

ТРАНСФОРМАЦІЯ СМІХОВОЇ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ РАДЯНСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Яковлев Андрій

Стаття простежує трансформаційний процес елементів сміхової культури в умовах пропаганди СРСР. Досягненню мети сприяли принципи історизму, об'єктивності, а також системний і комплексний підходи.

Автором розкрито сутність терміну «сміхова культура», що запропонував М. Бахтін, проаналізовано подальші дослідження цього явища. Показано, що сміхова культура в тоталітарній державі перетворюється у так званий офіційний гумор або сміхову культуру пропаганди та стає інструментом правлячої партії. Акцентується увага на сатурі як найвіддалішій формі сміхової культури для влади. Доведено, що більшовики приділяли багато уваги керованому розвитку сатиричних жанрів у різноманітних ЗМІ держави та розуміли ефект від них. У статті наведено витяги з партійних документів, які доводять тиск тоталітарної держави на свободу слова в СРСР. Результати дослідження можна використовувати для подальшого вивчення особливостей радянської пропаганди, а також при викладанні курсів «Історія України», «Історія СРСР», спецкурсів, пов'язаних з вітчизняною історією.

Ключові слова: *сміхова культура, радянська пропаганда, сатура, періодична преса, плакат.*

Проблема впливу ЗМІ на розум і свідомість людини викликає зацікавленість у дослідників уже не перше десятиріччя. Особлива увага приділяється розповсюдженню інформації у тоталітарних державах, у тому числі й СРСР. Керівництво останнього нехтувало політичними свободами громадян і нав'язувало єдину точку зору з будь-яких внутрішніх або зовнішніх питань, яка визнавалася правлячою партією правильною. Маніпуляція людською свідомістю задля створення «нової людини» була одним з головних завдань пропаганди радянської держави. В умовах гібридної війни, в якій наш народ відстоює незалежність та суверенітет країни, інформаційний простір знову набирає значної ваги. Тому проблема впливу пропаганди на людину не втрачає актуальності й зараз.

Досліджуючи механізми дії та наслідки роботи пропагандистської машини в СРСР, неможливо оминати такий сюжет історії, коли на службі ідеології та пропаганди так чи інакше знаходилась сміхова культура, яка значно спрощувала інформацію, що була призначена для радянського суспільства.

Треба зазначити, що проблема співвідношення політичної дійсності та сміхової культури протягом багатьох десятиліть залишалася поза увагою дослідників. Перші фундаментальні дослідження сміху та гумору в СРСР почались у 60-х рр. ХХ ст. та торкалися сутності сатири. Наприклад, карикатурист Б. Єфімов аналізував усі відомі на той час різновиди карикатур, а також приділяв увагу їхній характеристиці у журналі «Крокодил» [7]. Опису сатиричних радянських видань приділили увагу такі радянські вчені, як С. Стикалін та І. Кременська [13]. Розвитку сатири як частини літератури та її впливу на суспільство приділяв увагу у своїй монографії Ю. Борєв [4]. У 1965 р. відомий вчений-філолог М. Бахтін видав працю «Творчість Франсуа Рабле і народна культура середньовіччя та Ренесансу», яку він закінчив ще в 1940 р. Однак лише у період «відлиги» вчений зміг оприлюднити своє дослідження, в якому вперше було введено у науковий обіг термін «сміхова культура» та проаналізовано її структуру, обґрунтовано поняття «народна сміхова культура» [2]. Цікавими для дослідження також будуть публікації Л. Баліної, в яких автор розглядала сміхову культуру за допомогою філософського аналізу, досліджувала цей процес як світовий феномен та як явище у сучасному світі [1]. О. Стяжкіна для визначення реального місця жінки у радянському повсякденні також використовувала джерельну базу, яку надає сміхова культура [14]. Важливою подією в історіографії сміхової культури стала публікація монографії М. Столяр «Радянська сміхова культура», яка має культурологічне забарвлення. Автор розглядала еволюцію сміхової культури протягом усього існування СРСР, досліджувала її структурні елементи, визначила типи взаємовідносин між державною ідеологією та сміховою культурою [12].

