

УДК 94(477)«195/198»:[391+394]:070.1

DOI: 10.26565/2225-6505-2018-27-10

## ПЕРІОДИКА УРСР 1950-1980-Х РР. ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА МОДУ ТА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ

Корнієнко О. В.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
olkorniienko@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8824-8497>

*В статті розглядаються механізми впливу періодики на моду та повсякденне життя в УРСР. Розкривається діяльність органів цензури щодо контролю за наповненням періодичних видань. Наголошується на актуалізації теми моди в другій половині ХХ ст. та на прикладі найбільш популярних та різнопланових журналів УРСР («Радянська жінка», «Перець», «Краса і мода») аналізується її висвітлення. Робиться висновок, що українські часописи активно залучали свій інструментарій для формування «необхідних» уявлень про моду і розстановки «правильних» акцентів.*

**Ключові слова:** періодика, цензура, мода, повсякдення, УРСР.

*В статье рассматриваются механизмы воздействия периодики на моду и повседневную жизнь в УССР. Раскрывается деятельность органов цензуры относительно контроля за наполнением периодических изданий. Акцентируется внимание на актуализации темы моды во второй половине ХХ в. и на примере наиболее популярных и разноплановых журналов УССР («Радянська жінка», «Перець», «Краса і мода») анализируется ее освещение. Делается вывод, что украинские журналы активно привлекали свой инструментарий для формирования «необходимых» представлений о моде и расстановки «правильных» акцентов.*

**Ключевые слова:** периодика, цензура, мода, повседневность, УССР.

*The article deals with the mechanisms of periodicals' impact on fashion and everyday life in the Ukrainian SSR. The activity of censorship boards to control the content of periodicals is revealed. It focuses on the mainstreaming of the fashion theme in the second half of the 20th century and analyzes its coverage on the example of the most popular and diverse magazines of the USSR ("Radianska zhinka", "Perets", "Krasa i moda"). The conclusion was drawn that Ukrainian magazines actively used their tools to form "necessary" ideas and place "correct" emphasis about fashion.*

**Keywords:** periodicals, censorship, fashion, everyday life, Ukrainian SSR.

Повний контроль над усіма сферами життя громадян можливий лише у поєднанні різних напрямів ідеологічного впливу. Для досягнення стабільного і тривалого ефекту гасла про добробут і достойне майбутнє для підростаючого покоління повинні невпинно лунати, не залишаючи місця роздумам. У той же час можна переконувати населення у тому, що найкраще саме тут, а інші країни якщо не ворожі, то рівень життя у них значно нижчий. Таким шляхом пішла пропаганда в Радянському Союзі, зокрема в УРСР. Вплив на населення проводився у різних напрямках, у тому числі через періодичні видання, і не оминув жодної значущої теми, зокрема і моду.

Мода була і залишається одним з найефективніших способів маніпуляції суспільною свідомістю. Це швидко зрозуміли партійні діячі, але пластичність та багатогранність напряму дозволяла маніпулювати не лише нею, а й задавати необхідний політичний чи економічний тон.

©Корнієнко О. В., 2018

Мета статті полягає в дослідженні організації та функціонуванні органів цензури, виявленні механізмів впливу періодичних видань, що видавалися в УРСР у 1950-1980-х рр., на повсякденне життя пересічних громадян та моду на теренах Радянської України.

Варто зазначити, що окремих праць, в яких висвітлюється вплив періодики УРСР на моду та повсякдення немає. Окремі сюжети розглядаються в роботах Є. Єремєєвої [20], Н. Лебіної [33], Л. Захарової [27]. Питання взаємин моди і влади та дослідження історії моди в Радянському Союзі розглядаються дослідниками С. Журавльовим та Ю. Гроновим [22, 58].

Основу джерельної бази складають архівні матеріали Центрального державного архіву громадських об'єднань (ЦДАГО), Центрального державного архіву-музею літератури та мистецтва (ЦДАМЛМ) та досліджувані періодичні видання УРСР, які мали чи не найбільшу читацьку аудиторію в своїх напрямках, а саме: суспільно-політичний жіночий часопис «Радянська жінка», сатирико-гумористичний журнал «Перець» та журнал мод «Краса і мода».

