

Суперництво між містами за ресурси, фактично перетворило їх у «товари». З'явилась потреба віднаходити ідентичність та формувати власні територіальні бренди, що зможуть гідно конкурувати між собою як у політичному, економічному так і в соціокультурному просторі. Ефективний маркетинг територій повинен базуватись на потребах цільових аудиторій та задовольняти їх; мати мобільну структуру та швидко підлаштовуватись до змін. Такий підхід до маркетингу територій дозволить створити надійний бренд та сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу, буде приваблювати потік туристів та партнерів для подальшої взаємної співпраці.

Список літератури

1. Кейс-стаді «Брендинг і маркетинг територій», Федерація канадських муніципалітетів / Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2019. С. 58.
2. Алан Х. Курс підприємництва: підручник / Хоскінг Алан. - М.: Міжнародні відносини, 2008. С. 350.
3. Маркетингова стратегія міста Івано-Франківська 2019 URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/IF-Marketing-Strategy.pdf> (дата звернення: 19.11.2021)
4. Нагорняк Т.Л. Брендинг території як державна та регіональна політика: [Монографія] / Т.Л. Нагорняк. - Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2013. - 367с.

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

Родигін К.М., к.філос.н., старший викладач кафедри журналістики та соціальних комунікацій

КОНСТРУЮВАННЯ «ОБРАЗУ ВОРОГА» В КАРИКАТУРАХ: ПЕРСОНИ ТА ПЕРСОНІФІКАЦІЇ «УКРАЇНСЬКИХ БУРЖУАЗНИХ НАЦІОНАЛІСТІВ» У ЖУРНАЛІ «ПЕРЕЦЬ»

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Ця розвідка є продовженням дослідження теми конструювання візуального образу «українських буржуазних націоналістів» як одного з «образів ворога» на матеріалах карикатур українського радянського сатиричного журналу «Перець» за період 1941–1991 рр.

Звернення до цієї теми є актуальним як у контексті проблематики формування ідентичностей за допомогою медіа (у випадку «Перця» радянського періоду – специфічної української радянської ідентичності [1, с. 159], що відтак вимагала опрацювання образу українського «Іншого»), так і в контексті сучасної російсько-української інформаційно-сміслової війни, в арсенал якої значною мірою входять пропагандистські стереотипи, міфи і меми

часів СРСР. У свою чергу, інтернет-меми сучасності за своїми властивостями і способом дії мають подібність до давнішого жанру карикатури [2], відтак вивчення карикатур залишається актуальним і перспективним із позицій дослідження впливів на масову свідомість, інформаційних вірусів тощо.

У попередніх роботах [3-5] визначено та досліджено основні візуальні атрибути-маркери цього образу в карикатурах «Перця» та їх частотність; встановлено, що образ «українського буржуазного націоналіста» як одного зі стереотипізованих «ворогів радянської влади» здебільшого базується на давнішій усталеній візуалізації образу «петлюрівця», що набуває фактично універсального характеру і проєктується на реалії Другої світової та Холодної війни. Характерно, що в останні роки існування СРСР (після 1987 р.) цей образ зникає з карикатур «Перця».

Мета роботи – визначити особливості адресації карикатур «Перця» з тематики «українських буржуазних націоналістів» конкретним персонам, їх частотність і пріоритетність.

На проаналізований масив інформації (1091 число журналу, 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). В ряді випадків аналіз показав несподівані результати, наприклад, щодо популярності образів ключових діячів українського руху в візуальній сатирі «Перця». Результати аналізу наведено в Таблиці 1.

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 (всього)	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	2	5%	Образ Грушевського менш

	Грушевський		поширений, ніж очікувалося
<i>Унікальні адресати (по одному зображенню*)</i>			
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 і 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, канадійський 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, канадійський 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 нерадянську ідентичність.

Список літератури

1. 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.

2. 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: 19.11.2021)

3. Родигін К.М. Аналіз візуальних маркерів образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець». *Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи : матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції* (м. Тернопіль, 15 квітня 2021 року). Тернопіль, 2021. С. 75-77.

4. Родигін К. Конструювання візуального образу «українського буржуазного націоналіста» в карикатурах журналу «Перець» (1941–1991 рр.). *Образ*. 2021. Вип. 1 (35). С. 101-113.

5. Родигін К.М. Конструювання «образу ворога» в карикатурах: «Українські буржуазні націоналісти» та їх супутники в сатиричному журналі «Перець». *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідної роботи за період 2019–2020 рр. (квітень–травень 2021 р.)*. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2021. С. 302-304.

УДК 35:33.021.8:[354:351:321.01:323.2](477)

*Ружицький В. В., здобувач освіти,
Чальцева О. М., д. політ. н., доцент,
професор кафедри політології та
державного управління*

РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ, ЯК СУКУПНІСТЬ ПОЛІТИКО-УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Існуюча з часів незалежності в країні система державного управління демонструє свою неефективність, внутрішню незбалансованість, віддаленість від громадян, що в результаті виступає стримуючим засобом під час здійснення системних перетворень. Враховуючи векторний вибір України до європейської інтеграції перед її інститутами постають непрості завдання щодо проведення законодавчої та інституційної реформи, необхідної для ефективного реалізації трансформації системи органів державного управління. Зниження адміністративного навантаження державного регулювання, подолання політичної корупції, забезпечення реалізації принципів верховенства права та передбачуваності адміністративних дій є основним комплексом заходів, який необхідно провести Україні в процесі реформування її системи державного управління. Від безпосередньої ефективності реалізації реформи держуправління залежать рівень життя громадян, якість ведення бізнесу, рівень внутрішнього валового продукту та інші економічні показники.

Систему державного управління України, можна розглядати через призму історичного інституціоналізму, оскільки держані інститути їх ієрархія, система