У цілому аналіз як теоретичних, так і конкретно-історичних робіт, присвячених сміховій культурі, дає можливість висвітлити слабовивчені аспекти проблеми. Якщо поняття сміхової культури, її сутність, структура та роль у житті пересічної людини знайшли належне вивчення у історіографічному доробку, то проблема використання владою та пропагандистським апаратом СРСР елементів сміхової культури лише поверхово відображена в історичних працях. Отже, метою статті є вивчення трансформаційного процесу елементів радянської сміхової культури в умовах більшовицької пропаганди.

Важливим джерелом при вивченні пропаганди у СРСР є періодична преса. Це пояснюється тим, що вона відігравала важливу роль у суспільстві, була не лише засобом масової інформації, але й потужним чинником агітації та пропаганди, особливо в регіональному контексті. Використання у статті матеріалів сатиричних журналів «Крокодил» та «Перець» (карикатури, памфлети, фейлетони тощо) дасть можливість краще зрозуміти роль сміху на службі пропаганди. Доповнюють картину нормативні документи партійних органів, що

стосуються конкретних питань функціонування редколегій сатиричних видань та сатиричні плакати.

Як уже зазначалося вище, М. Бахтін вперше вводить в науковий обіг поняття «сміхова культура», вивчаючи народну творчість часів середньовіччя, народний сміх та його форми – найменш досліджену, за словами вченого, галузь народної творчості. Було показано, що сміхова культура є незалежним від ідеології явищем: «Цілий неосяжний світ сміхових форм та проявів протистояв офіційній та серйозній (за своїм тоном) культурі церковного та феодального середньовіччя» [2, 8]. Вивчаючи радянське суспільство, можемо спостерігати, як елементи сміхової культури (здебільшого сатира) використовуються пропагандою задля досягнення цілей, пов'язаних з контролем громадян. Тобто можна казати про своєрідну трансформацію бахтінівського визначення сміхової культури (а саме: акцент на неприпустимості фактору ідеології в культурі) у так званий офіційний гумор або сміхову культуру пропаганди.

Розглядаючи феномен існування сміхової культури в радянській тоталітарній державі, неможливо оминати питання на кшталт: «А чи може диктатура придушити сміх?». Відповідь знаходиться у першій в історії книзі жартів «Philogelos», що була створена за часів Античної Греції. У ній зазначено, що сміх притаманний тільки людині, і це відокремлює її від тваринного світу. Таким чином, загальне, цілеспрямоване придушення гумору неможливе – це дегуманізаційний процес. Радянська ідеологія не бралася за неможливу справу ліквідації сміху. Вбачаючи у «вільних» жартах про більшовицьких лідерів загрозу революційній пильності, ще у перші роки громадянської війни «диктатура пролетаріату» «націоналізувала» сміхову культуру в цілому. У планах було видання книги жартів народного комісара просвіти А. Луначарського як остаточного вираження пролетарської культури. Глузування та висміювання, таким чином, визначали різницю між радянським суспільством та класовим ворогом, що несе загрозу молодій державі [17]. Отже, сміх і гумор ставали для радянської пропаганди *інструментом для контролю суспільства та потужною зброєю проти внутрішніх і зовнішніх ворогів*.

Найзручнішим елементом і частиною сміхової культури для радянської пропаганди була сатира – крайня та найвища форма критики. Не можна не погодитися, що в сатиричному мистецтві, звичайно ж, є войовничий початок. Немає жодного сатиричного твору, який би нікого не критикував, який би ні проти кого не був спрямований. Адже призначення сатири, за словами відомого художника-карикуриста Б. Єфімова, «у тому і полягає, щоб служити в руках суспільства [а в цьому випадку в руках комуністичної партії – А. Я.] засобом, який по-бойовому нещадно разить та викриває все те, що вороже та небезпечне для... народу...» [7, 5–6]. У цьому він вбачав завдання та смисл сатири.

Однією із форм сатири є карикатура – найбільш вдалий засіб пропаганди, бо візуалізація інформації про ворожий образ чи проблему краще засвоювалася народом та швидше поширювалася у суспільстві через свою нескладність. Більшовицька влада приділяла багато уваги розвитку сатиричних малюнків у ЗМІ держави та розуміла ефект від карикатур. Наприклад, нарком просвіти А. Луначарський зазначав, що «І зараз наш сміх, що направлений проти ворога, буде злим, тому що ворог ще сильний. У цій боротьбі сміхом ми маємо право зображувати ворога карикатурно. Цим неправдоподібним положенням карикатура з'ясовує внутрішню правду яскравіше та гостріше, ніж будь-який інший прийом» [5, 68–69]. Діяльність карикатуристів не припинилася й під час Другої світової війни. Б. Єфімов згадував, що «Лунали, правда, голоси, що зовсім не час для смішних карикатур, а необхідні суворі, патетичні плакати, що закликають до відсічі, до стійкості, мужності... Але наша агітація не відмовилася від такої незмінної зброї, як сміх» [6, 326].

Слово «каркатура» походить від італійського «caricage», що в перекладі означає перебільшення, перевантаження. Каркатура – це зображення, яке містить у собі поєднання реалістичного і фантастичного; жанр образотворчого мистецтва, який є основною формою образотворчої сатири, спрямованої на висміювання конкретних людей, а також суспільно-політичних, побутових явищ. У більшості випадків каркатура супроводжується невеликим текстом або афоризмом. Каркатурний малюнок повинен бути не інформативно завантажений, а, навпаки, – легким, зрозумілим для широких мас народу [3, 31–32]. Функціональна мета сатиричної каркатури – політико-релігійно-суспільні засоби боротьби, моральне відображення, сатиричне глузування або навіть знущання [9, 10].

З метою пропаганди вміло використовувалися й художньо-публіцистичні жанри, такі як фейлетон і памфлет. Назва жанру «фейлетон» походить від французького слова «листок»; спочатку він був своєрідним додатком до періодичного видання. Він розміщувався знизу друкованої смуги та відокремлювався від неї жирною лінією. Пізніше поняття «переросло» у заголовок тексту. Радянські пропагандисти використовували фейлетон як засіб висміювання зла або вад людини. Подібну роль відігравав і памфлет (від грецького – «все перетворюю на попіл») – сатиричний твір, метою якого є висміювання вад людини і приниження того героя або героїв, які видаються авторові носіями зла та приносять шкоду суспільству [15, 268–273]. Завдяки перебільшенню, сарказму та іронії памфлет перетворився на справжню грізну «зброю сатири». Головна відмінність фейлетону від памфлету полягає у різних комунікативних цілях. У першому автор намагається показати зв'язок події з явищами часу, цей жанр базується на багатопланових подіях суспільної значущості. У сюжеті фейлетону перебуває важлива подія, проблема, причини та наслідки явища; фейлетон спря-

мований на викриття і висміювання. Памфлет відрізняється різкою негативною спрямованістю, він «поглинає» описуваний об'єкт. Фейлетон характеризується іронією, памфлет – жорстким сарказмом [8].

Кращі майстри жанру, виконуючи завдання радянської пропаганди, створювали фейлетони та памфлети на злободенні внутрішні і міжнародні теми. Вони писали їх простою і народною мовою, тим самим викликаючи величезну популярність в читацькому середовищі. Одночасно талановиті карикатуристи створювали візуальний вигляд внутрішніх і зовнішніх «ворогів» держави.

Практично всі прояви сатиричного жанру можна було зустріти в радянській пресі, яка масово почала виходити з 1917 р. Усі газети та журнали в СРСР без винятку були пронизані пропагандою радянського «світлого майбутнього», тоталітарна влада контролювала роботу журналістів і диктувала плани дій (викриття зовнішніх і внутрішніх контрреволюціонерів, таврування помилок і прорахунків господарського життя країни, заклики до підвищення самосвідомості і самодисципліни робітників і селян, прославлення та шанування комуністичної партії та її лідерів тощо). Серед газет виділимо значимо найпопулярніші: «Правду» (друкований ЗМІ Комуністичної партії), «Известия» (друкований орган Верховної Ради СРСР), «Комсомольську правду» (друкований орган ЦК ВЛКСМ), «Труд» (друкований орган ВЦРПС). Величезної популярності в СРСР набули сатиричні журнали – їх за часи існування країни виходило більше сотні найменувань. Кожна соціалістична республіка мала свій журнал сатири та гумору. Але наймасовішими виданнями, безумовно, були «Крокодил», що виходив на всіх теренах СРСР (максимальний тираж – більше 6 мільйонів екземплярів) та український журнал республіканського значення «Перець» (приблизно 3,5 мільйона екземплярів). Відзначимо, що саме перший задавав тон тогочасній сатири, а критика діяльності редколегії «Крокодила» підштовхувала редакторів журналів інших республік до корегування своєї роботи.

Вивчаючи історію журналів «Крокодил» і «Перець», неможливо не помітити втручання тоталітарної влади в діяльність сатириків. Так, уже через п'ять років після створення, у 1927 р. «Крокодил» піддався критиці, оскільки почав орієнтуватися вже на службовців, міське міщанство, інтелігентні верстви читачів. Владі не подобалося, що теми праці і побуту робітників вже не так часто виступають на перший план. Редакція оперативно зреагувала на критику – вона переглянула стиль роботи і повернула колишній престиж журналу та довіру партії.

Значно гіршою виявилася доля українського журналу. Першочерговий варіант сатиричного видання – «Червоний перець» (виходив у Харкові з 1922 р.) припинив своє існування у 1934 р. Через часту гостру критику радянської дійс-

ності декількох членів редакції було репресовано, а журнал заборонено. Під назвою «Перець» відроджений журнал почав виходити з весни 1941 р.

Переживши у роки війни своєрідну відлигу, редакції знову потрапили під удари тоталітарної машини у часи гонінь на інтелігенцію (цей період більш відомий як «ждановщина»). Так, у 1946 р. ЦК КП(б)У ухвалив постанову «Про журнал сатири і гумору «Перець». Через два роки влада втрутилася й у діяльність «Крокодила». Постанова ЦК ВКП(б) вказувала, що редакція відірвана від радянського повсякдення та нагадувала, що «основним завданням журналу є боротьба з пережитками капіталізму у свідомості людей. Журнал повинен зброєю сатири викривати розкрадачів суспільної власності, рвачів, бюрократів, прояви зверхності, підлабузництва, вульгарності; своєчасно відгукуватися на злободенні міжнародні події, піддавати критиці буржуазну культуру Заходу, показуючи її ідейну нікчемність і виродження» [10, 271–272].

Критика окремих галузей радянської економіки, громадських організацій ідеологічної спрямованості (наприклад, міністерства сільського господарства або комсомольської організації) знову викликала незадоволення журналом «Крокодил» з боку державної цензури. Тому у вересні 1951 р. було прийнято нову постанову ЦК ВКП(б) «Про недоліки журналу «Крокодил» та заходи його покращення», в якій зазначалося, що «... журнал «Крокодил» є малоцікавим, ведеться на недостатньо високому ідейному та художньому рівні. На сторінках журналу друкується багато надуманих, беззмістовних оповідань і віршів, слабких малюнків і карикатур, які не мають серйозного суспільного значення, допускаються помилки у висвітленні питань внутрішнього життя країни та міжнародних подій... Поодинокі негативні факти видаються за загальні недоліки роботи державних, профспілкових та інших організацій, що створює в читачів неправильне уявлення про роботу цих організацій... Журнал слабо виконує завдання боротьби з пережитками капіталізму в свідомості радянських людей» [10, 282]. Після постанови редколегії «Крокодила» та інших сатиричних журналів скорегували свою роботу та почали створювати сюжети, які «відповідають» інтересам держави. Наступні роки влада також втручалася у роботу сатириків через численні постанови ЦК КПРС, резолюції з'їздів тощо.

Представники відділу агітації та пропаганди ЦК КПРС розуміли й вплив на людську свідомість засобів візуальної комунікації. Широкої популярності набуло плакатне мистецтво. Виходячи з того, що більшість населення країни була неписьменною, більшовики в перші роки радянської влади усю необхідну інформацію вміщували в нескладних образах та коротких висловах-лозунгах на плакатах, чим самим формували суспільні настрої. Бажаючи того чи ні, людина на підсвідомому рівні запам'ятовувала ідеї та починала слідувати їм [11, 22]. Величезну роль тут також відігравала сатира, бо через карикатурні образи

народ краще розумів інформацію. На 1917–1921 рр. припадає найбільший розквіт плакатного виробництва в СРСР (кількість найбільш важливих і значущих плакатів могла сягати 50 тис. екземплярів). Надалі плакат обслуговував різноманітні партійні кампанії [16, 67].