Періодика, радіомовлення, телебачення, видання книг – все це в СРСР і УРСР проходило жорстку цензуру, за яку відповідали спеціальні органи: Головне управління з охорони державних таємниць у пресі при Раді Міністрів УРСР (Головліт) та його місцеві органи – обласні управління (облліти). Вони займалися питаннями охорони державних таємниць у пресі, радіомовленні, телебаченні, кінофільмах і репертуарах видовищних підприємств; недопущенням поширення іноземних видань, які містять антирадянські, антисоціалістичні матеріали [59, ф. 1, оп. 25, спр. 17, арк. 68 ]. Також вони координували роботу міністерств, відомств, громадських та інших організацій в питаннях охорони державних таємниць у пресі.

Політико-ідеологічний контроль в Головліті та обллітах УРСР здійснювався в точній відповідності до вказівок ЦК КПУ. Керівники органів цензури підтримували тісний зв'язок з секретарями різноманітних партійних органів і відділами пропаганди і агітації, науки і культури тощо. Вказівки, що були одержані, так само як і рішення партії з ідеологічних питань негайно доводились до відома цензорів попереднього контролю з подальшим інформуванням всього цензорського складу управління.

Здійснення контролю доручалося найбільш кваліфікованим, політично обізнаним цензорам, які мали чітко виконувати «Інструкції про порядок цензорського контролю» [59, ф. 1, оп. 24, спр. 4258, арк. 16-52]. Зазвичай складні за своїм змістом видання читалися не одним, а двома цензорами. У разі розбіжності думок, вичитка видання доручалась ще декільком спеціалістам. Якщо воно було досить складне, його проглядав начальник управління і лише після цього, шляхом всебічного розгляду та обговорення зауважень, формувалась єдина думка управління цензури щодо змісту певного видання або твору. Далі звіт із враженнями від прочитаного надавався відповідним парторганам.

Залежно від характеру зауважень повідомлення робилось усно або письмово, з наданням парторганам верстки видання або лише з цитуванням місць, що викликали заперечення цензури. До видавця ці заперечення доводились лише в тому випадку, якщо вони були схвалені парторганами (по Головліту – відповідним відділом ЦК КПУ в особі його завідувача або заступника, по обллітам – відповідним відділом обкому партії). У випадку серйозних зауважень про них письмово доповідалось не тільки завідувачу відповідним відділом ЦК КПУ, але і секретарю ЦК, який завідував питаннями ідеологічної роботи [59, ф. 1, оп. 24, спр. 5024, арк. 26-27].

Не менш важливою ланкою ідеологічної роботи було навчання та виховання робітників цензури. Вони мали ознайомитись з рішеннями і вказівками ЦК КПУ з питань роботи Головліту й іншим ідеологічним питанням та вимогам, що ставились до друкованих, літературних та мистецьких творів. Серйозна увага приділялась вихованню якостей, необхідних цензору, а саме: «гостра політична пильність, вміння аналізувати контрольований матеріал під кутом зору відповідності його інтересам партії і держави, не обмежуючись формальним застосуванням того чи іншого параграфу «Переліку відомостей, заборонених до

опублікування у відкритій пресі, в передачах по радіо і телебаченню» [59, ф. 1, оп. 24, спр. 5024, арк. 60]. Для того, щоб виробити вищезазначені якості, проводились спеціалізовані заняття один чи два рази на тиждень та консультації фахівців з тематики «Переліку» [59, ф. 1, оп. 24, спр. 4604, арк. 148-175]. Окрім цього всі цензори і керівники Головліту УРСР обов'язково слухали цикл лекцій та брали участь в семінарах з історії Комуністичної партії [59, ф. 1, оп. 24, спр. 5024, арк. 61]. По обллітам також проводилась навчально-виховна робота, але вона була менш поглибленою та насиченою порівняно з Головлітом [там само, арк. 63].

Станом на 1968 рік Головне і обласні управління здійснювали контроль друкованих матеріалів 27 видавництв республіки, 5 редакційно-видавничих відділів та 153 інших організацій, яким було надано право видавничої діяльності. Крім того, контролювалось понад 1060 республіканських, обласних, міських, районних та багатотиражних газет, 71 журнал та 234 науково-виробничих та наукових (тематичних) збірників журнального типу. Загальний обсяг матеріалів друку, над якими здійснювався попередній контроль цензури, становив понад 168 тисяч друкованих аркушів і понад 95 тисяч назв дрібнодрукованої продукції на рік. Загальний обсяг такого контролю – понад 271 тисяча друкованих аркушів [59, ф. 1, оп. 25, спр. 17, арк. 68].

У проконтрольованих матеріалах працівниками цензури лише у 1967 році було попереджено публікацію 4643 заборонених відомостей, у тому числі і таких, які становили державні, військові або партійні таємниці [там само]. Головлітом також контролювались експозиції та книги відгуків відвідувачів музеїв та виставок республіки. Працівники цензури перевіряли їх зміст та вилучали небажані відомості.

