

Наукові записки

14. Волинець А. До Різдва Христового // Дзвін. – 6 січня. – 1925. – Ч. 93.
15. Волинець А. Христос Воскрес // Дзвін. – 28 квітня. – 1924. – Ч. 53.
16. Волинець А. Перед образом Т. Г. Шевченка // Дзвін. – 1924. – 15 березня. – Ч. 47.
17. Волинець А. З циклу: Велика Руїна // Дзвін. – 26 грудня. – 1924. – Ч. 90.
18. Волинець А. Наш фронт // Дзвін. – 2 грудня. – 1924. – Ч. 83.
19. А. В. «Кресова Рада» // Дзвін. – 19 грудня. – 1924. – Ч. 88.
20. Волинець А. Арешти // Дзвін. – 7 квітня. – 1925. – Ч. 116.
21. Протокол II конференції УНП (С-С) 23 листопада 1924 року // Дзвін. – 2 грудня. – 1924. – Ч. 83.
22. А. В. Господарче положення нашого села // Дзвін. – 30 січня. – 1925. – Ч. 100.
23. А. В. Журба весіння // Дзвін. – 24 березня. – 1925. – Ч. 112.
24. А. В. На кооперативні теми // Дзвін. – 3 квітня. – 1925. – Ч. 115.
25. Волинець А. Щось сильніше від нас (побутове) // Дзвін. – 6 січня. – 1925. – Ч. 93.
26. А. В. Теорія і дійсність // Дзвін. – 9 січня. – 1925. – Ч. 94.
27. А. В. Де наше учительство? (Стаття дискусійна) // Дзвін. – 13 січня. – 1925. – Ч. 95.
28. А. В. «Світло» // Дзвін. – 20 лютого. – 1925. – Ч. 106.
29. А. Во-ць. Микола Міхновський. (В другі роковини трагічної смерті 3. 05. 1924 року) // Дзвін. – 2 травня. – 1926. – Ч. 188.
30. Держархів Рівненської обл. – Ф. 33. – Оп. 1. – Спр. 3040.
31. Коваль р. Трагедія отамана Волиня / Роман Коваль, Кость Завальнюк. – Київ: Діокор, 2002. – 288 с.
32. Державний архів Волинської області (Держархів Волинської обл.). – Ф. 198. – Оп. 1. – Спр. 11.
33. Держархів Волинської обл. – Ф. 199. – Оп. 2. – Спр. 3.

Давидюк Г.П. СОТРУДНИЧЕСТВО АНАНИЯ ВОЛЫНЦА В ГАЗЕТЕ «ДЗВИН» В РОВНО (1923-1926 ГГ.)

В статье рассматривается деятельность одного из лидеров украинского повстанческого движения в 1917 - 1920 гг в период середины 20 - х годов на территории Второй Речи Посполитой как общественного и политического деятеля, одного из лидеров Украинской национальной партии.

Ключевые слова: Ананий Волинец, газета «Колокол», Украинская национальная партия, эмиграция.

Davidyuk R. P. ANANIAS VOLYNETS NEWSPAPERS «DZVIN» IN RIVNE (1923-1926 YEARS).

In the article the activity of one of the leaders of the Ukrainian insurgency in 1917 - 1920's in the middle period of 20 - ies in the territory of the Second Commonwealth as public and political figure, one of the leaders of the Ukrainian National Party.

Keywords: Ananias Volynets, the newspaper «Bell», the Ukrainian National Party, emigration.

УДК 070/15 (477) «1918/1939»

В.О. Гандзюк

ПРОПАГАНДА В ІДЕОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ ГАЗЕТИ УВО «СУРМА»

У статті визначено теоретичні, практичні аспекти та тематику пропаганди на сторінках газети Української визвольної організації «Сурма», осмислено її вплив на громадську думку, представлено редакційну політику з питань розповсюдження інформації ідеологічного змісту.

Ключові слова: пропаганда, газета УВО «Сурма», національна ідея, громадська думка, українська ідеологія

У міжвоєнний період в Україні (1918-1939 рр.) всеохопного характеру набуло питання національно-визвольного руху. Політичні діячі Д. Донцов, Д. Андрієвський, Ю. Вассиян, М. Сціборський та В. Мартинець зайнялися розробкою теоретичних засад націоналізму. Виникла низка націоналістично налаштованих організацій, серед яких доволі помітну нішу зайняла УВО (Українська військова організація) на чолі з Є. Коновальцем. Тема боротьби за українську незалежність з'явилась у багатьох письменників (У. Самчука, Є. Маланюка, Л. Мосендза). На фоні такого культурного і політичного руху було засновано газету «Сурма», яка несла не лише

.....
програмні, літературні, історичні елементи тієї «ідеологічної доби», але й відіграла непересічну роль органу пропаганди (в кінці кожного номера замість редакційних даних писалося: «Видає пропагандивний відділ УВО»).

У цьому дослідженні основну увагу зосереджено на теоретичних та практичних засадах пропаганди, яка відіграла важливу роль на сторінках газети «Сурма»; осмислено її вплив на суспільну національну думку, представлено систематизацію цього поняття, ґрунтовану на редакційній політиці часопису.

Пропаганда – це своєрідний засіб досягнення мети. Ж. Еллюль твердив, що «речі, побут, життєва практика, реклама, мистецтво – все наповнене пропагандою і стає нею» [1, с. 339]. Сьогодні про пропаганду як елемент маніпуляції свідомістю потрібно говорити враховуючи розвиток інформаційних технологій, війн, ринків тощо. Період міжвоєнної доби, коли найпоширенішим інформаційним джерелом було друковане слово, характеризувався не меншим розмахом пропаганди, доказом чого є газета «Сурма».

Однією з найважливіших проблем нашого медійного суспільства є належність тієї чи іншої газети певному власнику, а власник має безпосереднє відношення до влади. Саме від того, чи преса висловлює думки влади, можна виводити тези щодо «четвертої влади» або про намагання ввести тотальний контроль над суспільством, вживаючи методи пропаганди. Можна висловити припущення, що, коли газета не буде прислужуватись владі, а, для прикладу, демонструватиме переконання «ідеологічно поневоленого» народу методами пропаганди, то під її контроль потрапить не лише народ, а й влада або принаймні газета матиме безпосередній вплив на владу, а тому вже матиме зброю у своїх руках.

Ось як глобально газета «Сурма» у своїй «передовиці» визначає роль пропаганди: «Будучність українського революційного руху та взагалі наших визвольних змагань від того, чи поставимо пропаганду внутрішню та зовнішню на належній висоті або, іншими словами, чи зуміємо підняти в народі воевничого Духа й викличемо тверду віру в перемогу над ворогами» (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1). Тобто вже сам друкований орган визначив пропаганду як основну зброю, яка властива друкованому органу, крім того ця цитата свідчить на користь того, що «Сурма» – це газетнаброшура, яка поширює ідеї, покликані для «реалізації національно-державного ідеалу» або принаймні на рівні утворення задумувалась саме такою.

У перекладі з латині «пропаганда» означає «те, що підлягає розповсюдженню», але вже у тлумачному словнику знаходимо поміж іншими значеннями: «Ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що носить політичний або релігійний характер» [3, с. 39]. Тобто пропаганда із предмета переросла у власне вплив, хоча можна вважати, що і та, й інша дефініція пропаганди є правильною. Виходячи з цього, можна ввести у розмовний арсенал поняття «суб'єкт пропаганди» і «об'єкт впливу», як визначає їх Л. Леонтєва, де, для прикладу, суб'єктом пропаганди виступає газета, а об'єктом впливу – ті, на кого поданий у газеті матеріал мав би подіяти, адже «суб'єкт пропаганди в концептуальній схемі зайнятий лише собою, об'єкт впливу він сприймає лише у вигляді абстракції» [4, с. 12].

Принцип техніки поширення пропаганди теоретично досить простий: пропагандист повинен донести інформацію до «споживачів» крізь друковане джерело таким чином, що ті, на кого ця пропаганда спрямована, не знали про зв'язок пропагандиста із джерелом. Коли інформація поширюватиметься без посередника, відразу від пропагандиста до адресата, це не матиме такого великого впливу на таку велику кількість населення, як у вищесказаному прикладі. Цю особливість можна віднести до феноменології пропаганди поряд із ще однією: інформація подається будь-якими методами і формами, аби лиш несла в собі потрібний пропагандисту і не обов'язково реальний зміст. Тому не дивно, що «саме в цей період (на початку ХХ століття) термін пропаганда набув негативного відтінку» [5, с. 400]. На цьому рівні потрібно обережно ставитись до теми пропаганди та розділяти: 1) пропаганду – маніпуляцію свідомістю для досягнення власної цілі, «зміст маніпуляції такий: ми не будемо тебе примушувати, ми залізем до тебе в підсвідомість і зробимо там, що ти сам захочеш» [2, с. 17]; 2) пропаганду – розповсюдження реальних даних, але в певній, визначеній пропагандистом, галузі та створення своїх форм та методів подачі цих даних, що в результаті мають слугувати для досягнення певної мети; 3) пропаганду як «те, що піддається розповсюдженню», тобто просто розповсюдження інформації.

Пропагандою, якою користувалась редакція підпільної газети «Сурма» у своїй діяльності визначаємо другий тип, хоча не говорити про взаємопроникнення у неї і першого, і третього

типу було б великою помилкою. Газета «Сурма» визначає для пропаганди таке місце: «вщепити в суспільність непереможне бажання незалежного життя, яке заставляло б до розплати з ворогами та до конструктивної праці для реалізації нашого національно-державного ідеалу» (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 2).

Продовжуючи розглядати теоретичні особливості пропаганди, зауважимо, що більшість ідей, які поширюються завдяки пропаганді, є утопічними. Не потрібно поспішати розуміти буквально це суперечливе твердження, адже пропаганда – не задовольняти соціальні потреби людини, а методом розповсюдження певної інформації (дезінформації) формувати погляди (найчастіше політичні) та впливати на майбутні дії людини як соціального елемента.

З іншого боку, важливо, чи цей елемент стане органічною частиною загального механізму, а для цього потрібно, аби найбільшій кількості людей були близькі подібні проблеми. Вальтер Ніколаї писав, говорячи про це, що, якщо пропаганда спрямована на велику кількість людей, її ідейний рівень повинен бути найелементарнішим [6].

Під пропагандою наразі потрібно розуміти поширення задалегідь відшліфованої усіма доступними технічними і психологічними методами інформації чи дезінформації, яка має за мету сформувати чи знешкодити ту чи іншу ідею, що цікава провокатору, і розрахована на щонайбільшу кількість людей. Ось яку всеохоплюючу її роль, говорячи про світ, показувала газета «Сурма»: «Пропаганда є в нашому столітті важнішою зброєю, ніж усі інші, в боротьбі народів між собою. Лише дорогою пропаганди можна якусь справу зробити популярною в світі» (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1).

В іншому визначенні газета «Сурма» вважала саме пропаганду своєю основною зброєю: «Бо лише пропагандою серед власної суспільності можна викликати фанатизм і ненависть до ворога, геройського Духа та зажду посвяти та штовхнути широкі народні маси вслід за тими, що на своєму прапорі виписали: «боротьба з ворогом на життя й смерть». Уже в цій цитаті простежується непересічна роль пропаганди у визвольному русі та взагалі в функціонуванні газети.

Далі автор передовиці газети поділяє «пропаганду словом» і «пропаганду ділом» та наголошує, що «будь-який акт, зроблений для продовження боротьби, має мати якнайбільший розголос у краї та світі» (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1-2).

Тематика пропаганди не зупинялася на одному номері, а створювала своєрідний інформаційний блок, чим пояснювалося ще й непересічне сприймання пропаганди як основної зброї підпільного органу «Сурма»: «. . . плекати розумну ненависть до окупанта серед власної суспільності. . . Пропаганда нашого визвольного руху між чужими народами, інформування чужих народів про теперішнє положення українського народу, приєднування між ними союзників на випадок нашої збройної боротьби з окупантами» (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1).

«Пропаганду ділом» газета «Сурма» вбачала у вчинках: війна, революційний зрив, повстання та масові заворушення (Сурма. – 1927. – Грудень. – Ч. 5. – С. 1). Тобто треба розуміти, що саме ці вчинки були ключем до розуміння «пропаганди ділом», яку для себе та для читачів визначив редакційний колектив газети. Усі вчинки мали служити одному наміру, як і пропаганда загалом – будівництву самостійної Української держави дорогою національного освідомлення широких мас населення, закріплення проти польських настроїв, нанесення шкоди національному ворогові та «споювання народу в одну тверду цілість». Такими вчинками УВО через пресу «Сурма» називала: «Атентат (вбивство) Федька, замах на Войцехівського, вбивство зрадника Твердохліба, велика акція саботажів у 1922 р., що знищила кількост польських дворів, терористична акція проти адміністративних органів польської влади, проти польських зайдів-колоністів та проти українських зрадників» (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 4).

«Пропаганда словом» має за завдання. . . поширювати вплив «пропаганди ділом» на якнайширші кола власного і чужих народів» (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 5). Тобто в газети було чітке розмежування між «пропагандою словом та ділом». Враховуючи те, що «пропаганда словом» є для цього дослідження безпосереднім представником редакційної політики газети, зупинимось на ній докладніше. Автор згадуваної вище статті розуміє її так: «Пропаганда словом» має за завдання, з одного боку, поширювати вплив на якнайширші кола власного й чужого народів, і продовжувати цей вплив через деякий час, щоб захопити нові покоління, і, з другого боку, щоб викликати бажані настрої та нові вчинки в лоні власної суспільності. . . При пропаганді живим словом приходять під увагу такі її форми: розмови,

.....
відчити й реферати, віча, курси і т. п. При пропаганді писаним словом маємо знов летючки, відозви, листи, брошури й книжки, пресу і т. п. « (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 4). Тобто «пропаганду словом» потрібно було розуміти так: аби все, що стосується якимось чином «слова» як предмета революційної діяльності, представляло собою не лише головний засіб, за допомогою якого газета впливала на читачів, а й винятковий елемент редакційної політики «Сурми» .

Крім цього газета розділяла всі засоби і форми пропаганди за відношенням до законів ворожої влади на легальні та нелегальні: «Розуміється, що УВО веде в першу чергу пропаганду при помочі нелегальних форм, полишаючи легальні форми пропаганди всім прочим нашим товариствам, групам, партіям, установам та врешті поодиноким людям» (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 5).

Визначила «Сурма» свої завдання і для ведення внутрішньої та зовнішньої пропаганди. Завдання внутрішньої пропаганди полягали в «пропаганді національно-державної ідеології (плекання національної моралі, піднесення інтересів нації над інтересами людей і класів, розв'язку питань розбудови суспільного життя із усіх його видимих боків, що були б орієнтовані національно-державною ідеологією, виховання молоді, шкільництво, соціальні питання, господарство і т. д.); об'єднанні української суспільності та підготовці до майбутньої війни (!) з окупантами» . Саме цю тезу газета називала «полем для праці УВО», хоча не винятковим, бо серед завдань УВО були присутні ще й «плекання лицарського духа та любови до військового діла, плекання української військової традиції, пропаганда конечности війни для нас та її способів, познайомлення про способи визвольних воєн інших поневолених народів і т. п. « (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 4).

Завдання зовнішньої пропаганди полягали в «пропаганді конечности союзів між народами, поневоленими такими самими окупантами, що й наш нарід» (там же), а саме Литва, Білорусь, Грузія і т. д. ; пропаганді власне визвольного руху між країнами світу, як наслідок, придбання симпатиків, а тому помічників у національній боротьбі» (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 5). Газета «Сурма» озброїлась метою поставити українське питання на міжнародних форумах і вирішити його в дусі українського національного ідеалу.

Крім «позитивних», як їх називала «Сурма», завдань внутрішньої та зовнішньої пропаганди існували й «негативні», зокрема: «розлад ворожого війська зсередини, адже, третина польської армії – люди із поневолених народів; поширення розумної ненависті до окупанта як серед української суспільності, так і серед інших поневолених народів, ширення деморалізації серед поляків; ширення постійного невдоволення усіма ворожими режимами й урядами; стримування ворожої пропаганди, що розповсюджується не лише на українській території, а й за кордоном і т. д. « (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 5).

Варто зауважити, що це лише загальне визначення завдань, родів і засобів пропаганди, але вже на цьому рівні можна стверджувати, що вона виконувала важливу роль у боротьбі за волю українського народу, не лише функціонувала під час самої війни, а й випереджала збройну боротьбу, будучи при цьому важливим і неповторним її елементом.

Пропагандою, враховуючи все сказане, можна називати чи не всю інформацію, що подавалася на сторінках «Сурми» . Найпомітнішим і показовим елементом теоретичної пропаганди, яка органічно перепліталася із практичною, можна називати заклики на сторінках підпільного органу, починаючи від провокаційних: «Ідея без діла є мертва!», «З хати до хати! З рук до рук!», продовжуючи застережливими: «Не держіть у себе дома ніяких речей: ні документів чи записок, які можуть доказувати вашу приналежність до УВО», «Вистерігайтесь провокаторів!», «Пам'ятайте, що кожний ваш лист проходить поліційну цензуру» . Спочатку (до квітня 1928 р.) газета обходилася такими простими закликами, але потім, врахувавши досвід пропаганди психологічного враження на сторінках «Сурми» з'явилися заклики альтернативного та попереджувального значення, наприклад: «Тримайте язик за зубами, та не попадете в тюрму», «Найбільша метода зізнань: відмова зізнань», або такий особливий заклик «Одинокі цілі поліції та суду – засудити вас! Одинокі їх средство – ваші зізнання! Одинокі ваша цілі в тюрмі – воля! Одинокі ваше средство, що веде до цієї цілі – ваша мовчанка!» .

Не останню роль відігравала вказівна пропаганда: «Пишіть як найменше листів на волі, зовсім не пишійте у тюрмі! Не один у своїх листах і «приписах» виписав собі довгі літа тюрми» чи «І в тюрмі, стіни мають уха. І в тюрмі, ви окружені провокаторами. Не звірюйтесь тому, ні перед приятелями, не перед іншими особами!» .

Важливо відзначити, що такі заклики були взятими в таблиці, надруковані жирним шрифтом та постійно повторювались. Тобто всі механічні засоби формування пропаганди проходили через руки авторів та були взяті до уваги. Знову відзначимо те, що в плані розвитку пропагандистського органу газета мала помітні зрушення. Але крім цих закликів до дій, провокацій та загалом психологічної пропаганди, яка відразу впадала в око, варто зауважити, що власне інформація чи все розповсюдження інформації, яке подавалось в газеті мали певне відношення до пропаганди. Таким чином цілком виправдано можна називати газету «Сурма» пропагандистським органом.

Треба підкреслити, що редакційний колектив не відходив від необхідності збройного конфлікту, більше того, він навіть дещо зневажливо ставився до своєї, здавалося б, основної зброї: «Було б зовсім хибним думати, що суть і ціль революційного руху лежить виключно в підбурюванні наших широких мас демагогічною й не відвічальною пропагандою» (Сурма. – 1928. – Січень. – Ч. 1-6. – С. 4).

Пропаганда за свою багатовікову історію накопичила складну систему дефініцій, які в свою чергу доповнюються та інколи суперечать одна одній. Газета «Сурма» для пропаганди визначила вагому та неординарну роль, вона, зокрема, виконувала не тільки феноменальну концептуальну функцію підпільного органу, а й була основоположницею ідеології, що програмувала не лише бачення редакційного колективу, а й загалом українського підпільного руху.

Важливим залишається питання пропаганди підпільного руху, адже цей фактор визначений одним з найголовніших у його розвитку та формує низку питань як теоретичних, так і практичних. Найбільш цікавим є питання практичного втілення пропаганди.

Газета, враховуючи зокрема теорію пропаганди, демонструвала своє розуміння цієї «багатопрактичної» величини. Газета подавала власні теоретичні думки з приводу пропаганди, враховуючи які, можемо говорити про пропаганду як науковий термін, вживаючи при цьому як структурний елемент – питання української ідеології.

Отже, пропаганда в усьому ідеологічному дискурсі газети УВО «Сурма» відіграла одну з передових ролей, особливо враховуючи те, що була побудована не лише на розповсюдженні інформації, а на розповсюдженні потрібної (!) інформації.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – Вид. 2, перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – с. 339.
2. Кара-Мурза С. Манипуляція сознанием. – К. : Орионы, 2003. – С. 17.
3. Кіпіані В. През шаблю має право // Україна молода. – 2004. – 24 січ. – С. 4-5.
4. Леонтьєва Л. Зброєю масового ураження почуттів і розуму // Віче. – 2004. - № 1. – С. 12.
5. Мальцева Я. Пропаганда як феномен сучасності // Філологічні студії: Зб. наук. пр. – Вип. 5. – Вінниця: Вид-во «ВДПУ», 2007. – С. 400.
6. Николаи В., Ронге М., Россель Ч. Э. Тайные силы: Интернациональный шпионаж и борьба с ним во время мировой войны и в настоящее время. Спецслужбы в войнах и конфликтах XX века. – М., 2005. – 328 с.

Гандзюк В.А. ПРОПАГАНДА В ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ГАЗЕТЫ УВО «СУРМА»

В статье определены теоретические, практические аспекты и тематика пропаганды на страницах газеты Украинской освободительной организации «Сурма», осмыслено ее воздействие на общественное мнение, представлена редакционная политика по вопросам распространения информации идеологического содержания.

Ключевые слова: пропаганда, газета УВО «СУРМА», национальная идея, общественное мнение, украинская идеология

Gandzyk V. A. PROPAGANDA IN IDEOLOGICAL DISKURS OF NEWSPAPER OF UVO «SURMA»

In the article theoretical, practical aspects and subject of propaganda are certain on the pages of newspaper of Ukrainian liberation organization of «Surma», its affecting is intelligent public opinion, an editorial policy is presented on questions of distribution of information of ideological maintenance.

.....
Keywords: propaganda, newspaper of UVO «SURMA», national idea, public opinion, Ukrainian ideology

УДК 94(477)

О.А. Коляструк

**ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА У ПЕРШІ
ПОВОЄННІ РОКИ (1944-1947)**

У статті йдеться про умови повсякденного життя українського суспільства після війни, зокрема про житло, одяг, харчування.

Ключові слова: повсякденне життя, житло, хліб, одяг, карткова система, ціни.

У сучасній українській історіографії одним з потужних напрямів є соціальний. Соціальні історики все більше стали приділяти увагу реаліям життя громадян, особливо в екстремальних умовах: кризи, голоду, війни тощо. Проблематика повсякденного життя звичайних людей у надзвичайних обставинах набула пріоритетності, оскільки дозволяє виявити ступінь сталості соціальних інститутів і норм, а також потенціал суспільної адаптації[1; 2; 9].

Одним з самих складних періодів у цьому сенсі був повоєнний час, особливо на початковому етапі, коли вітчизняні землі були звільнені, але війна ще тривала. Фронт хоч і посувався на захід, війна нагадувала про себе щоденно – руїнами і згарищами, «похоронками» й інвалідами, хлібними картками і гострим дефіцитом, безпритульністю і злочинністю. Повсякдення повоєнного періоду не лише екстраординарне, але й суперечливе: у ньому поєдналися героїчність і втома, почуття високої гордості переможця і неспростовної приниженості, сподівання на краще і відчайдушна безнадійність. Знана російська дослідниця Олена Зубкова цілком виправдано відзначає: «Повоєнний період, особливо перші два-три роки по завершенню війни, являють собою один з ключових етапів у розвитку радянської системи і радянського суспільства. Повоєнні роки залишили практично без змін політичну і економічну систему СРСР, однак у суспільстві в цей час відбувалися великі зміни, пов'язані з формуванням комплексу надій і сподівань після переможного завершення війни. Ці очікування створювали особливий психологічний настрій повоєнних років, їх неповторну своєрідність, колорит»[2, с.4]. Перенесені страждання й усвідомлення внеску у Велику Перемогу спричинили перегляд довоєнних цінностей, визначали пріоритети в реалізації інтересів різних категорій населення, впливали на характер стосунків між народом і державною владою. Повоєнне українське суспільство складало ті, хто пережив окупацію, хто повернувся з фронту чи з евакуації або ж з примусової німецької депортації. Війна породила нові мікро-соціуми: інваліди війни, діти-сироти, вдови, а по війні – демобілізовані, які істотно корегували соціокультурну ситуацію в містах і селах.

по мірі визволення території України від німецько-фашистських загарбників відбувався поступовий перехід до мирного життя, що потребувало відновлення довоєнних життєвих практик, а частіше – трансформації досвіду окупаційного чи військового повсякдення, які самі по собі були вимушено-екстремальними, тому важко набували ординарності з об'єктивних причин. Проблема переходу від війни до миру – в економічному, і в соціальному, і в психологічному плані – стояла перед усім суспільством, перед кожною людиною. Війна неминуче й істотно позначилась на психології людей: одних примусила ще до більшої терплячості й покірності, інших навчила боротьбі і спротиву, в багатьох вона пробудила здатність варіативно мислити, критично оцінювати ситуацію, нічого не брати на віру.

радянські люди, знесилені випробуваннями війни й виснажені нею, цілком справедливо сподівалися на ліберальну трансформацію сталінського режиму, втім, як виявилось, марно. Та ці ілюзії були реальністю післявоєнного буття, навіть більше – однією зі складових стратегій виживання. З війни повернулась людина з досвідом і знанням порівняння. «Контраст між рівнем життя в Європі і у нас, контраст, на який наразились мільйони людей, був моральним і психологічним ударом», – згадував К.Симонов[3, с.48]. З іншого боку, порядок і дисципліна воєнного штабу життя були перенесені у мирне життя, що суперечило його вільній суті.