Отже, на базі опрацьованої літератури та аналізу джерел висвітлено процес трансформації сміхової культури в умовах радянської пропаганди. На службі у першій в світі соціалістичної держави знаходилася «націоналізована» та підпорядкована владі так звана офіційна сміхова культура, що виступала своєрідним інструментом і рупором більшовицької партії. Сатира, як елемент сміхової культури, що покликана критикувати соціальні негаразди, стала в нагоді для радянського апарату пропаганди. Численні постанови та резолюції поклали край вільності сатириків, у результаті чого апарат цензури міг контролювати навіть сміх та гумор пересічного громадянина. Стаття не є такою, що ставить крапку на подальшому вивченні сміхової культури та її залежності / зв'язку від пропаганди. Перспективи дослідження також пов'язано з подальшим вивченням структури та сутності сміхової культури завдяки розширенню джерельної бази.

Abstract

The article overviews the process of transformation of different elements in the culture of laughter under Soviet propaganda. The goal of the article is reached thanks to the principles of historicism, objectivity, as well as systematic and complex approaches to the topic at hand.

The author explains the definition of the "culture of laughter", as proposed by M. Bakhtin, and analyzes the further research of this phenomenon. It is shown that in the realities of a totalitarian state the culture of laughter is transformed into the so-called "official humor", or the propaganda's culture of laughter, becoming a yet another instrument in the hands of a ruling party. The satire, as the most preferable form of the culture of laughter for the government, gets special attention. It is proven that the Bolsheviks payed quite a lot of attention to the development of satirical genres in different outlets of state-controlled media, as they understood the effect they have. The article provides excerpts from the documents of Communist Party, that prove the totalitarian state's censorship of the freedom of speech in USSR. The research's results could be used for further research of the peculiarities of Soviet propaganda, as well as in "History of Ukraine" and "History of USSR" curriculum, or other special courses related to homeland history.

Key words: *culture of laughter, Soviet propaganda, satire, periodical press, poster.*

Аннотація

Статья исследует трансформационный процесс элементов смеховой культуры в условиях пропаганды СССР. Достижению цели способствовали принципы историзма, объективности, а также системный и комплексный подходы.

Автором раскрыта сущность термина «смеховая культура», который предложил М. Бахтин, проанализировано дальнейшие исследования этого явления. Показано, что смеховая культура в тоталитарном государстве превращается в так называемый официальный юмор или смеховую культуру пропаганды и становится инструментом правящей партии. Акцентируется внимание на сатире как самой удачной форме смеховой культуры для власти. Доказано, что большевики много внимания уделяли развитию сатирических жанров в различных СМИ государства и понимали эффект от них. В статье приведены выдержки из партийных документов, которые доказывают давление тоталитарного государства на свободу слова в СССР. Результаты исследования можно использовать для дальнейшего изучения особенностей советской пропаганды, а также при преподавании курсов «История Украины», «История СССР», спецкурсов, связанных с отечественной историей.

Ключевые слова: смеховая культура, советская пропаганда, сатира, периодическая печать, плакат.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Балина Л. Философские основания анализа смеховой культуры / Л. Балина // Теория и экология разума: материалы Всеросс. науч.-практ. конф. «Язык культуры и культура языка». – Тюмень: Вектор Бук, 2001. – Вып. 9. – С. 97–100.
2. Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1990. – 543 с.
3. Бірюков М. Карикатура, шарж, комікс як різновиди газетно-журнальної графіки / М. Бірюков // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – 2010. – № 7. – Ч. I. – С. 29–36.
4. Боров Ю. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Боров. – М., 1970. – 269 с.
5. Дмитриев А. Социология политического юмора: Очерки / А. Дмитриев. – М.: «Российская политическая энциклопедия», 1998. – 332 с.
6. Ефимов Б. Десять десятилетий о том, что видел, пережил, запомнил / Б. Ефимов. – М.: Вагриус, 2000. – 639 с.
7. Ефимов Б. Основы понимания карикатуры / Б. Ефимов. – М., 1961. – 72 с.

8. Комаров С. А. Памфлет и фельетон: к вопросу о сатирической направленности жанров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levlivshits.org/index.php/materials/annotations/reading-2012/460-maket-12.html>
9. Москин Д. Краткая энциклопедия карикатуры / Д. Москин. – Петрозаводск, 2000. – 208 с.
10. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: сб. документов и материалов / сост. Л. Климова. – М.: Мысль, 1972. – 635 с.
11. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939–1945 / Э. Родс. – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.
12. Столяр М. Советская смеховая культура / М. Столяр. – К.: СтилоС, 2011. – 304 с.
13. Стыкалин С. Сатирическая печать / С. Стыкалин, И. Кременская. – М.: Госполитиздат, 1963. – 484 с.
14. Стяжкіна О. Сміхова культура України другої половини ХХ століття: освоєння жіночого образу / О. Стяжкіна // Етнічна історія народів Європи. – 2001. – Вип. 10. – С. 21–29.
15. Тертычный А. Жанры периодической печати / А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
16. Шліхта Н. Історія радянського суспільства / Н. Шліхта. – Харків: Акта, 2015. – 252 с.
17. Lauchlan I. Laughter in the Dark: Humour under Stalin / I. Lauchlan // *Le Rire Europeen*. – Presses Universitaires De Perpignan, 2010. – P. 257–274.

References

1. Balina, L. (2001). *Filosofskie osnovaniia analiza smekhovoii kultury* [Philosophical bases of analysis of culture of laughter]. Theory and ecology of mind: Proceedings of the Russian scientific-practical conference “Language of culture & culture of language” (pp. 97–100). Tiumen: Vektor Buk.
2. Bakhtin, M. (1990). *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaia kultura srednevekovia i Rennansa* [The works of Francois Rabelais and folk culture of the Middle Ages and the Renaissance]. Moscow: Khudozh. lit.
3. Biriukov, M. (2010). *Karyatura, sharzh, komiks yak riznovydy hazetno-zhurnalnoi hrafiky* [Caricatures, cartoons, comics as a kind of newspaper and magazine graphics]. *Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka*, 7, Vol. 1, 29–36.
4. Borev, Iu. (1970). *Komicheskoe ili o tom, kak smekh kaznit nesovershenstvo mira, ochishchaet i obnovliaet cheloveka i utverzhaet radost bytiia* [The comic or how laughter executes imperfection of the world, cleans and refreshes the person and asserts the joy of being]. Moscow.

5. Dmitriev, A. (1998). *Sotciologiiia politicheskogo iumora: Ocherki [Sociology of political humor: Essays]*. Moscow: „Rossiiskaia politicheskaia entciklopediia”.
6. Efimov, B. (2000). *Desiat desiatiletii o tom, chto videl, perezhil, zapomnil [The ten decades of what have seen, experienced, remembered]*. Moscow: Vagrius.
7. Efimov, B. (1961). *Osnovy ponimaniia karikatury [The basic for understanding of cartoons]*. Moscow.
8. Komarov, S. A. Pamflet i feleton: k voprosu o satiricheskoi napravlenosti zhanrov [The pamphlet and the feuilleton: the issue of the satirical genre orientation]. Retrieved from: <http://www.levlivshits.org/index.php/materials/annotations/reading-2012/460-maket-12.html>
9. Moskin, D. (2000). *Kratkaia entciklopediia karikatury [Short Encyclopedia of cartoons]*. Petrozavodsk.
10. Klimova, L. (Comp.). (1972). *O partiinoy i sovetskoy pechati, radioveshchaniy i televidenii [About the Party and the Soviet press, radio and television]*. Moscow: Mysl.
11. Rods, E. (2008). *Propaganda. Plakaty, karikatury i kinofilmy Vtoroy mirovoy voiny 1939–1945 [Propaganda. Posters, cartoons and cinema of World War II 1939–1945]*. Moscow: Eksmo.
12. Stoliar, M. (2011). *Sovetskaia smekhovaia kultura [The Soviet culture of laughter]*. Kiev: Stilos.
13. Stykalin, S & Kremenskaia, I. (1963). *Satiricheskaya pechat [The satirical press]*. Moscow: Gospolitizdat.
14. Stiazhkina, O. (2001). *Smikhova kultura Ukrainy drugoy poloviny XX stolit'ia: osvoennia zhinochoho obrazu [The Ukrainian culture of laughter of the second half of the 20th century: the development of the female image]*. *Etnichna istoriia narodiv Yevropy*, 10, 21–29.
15. Tertychnyi, A. (2011). *Zhanry periodicheskoy pechati [Genres of periodical press]*. Moscow: Aspekt Press.
16. Shlikhta, N. (2015). *Istoriia radianskogo suspilstva [The history of the Soviet society]*. Kharkiv: Akta.
17. Lauchlan, I. (2010). *Laughter in the Dark: Humour under Stalin*. Chamayou, A. & Duncan, A. (eds.), *Le Rire Europeen*. Presses Universitaires De Perpignan, 257–274.