Окрім цього на органи цензури було покладено завдання організації інформації та консультування керівного складу редакцій газет, журналів, видавництв, органів радіомовлення, телебачення, РАТАУ, кіно та інших супутніх організацій про основні вимоги в галузі охорони державних таємниць. Ця робота велась працівниками Головного та обласних управлінь у всіх вищезазначених організаціях. За планами, погодженими з керівниками видавництв і головними редакторами газет і журналів, для відповідальних працівників преси проводились семінари, групові та індивідуальні консультації, а з редакторами багатотиражних і районних газет, які вперше прийшли на цю роботу, проводились спеціальні заняття по вивченню нормативних документів. У Головліті велась статистика по кількості занять з працівниками преси та груповими консультаціями працівників.

Варто зазначити, що, в основному, склад органів цензури в УРСР був укомплектований кваліфікованими працівниками, які мали досвід та необхідну підготовку. Зокрема, у доповідній записці в ЦК КПУ щодо питань діяльності органів цензури України від начальника Головного управління по охороні державних таємниць у пресі при Раді Міністрів УРСР М. Позднякова зазначалось, що станом на 1968 рік, «з 216 відповідальних працівників Головного і обласних управлінь – усі комуністи, 171 мають вищу освіту, а 45 незакінчену вищу або середню освіту» [59, ф. 1, оп. 25, спр. 17, арк. 69]. Незалежно від рівня підготовки та досвіду роботи всі працівники цензури мали підвищувати свою кваліфікацію та ідейно-теоретичний рівень.

Працівники цензури разом з працівниками преси, телеграфних агентств, радіомовлення, телебачення та іншими супутніми організаціями повинні були закривати будь-які канали проникнення заборонених відомостей у відкриту пресу. Велика відповідальність за зміст та ідейну спрямованість літературних творів, які відбирались до друку, була покладена на видавничі органи. У липні 1959 року ЦК КПУ прийняв постанову «Про підвищення партійної принципності в діяльності газет, журналів і видавництв», в якій, зокрема, вимагалось «рішуче підвищити особисту відповідальність головних редакторів друкованих органів і директорів видавництв за ідейно-теоретичний, науковий і художній рівень діяльності газет, журналів і видавництв як важливих ділянок ідеологічної роботи» [59, ф. 1, оп. 25, спр. 17, арк. 71].

Зовнішньополітичною пропагандою, а саме формуванням позитивного образу СРСР, радянської людини та радянського способу життя, займалось Агенство друку «Новини» (АПН). Агенство видавало газети і журнали за кордоном, просувало радянські літературні, фото- і відеоматеріали для закордонних засобів масової інформації, організовувало прес-конференції та «круглі столи» для іноземних та радянських журналістів. Видавництво АПН випускало суспільно-політичну літературу російською та 33 іноземними мовами (станом на 1989 р.), та поширювало її, головним чином, за кордоном [59, ф. 1, оп. 32, спр. 2567, арк. 142]. Великий пропагандистський ефект давало сприяння АПН іноземним журналістам, фотокореспондентам, телевізійним знімальним групам, письменникам, які відвідували СРСР.

Значна увага приділялася аналізу та покращенню стану передплати на газети та журнали та їх розповсюдження. Вівся облік даних по передплаті газет і журналів, стану їх розповсюдження, а звіти відправлялись в ЦК КПУ [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2575, арк. 94-95]. В містах і селах створювались і працювали пункти прийому передплати, до роботи залучались громадські розповсюджувачі преси. Також проводились інструктивні наради з питань організації передплати на газети і журнали. Працівники пошти і відділень «Союздруку» включалися в соціалістичне змагання за краще проведення передплатної компанії. За його умовами кращі розповсюджувачі преси в кінці року відзначались преміями [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2384, арк. 64]. Крім цього, деякі журнали самостійно залучали своїх читачів статі «активними пропагандистами» журналу, кращим розповсюджувачам обіцяли цінні подарунки [44, с. 32].

Через обласні, міські, районні та багатотиражні газети по радіо і телебаченню інформувалось про прийом передплати. У газетах друкувались об'яви, та статті, по радіо виступали працівники «Союздруку», проводились рейди перевірки стану передплати, читачькі конференції [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2384, арк. 65]. Варто зазначити, що при проведенні передплати на газети і журнали, особлива увага приділялась розповсюдженню республіканських, обласних газет та журналів, які видавались українською мовою [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2384, арк. 66].

Попри це надходили скарги про недоліки в організації передплати. Так було виявлено випадки відмови в передплаті або на пунктах передплати читачам не пропонувались відповідні республіканські газети і журнали, які могли б зацікавити їх, розповсюджувачі преси не користувались каталогами періодичних видань УРСР, не знали про існування багатьох республіканських газет та журналів тощо [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2575, арк. 93].

Певні проблеми були в організації розповсюдження газет та журналів серед населення. На думку завідуючого відділом пропаганди та агітації ЦК КПУ Л. Кравчука, головними причинами став неправильний розподіл газет і журналів між агенствами, відділеннями та кіосками «Союздруку», нерівномірне їх розміщення та незручний для покупців режим роботи, відсутність системи вивчення попиту населення по мікрорайонах [59, ф. 1, оп. 25, спр. 2050, арк. 13]. Станом на 1980 р. в УРСР поширювалось понад 70 млн. екземплярів всіх періодичних видань, в тому числі майже 22 млн примірників газет і близько 11 млн. примірників журналів та видань журнального типу, які випускалися в республіці. З усіх періодичних видань приблизно 13% від загальної кількості поширювалось через роздрібну торгову мережу [там само, арк. 12].

Під час перевірки, проведеної органами народного контролю, начальники багатьох обласних та міських агенств «Союздруку», проявляючи комерційний підхід до виконання плану товарообігу за рахунок більш дорогих товарів, незадовільно займались питаннями поширення серед населення газет і журналів, а керівництво Мінзв'язку УРСР не давало цьому принципової оцінки [там само, арк. 13]. У деяких населених пунктах багато кіосків «Союздруку» знаходились в занедбаному стані, мали низьку культуру обслуговування населення, були факти порушення правил торгівлі, продажу «з-під прилавку» видань, які користувалися підвищеним попитом [там само, арк. 14].

Поширеним явищем була збитковість газет та журналів республіки. Насамперед це стосувалось обласних, міських та районних видань. Станом на 1959 рік, в Україні видавалось 49 обласних газет (в тому числі 35 партійних і 14 комсомольських), 659 районних (з них 581 випускалось на 4-х сторінках), 57 міських (в тому числі 21 районно-міська та 36 міських газет), 483 багатотиражки. З обласних газет тільки 14 партійних та 7 комсомольських були рентабельними. Решта 28 обласних, міських (за винятком «Вечірнього Києва» і ялтинської «Курортної газети»), всі районні та багатотиражні газети були збитковими [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2413, арк. 2]. Рентабельність партійних та комсомольських газет пояснюється тим, що їх передплата була обов'язковою.

Щодо журналів, то з 57 журналів, які видавались в Україні, прибутковими були тільки 15. Решта 42 журнали мали дефіцит в сумі 2,8 млн. рублів на рік [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2413, арк. 7]. З метою підвищення рентабельності окремих журналів, а також більш повного задоволення попиту читачів на них, ухвалювались рішення про збільшення тиражів окремих журналів та розгляд доцільності подальшого видання деяких збиткових журналів, в тому числі, можливість об'єднання окремих видань [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2413, арк. 7].

Серед яскравих прикладів видань, які впливали на формування уявлень про моду та повсякденність в УРСР, слід виділити декілька журналів: суспільно-політичний «Радянська жінка», сатирико-гумористичний «Перець» та журнал мод «Краса і мода».

Український республіканський часопис «Радянська жінка» почав видаватися у Києві з січня 1946 року початковим накладом у 15 тис. примірників [37, с. 14]. У 1966 році тираж досяг мільйону екземплярів, а в середині 1979 року – двох мільйонів. Як для республіканського місячника в 32 сторінки, ці цифри є досить вагомими. Часопис видавався 12 разів на рік [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2385, арк. 7]. Серед українських жіночих суспільно-політичних журналів він був найбільш популярним та тиражованим, тому є доцільним більш детальний розгляд саме його.

За структурою та наповненням часопис «Радянська жінка» був подібним до загальносоюзних видань «Работница» та «Крестьянка». На перших сторінках журналу зазвичай розміщувалися матеріали, у яких розкривався вплив комуністичної партії на суспільство, значення з'їздів КПРС, публікувалися різноманітні постанови та звернення до жіноцтва, статі про життя та подвиги жінок-передовиць тощо, статті про передові підприємства, останні досягнення Радянської України, інформації по різних рубриках журналу (здоров'я, кулінарія, домашнє господарство, краса, спорт, мода тощо).

Значна кількість матеріалів стосувалася моди, розвитку легкої промисловості та служби побуту. Майже в кожному випуску розміщувались сторінки моди, в безкоштовних додатках публікувались викройки одягу (у натуральному розмірі з необхідними розрахунками). Попри те, що журнал був більше орієнтований на жіночу аудиторію, ілюструвались моделі чоловічого одягу, публікувалися поради для чоловіків [18, с. 28; 45, с. 30]. На одній зі сторінок моди зазначалося: «Шановні чоловіки, поняття «мода», хоч і жіночого роду, однаковою мірою стосується і вас» [35, с. 33]. У додатках були викройки не тільки жіночого та дитячого одягу, але й чоловічого [54].

Важливе місце відводилося заміткам та статтям про культуру одягу, вихованню смаку та стилю. Зазвичай вони писались професіоналами – відомими українськими мистецтвознавцями, художніми керівниками та модельєрами будинків моделей [5, с. 6-7; 31, с. 30; 42, с. 28-29]. Систематично друкувались поради про моду та інтерв'ю з працівниками будинків моделей інших республік [16, с. 27; 50, с. 28]. Ці поради викликали довіру читачів та впливали на формування образу радянської людини.

Значна увага приділялася листам читачів. Редакція часопису зазначала: «Ми завжди раді вашим листам, шановні читачки. Пишіть до редакції про все, що вас хвилює, та на що б ви хотіли одержати відповідь» [37, с. 14]. До редакції надходили листи з найрізноманітніших тем. Попри те, що це жіночий журнал, авторами листів були і чоловіки.

Великий масив листів стосувався зовнішнього вигляду, модних трендів, служби побуту. Наприклад, це були прохання поради, яким має бути зовнішній вигляд сучасної дівчини [29, с. 24], як одягатися вчителів [13, с. 32-33], які брюки краще обрати [6, с. 30]. Окрім листів-прохань, надходили звернення від читачів інформаційного характеру: про відкриття курсів крою та шиття в селі або на певному підприємстві [15, с. 29; 41, с. 24-26], про нове ательє мод чи методи обслуговування замовників [8, с. 30; 12, с. 30]. І, нарешті, листи-скарги: відсутність у продажу дитячого одягу або одягу великих розмірів, недоліки у випуску одягу та взуття для повних та літніх жінок, погане пошиття спецодягу тощо [52, с. 26]. Редакція сприяла вирішенню прохань, скарг та проблем читачів. Результати здійснених заходів друкувались у рубриках: «Слідами листів наших читачок», ««Радянська жінка» допомогла», «Редакція допомогла» тощо.

На початку 1970-х років була введена нова рубрика «Пилосос не електричний, а сатиричний», у якій в сатиричній формі подавалися скарги на певний виріб, підприємство, соціальні явища в суспільстві. Наприклад, порушувались такі проблеми як неякісне виготовлення одягу та взуття в ательє індпошиву або на швейних підприємствах [28, с. 28; 34, с. 26; 55, с. 29; 56, с. 29], пошиття одягу в ательє «по благу» [32, с. 27-28], погане обслуговування у хімчистці (крадіжка одягу, невиконання поставленого завдання) [53, с. 28] тощо. Щоб показати дієвість редакції у вирішенні проблем, результати публікувались в рубриці «Пропилососили».

Ще однією формою налагодження зв'язку з читачами були заочні конференції, анкети, опитування, конкурси [25, с. 27-28; 26, с. 13]. На сторінках журналу публікувались анкети з питаннями до читачів залежно від тематики опитування, а саме стосовно особистих відомостей про читача з метою кращого розуміння своєї аудиторії [2, с. 32], наповнення журналу [25, с. 27-28], оформлення додатку [4, с. 32; 9, с. 31], доставки журналу [23, с. 27], сфери побуту [3, с. 31-32] тощо. Часто публікувались відповіді читачів на питання редакції та анкети. Час від часу після проведення опитування публікувалась стаття-узагальнення за матеріалами відповідей читачів, у якій висловлювалась подяка за участь у роботі журналу [10, с. 30-31].

Варто зазначити, що працівники часопису також вели активну громадську діяльність. Вони мали свою громадську приймальню, куди приходили за консультацією з різних питань, брали участь у роботі жіночих клубів, підтримували зв'язок з жіночими радами, виступали на радіо та робили виїзди з лекціями на підприємства [39, с. 30]. Таким чином, співробітники журналу прагнули стати ближче до читачів та завоювати їх довіру.

Окрім цього, на сторінках журналу висвітлювалися робочі та організаційні моменти, пов'язані з випуском журналу. Наприклад, матеріали про комбінат друку «Радянська Україна», де видавався журнал або інформація щодо процесу створення журналу [43, с. 32; 57, с. 23]. Таким чином читачам надавалась додаткова інформація для налагодження контакту з ними.

У 1975 році змінюється редакційна політика журналу стосовно дати його заснування. Якщо раніше офіційною датою заснування був січень 1946 року [11, с. 1; 37, с. 14], то з 1975 року починає вказуватись листопад 1920 року [17, с. 4-5; 21, с. 4-5; 47, с. 7]. У поясненні зазначалось, що журнал «Радянська жінка» правонаступниця «Комунарки України», який видавався з 1920 по 1934 рік. З 1924 року селянський відділ було виділено в самостійний журнал «Селянка України», що з 1931 року отримав назву «Колгоспниця України», під якою виходив до червня 1941 року. Після війни, у 1946 році, у республіці було відновлено видання жіночого журналу під назвою «Радянська жінка» [47, с. 7]. Таким чином розкривалися витoki журналу і наголошувалося, що він був заснований у перші роки існування радянської влади. Ця тенденція була типовою для тогочасних часописів і мала на меті показати їх близькість та більшу приналежність до радянського режиму.

Важливою ланкою в діяльності журналу була співпраця з жіночими радами [39, с. 30], які мали значний вплив на жіноцтво України. Жіночі ради – це виборні громадські

організації. Їх створювали на підприємствах, будовах, транспорті, у системі зв'язку, відомствах, установах, науково-дослідних закладах, колгоспах і радгоспах, при будинкоуправліннях, військових частинах та інших організаціях, де працювало понад 50 жінок. При меншій кількості обирали жіночих організаторів [49, с. 23].

На засіданнях жіночих рад обговорювались плани роботи підприємства та контроль за їх виконанням, обговорювались питання, пов'язані з роботою жінок на виробництві, їх участю у громадсько-політичному і культурному житті, з вихованням дітей та зміцненням сім'ї, побутом, охороною і полегшенням жіночої праці [48, с. 17]. Вони брали участь в організації соціалістичного змагання на підприємствах, виступали на пленумах КПУ в якості делегаток, виступали ініціаторами створення побутових пунктів по налагодженню взуття і одягу, проведення курсів крою та шиття на підприємствах республіки тощо [19, с. 18]. На сторінках журналу активно висвітлювалась робота жіночих рад, висловлювалась їх підтримка, були спеціальні рубрики «Колонка активістки», «На допомогу жіночим радам» тощо.

З 1961 року на шпальтах журналу почав пропонуватись курс крою та шиття для того, щоб кожна читачка мала змогу освоїти швейну справу. У ньому були представлені як теоретичні матеріали (лекції), так і практичні (викройки). Вони публікувались у безкоштовному додатку до журналу. У другій половині 1960-х років була популярною «Школа в'язання». З 1977 року в додатку почали публікуватись уроки вишивання. Починаючи з наступного року майже в кожному випуску журналу розміщувались узорі, елементи української народної вишивки. Для проведення теоретичних та практичних уроків на сторінках журналів залучались кращі майстрині Радянської України та союзних республік. Таким чином, жіночий часопис пропагував рукоділля та шиття одягу, опікувався тією частиною жіноцтва, що не мали змоги відвідувати спеціальні курси.

Доволі незвичним на сторінках журналу стала поява статей про радянських манекенниць, які демонстрували одяг в українських будинках моделей одягу. У 1969 році на обкладинці журналу з'являється манекенниця Київського будинку моделей одягу – Олена Крапович [40, с. 1]. Це було досить нетипово для радянського суспільно-політичного видання. В поясненні до ілюстрації зазначалось: «Нам чужий культ манекенниці, що існує на Заході, коли газета, кіно, телебачення навперейми рекламують принадності її зовнішності і фігури. Наші манекенниці – трудівниці, більшість з них мають сім'ю, дітей. І ми віддаємо належне їх талантові, що допомагає втілити задум художника, а нам всім навчитися вмінню одягатися красиво, просто, без претензії і манірності» [там само, с. 32]. Таким чином, відбувалося протиставлення радянських демонстранток одягу західним і акцентувалось, що ця професія є цілком нормальною для радянського суспільства.

Через два роки на шпальтах журналу була знову опублікована стаття про радянську манекенницю – Ліну Дерев'янку [14, с. 3]. Якщо минулого разу це була молода струнка дівчина, то цього разу – жінка за 30 років з неідеальною фігурою. Це показувало, що для того, щоб бути манекенницею не обов'язково мати «модельні» параметри. В статті підкреслювалась її скромність в одязі, простота та висока духовна культура. Окремо виділялось прагнення жінки вести боротьбу з «вульгарно-міщанським» розумінням моди. Публікації матеріалів про манекенниць показували лояльність до професії манекенниць та моди на теренах УРСР.

Журнал «Перець» був одним з яскравих прикладів офіційної сатири в Радянській Україні. Він мав велику популярність серед населення Радянської України та був одним з найбільш тиражованих журналів в СРСР. Він почав видаватися у 1922 році у Харкові під назвою «Червоний Перець». У 1927-1934 роках, в зв'язку з підвищенням попиту, видання стало виходити регулярно. Внаслідок низки репресій проти співробітників його випуск у 1934 році припинився [7, с. 74-75]. У травні 1941 року журнал відновив свою діяльність. Він почав виходити у Києві під назвою «Перець».

Станом на 1976 рік за інформацією Федора Маківчука, головного редактора журналу «Перець», журнал посідав друге місце у світі за тиражами споріднених журналів і п'яте – серед найбільш поширених центральних журналів СРСР [60, ф. 668, оп. 1, спр. 231, арк. 1]. У другій половині 1980-х років наклад журналу становив більше трьох мільйонів.

За соціологічними дослідженнями редакції кожен випуск журналу читало щонайменше 5 чоловік, тобто, 15 мільйонів читачів [там само]. За своєю структурою журнал був подібним до загальнонарадянського сатирико-гумористичного часопису «Крокодил». Він містив у собі як візуальні матеріали (карикатури), так і текстові (гуморески, фейлетони, памфлети, листи до редакції).

Головним завданням «Перець» вбачав боротьбу засобами сміху та сатири з усім, що перечило радянському способу життя, комуністичній моралі, тобто з усім, що вважалось антиподами комунізму [60, ф. 668, оп. 1, спр. 231, арк. 3]. Таким чужим елементом радянської ідеології була і мода, яка розглядалась в контексті західного впливу. На сторінках видання активно публікувалися текстові та візуальні матеріали з критикою західної моди та західного способу життя. Її негативний вплив, зокрема, обговорювався на Республіканській нараді по сатиричним виданням [59, ф. 7, оп. 17, спр. 348, арк. 1-130].

Окрім західної сатиричні стріли опосередковано сягали критики і радянської моди. Переважно ця критика відносилась до виготовлення неякісного одягу та взуття, низької якості обслуговування у службі побуту (ательє індошиву, хімчистка) тощо. Варто зазначити, що осуду підлягали окремі підприємства та особистості (директора, інженери, працівники фабрик), але не державні діячі і, тим більше, не партія або держава в цілому.

В журналі була рубрика «Ширнетреба», в якій в гумористичній формі описувались неякісні речі з зазначенням виробника. Також були куточки сміху, в яких також висміювався несумлінний виробник. Окрім цього були випадки конструювання дошки бракоробів із зазначенням ПІБ бракороба, фотографією та його особистим вкладом в вироблення неякісних речей. На думку редакції, це був досить дієвий спосіб боротьби з бракоробством.

Велика увага приділялась листам читачів. Зокрема, головний редактор журналу Ф. Маківчук наголошував на важливості редакційної пошти та зазначав, що вона «є своєрідним барометром, що з найбільшою точністю показує, наскільки широкі й міцні зв'язки того чи іншого друкованого органу зі своїми читачами, з широкими масами трудящих» [60, ф. 668, оп. 1, спр. 242, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 246, арк. 13].

Порівняно з усіма редакціями журналів та газет України «Перець» одержував найбільшу кількість листів від читачів. Так у 1952 році до «Перця» надійшло 25 445 листів, окрім офіційного листування з різними установами, в той час як редакція газети «Радянська Україна» одержала 18 000, «Правда України» – 20 500 листів [60, ф. 668, оп. 1, спр. 236, арк. 1]. Якщо кореспонденція республіканських газет та журналів, в більшості, включала листи позитивного характеру (про досвід передовиків, успіхи окремих робітників і колгоспників, патріотичні відгуки на різні події), то «Перець» одержував сигнали «знизу» виключно негативного характеру. Насамперед, це були скарги з різних суспільних чи соціальних проблем.

Найбільш «гострі» та важливі на думку редакції листи друкувались у журналі [60, ф. 668, оп. 1, спр. 233, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 236, арк. 1]. Переважна більшість листів та скарг відправлялась в республіканські та місцеві організації для реагування та вжиття заходів [60, ф. 668, оп. 1, спр. 242, арк. 3]. У «Статті-звіті відділу листів про зв'язки редакції з читачами» вказувалось, що, як правило, кожен лист у відділі листів брався на контроль і на кожен лист вимагалась відповідь від тієї установи чи організації, якій цей лист надіслано. І, в більшості випадків, керівники установ та організацій швидко та «по-партійному» реагували на критичні зауваження [60, ф. 668, оп. 1, спр. 242, арк. 4].

Для підтвердження дієвості та сприяння у вирішенні проблем систематично друкувалась рубрика ««Перець» допоміг» [60, ф. 668, оп. 1, спр. 246, арк. 7]. У редакції журналу велась окрема порівняльна статистика з кількості отриманих та надрукованих в



журналі листів [60, ф. 668, оп. 1, спр. 232, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 237, арк. 1], результативності роботи (кількості засуджених та знятих з роботи на основі скарг) [60, ф. 668, оп. 1, спр. 121, арк. 2; ф. 668, оп. 1, спр. 234, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 243, арк. 1]. Також вівся перелік організацій, установ та осіб, які найчастіше критикувалися у виступах «Перця» [60, ф. 668, оп. 1, спр. 235, арк. 1].

До відділу пропаганди і агітації ЦК КПУ надходили листи-звіти з аналізу редакційної пошти. У звіті вказувалася загальна кількість одержаних листів, перелічувались порушені проблеми та зазначались регіони, у яких було найбільше та найменше скарг [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2385, арк. 32]. Іншими каналами зв'язку з читачами було проведення читацьких конференцій, творчих зустрічей, виступів перед читачами, виїздів на місця для участі в роботі семінарів працівників райгазет, багатотиражок та робсількорів [60, ф. 668, оп. 1, спр. 217, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 238, арк. 1; ф. 668, оп. 1, спр. 246, арк. 6]. Також в редакції журналу відбувався прийом громадян з різноманітних питань (25-30 чол. на день в 1950-х рр.) [60, ф. 668, оп. 1, спр. 236, арк. 2].

Отже, шляхом висміювання республіканський часопис висвітлював різні соціальні проблеми, до яких відносилась у тому числі і мода, реагував на скарги читачів та сприяв вирішенню нагальних питань.

В Радянській Україні мода висвітлювалась не лише в суспільно-політичних, сатиричних журналах, але, звичайно, і на шпальтах журналів мод. Спеціалізовані журнали та буклети «Моди», в яких широко популяризувались серед населення нові напрями моди, в основному, видавались в столиці Київським будинком моделей одягу. Певні спроби організації виходу свого «Журналу мод» були здійснені Львівським будинком моделей одягу [59, ф. 1, оп. 70, спр. 2385, арк. 16]. В 1959 році Будинком моделей було випущено два номери журналу мод, але в зв'язку з рішенням, за яким журнали мод могли видавати тільки будинки моделей республіканського значення, його випуск було припинено [24, с. 9]. У виданнях подібного типу друкувалися моделі одягу та короткі пояснення з зазначенням автора виробу.

У 1970 році почав видаватися журнал «Краса і мода» [51, с. 30]. На відміну від своїх попередників, за наповненням він містив не лише моделі одягу українських будинків моделей одягу, а й статті про нове в конструюванні одягу, роздуми на морально-етичні теми, поради для тих, хто шие, рекомендації по догляду за собою, щодо благоустрою житла, кулінарні рецепти тощо. Тобто, за контентом він був близьким до сучасних глянцевого журналу. Він видавався 4 рази на рік за сезонами (весна, літо, осінь, зима) та був досить великим за об'ємом (48 сторінок).

До кожного випуску додавався додаток з викройками моделей одягу. Досить часто в журналі мод публікувалися матеріали з чоловічої моди [30, с. 43; 36, с. 32-33]. Варто зазначити, що всі моделі одягу перед публікацією у журналі мали бути затверджені художньою радою інституції, від якої вони були подані. На першій або останній сторінці зазвичай інформувалося про місце затвердження певної моделі одягу. Це свідчить про несамотійність часопису в прийнятті рішень щодо візуального контенту.

Відносно текстового наповнення, оскільки це був саме журнал мод, то, звичайно, порівняно з вищезазначеними журналами «Радянська жінка» і «Перець», він мав значно більше матеріалів, пов'язаних з модою. