.

Гавришко, М. (2016). Чоловіки, жінки й насильство в ОУН та УПА в 1940–1950-х рр. *Український історичний журнал*, 4, 89–107.

**ГДА СБУ:** Галузевий державний архів Служби безпеки України (ГДА СБУ), ф. 13, спр. 376, т. 48.

Гулай, В. (2015). Інмутаційний вектор пропагандистського комунікативного впливу сталінського режиму на мешканців західної України (зима 1944 – весна 1945). <https://www.ukrmilitary.com/2015/11/propaganda-zahidna-ukraina-1944-45.html>

**ДАРО-1:** Державний архів Рівненської області (Держархів Рівненської обл.), ф. 400, оп. 3, спр. 76.

**ДАРО-2:** Держархів Рівненської обл., ф. 400, оп. 3, спр. 405.

Ільницький, В. (2016). *Карпатський край ОУН в українському визвольному русі (1945–1954)*. Дрогобич: Посвіт.

Кісь, О. (2018). «Жіноче питання» в ідеології і пропаганді ОУН. *Народознавчі зошити*, 1, 91–102.

Кравчук, М. (2004). Утвердження тоталітарної політичної системи засобами політичної пропаганди (радянський період). *Науковий вісник Чернівецького університету Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини*: зб. наук. праць, 229–230, 129–133.

Кульчицький, С. (2021). Ленінська держава-комуна як інструмент побудови спотвореного світу. *Український історичний журнал*, 2, 167–185.

**Листівка-1:** Листівка «Героям Слава». <http://avr.org.ua/viewDoc/6030>

**Листівка-2:** Листівка «Людей у ярма запрягли». <http://avr.org.ua/viewDoc/5164>

**Листівка-3:** Листівка «“Так має жити український селянин” “А так живе український селянин у сталінських колгоспах”». <http://avr.org.ua/viewDoc/5158>

**Листівка-4:** Листівка «Таке “щастя, радість і заможність” принесе вам колгосп». <http://avr.org.ua/viewDoc/5168>

**Листівка-5:** Листівка «Українська жінка». <http://avr.org.ua/viewDoc/5589>

**Листівка-6:** Листівка «Христос Воскрес! Воскресе УССД!». <http://avr.org.ua/viewDoc/5515>

Нагірняк, М., Лаврецький, Р. (2013). Політична та ідеологічна боротьба органів комуністичної партії у процесі утвердження режиму в Західній Україні (1944–1945 рр.). *Військово-науковий вісник*, 20, 66–80.

Онишко, Л. (2004). Роль жінки в українському національно-визвольному русі середини ХХ століття. *Український визвольний рух*, 3, 30–38.

- Пагіря, О. (2021). *Структура, форми та види пропаганди в УПА*. <https://museumterror.com/publications>
- Почепцов, Г. (2019). *СССР: страна, созданная пропагандой*. Харьков: Фолио.
- Романюк, М. (2016). *Золочівська округа ОУН у національно-визвольному русі (1937–1953)*: монографія. Львів.
- Стародубець, Г. (2008). *Генеза українського повстанського запілля*: монографія. Тернопіль: Підручники і посібники.
- Стасюк, О. (2006). *Видавничо пропагандивна діяльність ОУН (1941–1953 рр.)*. Львів: Центр досліджень визвольного руху, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України.
- Суховерська, І. (2017). Образ жінки в роки Другої світової війни у сучасній російській історіографії. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*, 49, 223–227.
- Тешанович, Я. (2003). Жінки і війна. *Культурологічний часопис «І»*, 27. <https://www.ji.lviv.ua/n27texts/teshanovych.htm>
- ЦДАГОУ-1**: Центральний державний архів громадських об'єднань України (ЦДАГО України), ф. 1, оп. 70, спр. 1013.
- ЦДАГОУ-2**: ЦДАГО України, ф. 1, оп. 23, спр. 2771.
- Cioflâncă, A. (2010). The communist propagandistic model: towards a cultural genealogy. *Studia Politica: Romanian Political Science Review*, 10(3), 447–482.
- Harris, A. M. (2012). Memorializations of a martyr and her mutilated bodies: Public monuments to Soviet war hero Zoya Kosmodemyanskaya, 1942 to the present. *Journal of War & Culture Studies*, 5(1), 73–90.
- Піс, Melanie J. (Ed.). (2018). *The Palgrave Handbook of Women and Gender in Twentieth-Century Russia and the Soviet Union*. Palgrave Handbooks. Palgrave MacMillan.
- Kenez, P. (1985). *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization. 1917–1929*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lasswell, H. (1951). The Strategy of Soviet Propaganda. *Proceedings of the Academy of Political Science*, 24(2), 66–78.
- Starodubets, G. (2020). Women's Experience of Participation in the Sovietisation Process in Ukrainian Villages in the 1920s and 1940s in Terms of Regional Peculiarities. *Pamięć i sprawiedliwość. Pismo naukowe poświęcone historii najnowszej*, 2(36), 153–168.

## REFERENCES

- Baraban, O. (2015). Vona zakhyshchala batkivshchynu: obrazy zhinok v stalinskomu kino pro Druhu svitovu viynu. *Ukrayina Moderna*. <https://uamoderna.com/md/baraban-women-war-cinema> (in Ukrainian).
- Cioflâncă, A. (2010). The communist propagandistic model: towards a cultural genealogy. *Studia Politica: Romanian Political Science Review*, 10(3), 447–482 (in English).
- Derzhavnyi arkhiv Rivnenskoï oblasti (Derzharkhiv Rivnenskoï obl.), f. 400, op. 3, spr. 76 (in Ukrainian).
- Derzharkhiv Rivnenskoï obl., f. 400, op. 3, spr. 405 (in Ukrainian).
- Haluzevyi derzhavnyi arkhiv Sluzhby bezpeky Ukrainy (HDA SBU), f. 13, spr. 376, t. 48 (in Ukrainian).

Harris, A. M. (2012). Memorializations of a martyr and her mutilated bodies: Public monuments to Soviet war hero Zoya Kosmodemyanskaya, 1942 to the present. *Journal of War & Culture Studies*, 5(1), 73–90 (in English)

Havryshko, M. (2015). Henderni aspekty seksualnoyi morali v OUN i UPA u 1940–1950-kh rokakh. *Ukrayinskyi vyzvolnyy rukh*, 20, 199–213 (in Ukrainian).

Havryshko, M. (2016). Choloviky, zhinky y nasylstvo v OUN ta UPA v 1940–1950-kh rr. *Ukrayinskyi istorychnyy zhurnal*, 4, 89–107 (in Ukrainian).

Hulay, V. (2015). *Inmutatsiynyy vektor propahandystskoho komunikatyvnoho vplyvu stalinskoho rezhymu na meshkantsiv zakhidnoi Ukrainy (zymo 1944 – vesna 1945)*. <https://www.ukrmilitary.com/2015/11/propaganda-zahidna-ukraina-1944-45.html> (in Ukrainian).

Ilic, Melanie J. (Ed). (2018). *The Palgrave Handbook of Women and Gender in Twentieth-Century Russia and the Soviet Union*. Palgrave Handbooks. Palgrave MacMillan (in English).

Ilnytskyi, V. (2016). Karpatskyi kraj OUN v ukrainskomu vyzvolnomu rusi (1945–1954). Drohobych: Posvit (in Ukrainian).

Kenez, P. (1985). The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization. 1917–1929. *Cambridge University Press, Cambridge* (in English).

Kis, O. (2018). «Zhinoche pytannya» v ideolohiyi i propahandi OUN. *Narodoznavchi Zoshyty*, 1, 91–102 (in Ukrainian).

Kravchuk, M. (2004). Utverdzhenia totalitarnoi politychnoi systemy zasobamy politychnoi propahandy (radianskyi period). *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu Istorii. Politychni nauky. Mizhnarodni vidnosyny: zb. nauk. prats*, 229–230, 129–133 (in Ukrainian).

Kulchytskyi, S. (2021). Leninska derzhava-komuna yak instrument pobudovy spotvorenoho svitu. *Ukrainskyi istorychnyy zhurnal*, 2, 167–185 (in Ukrainian).

Lasswell, Harold. (1951). The Strategy of Soviet Propaganda. *Proceedings of the Academy of Political Science*, 24(2), 66–78 (in English).

Lystivka «Heroiam Slava». <http://avr.org.ua/viewDoc/6030> (in Ukrainian).

Lystivka «Liudei u yarma zapriahly». <http://avr.org.ua/viewDoc/5164> (in Ukrainian).

Lystivka «“Tak maie zhyty ukraiinskyi selianyn” “A tak zhyve ukraiinskyi selianyn u stalinskykh kolhospakh”». <http://avr.org.ua/viewDoc/5158> (in Ukrainian).

Lystivka «Take “shchastya, radist i zamozhnist” pryнесе vam kolhosp». <http://avr.org.ua/viewDoc/5168> (in Ukrainian).

Lystivka «Ukrayinska zhinka». <http://avr.org.ua/viewDoc/5589> (in Ukrainian).

Lystivka «Khrystos Voskres! Voskresne USSD!». <http://avr.org.ua/viewDoc/5515> (in Ukrainian).

Nahirniak, M., Lavretskyi, R. (2013). Politychna ta ideolohichna borotba orhaniv komunistychnoi partii u protsesi utverdzhenia rezhymu v Zakhidnii Ukraini (1944–1945 rr.). *Viiskovo-naukovyi visnyk*, 20, 66–80 (in Ukrainian).

Onyshko, L. (2004). Rolzhinky v ukrayinskomu natsionalno-vyzvolnomu rusi seredyny XX stolittya. *Ukrayinskyi vyzvolnyy rukh*, 3, 30–38 (in Ukrainian).

Pahiryia, O. (2021). *Struktura, formy ta vydy propahandy v UPA*. <https://museumterror.com/publications> (in Ukrainian).

Pocheptsov, G. (2019). *SRSR – strana sozdannaia propagandoi*. Kharkov: Folio, 464 (in Russian).

Romaniuk, M. (2016). *Zolochivska okruha OUN u natsionalno-vyzvolnomu rusi (1937–1953): monohrafiia*. Lviv (in Ukrainian).

Starodubets, G. (2008). *Heneza ukraïnskoho povstanskoho zapillia: monohrafiia*. Ternopil: Pidruchnyky i posibnyky (in Ukrainian).

Starodubets, G. (2020). Women's Experience of Participation in the Sovietisation Process in Ukrainian Villages in the 1920<sup>s</sup> and 1940<sup>s</sup> in Terms of Regional Peculiarities. *Pamięć i sprawiedliwość. Pismo naukowe poświęcone historii najnowszej*, 2(36), 153–168 (in English).

Stasyuk, O. (2006). *Vydavnycho propahandyvna diyalnist'OUN (1941–1953 rr.)*. Lviv: Tsentr doslidzhen vyzvolnoho rukhu, Instytut ukraïnoznavstva im. I. Krypiyakevycha (in Ukrainian).

Sukhovska, I. (2017). Obraz zhinky v roky Druhoyi svitovoyi viyny u suchasniy rosiys'kiy istoriohrafii. *Naukovi pratsi istorichnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, 49, 223–227 (in Ukrainian).

Teshanovych, Ya. (2003). Zhinky i viyna. *Kulturolohichni chasopys «Yi»*, 27. <https://www.ji.lviv.ua/n27texts/teshanovych.htm> (in Ukrainian).

Tsentrálny derzhavnyi arkhiv hromadskykh obiednan Ukrainy (TsDAHO Ukrainy), f. 1, op. 70, spr. 1013 (in Ukrainian).

TsDAHO Ukrainy, f. 1, op. 23, spr. 2771 (in Ukrainian).

#### **Galyna STARODUBETS**

*Doctor of Historical Sciences (Dr hab. in History), Professor*

*Professor of the Department of World History*

*Zhytomyr I. Franko State University*

*Scholar of the scholarship program of the Faculty of History*

*at the Westfälische Wilhelms-Universität (WWU)*

*ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2005-771X>*

*e-mail: starodubec@gmail.com*

### **GENDER ORIENTATION OF THE PROPAGANDA OF THE BOLSHEVIK-SOVIET GOVERNMENT AND THE UKRAINIAN NATIONALIST UNDERGROUND IN THE PERIOD 1944–1947**

The gender component of the political propaganda of the Bolshevik-Soviet government and the Ukrainian nationalist underground during their armed confrontation in Western Ukraine is analyzed. The semantic content of the agitation-propaganda «image of a woman» by both warring parties and the forms and methods of presentation of the created construct to a certain target audience in accordance with the set political goals and objectives are investigated. It is concluded that the political propaganda of the Bolshevik-Soviet government and the Ukrainian nationalist underground in the western regions of Ukraine in 1944–1947 had signs of gender coloring. In Soviet propaganda, they were more pronounced than in the propaganda materials of the Ukrainian nationalist underground.

Both antagonistic forces constructed the image of women based on their needs: «the Soviet woman is a toiler» as opposed to «the Ukrainian woman is a keeper, a mother». The Soviet party authorities mobilized the female resource, on the one hand, as an auxiliary

labor force for the reconstruction of economic facilities, and on the other hand, as a repeater of communist ideas and slogans. The image of the Soviet emancipated woman worker was actively exploited by Bolshevik ideologists in public propaganda discourse and used by them as one of the tools of Sovietization of the region. Instead, the political and ideological narrative of the Ukrainian insurgent underground and the UPA was dominated by the image of a woman-mother whose vocation was to raise her sons and daughters as fighters for an independent Ukrainian state. Emphasize that it was specifically entrusted to her the mission of preserving the Ukrainian nation through the birth and upbringing of children.

It is determined that the Bolshevik propaganda arsenal is filled with a more diverse set of forms and methods than the arsenal of the insurgent underground. In addition to various mass media: newspapers, radio, cinema, etc. party officials widely used public events: meetings, rallies etc. as platforms for direct and indirect propaganda. The main method of nationalist propaganda was the distribution of printed materials. It was inferred that a common characteristic of gender-biased propaganda narratives from antagonistic sides was the presence of an imbalance in the feminine and masculine dimensions, favoring the latter.

**Keywords:** propaganda, women, Soviet government, UPA, Western Ukraine.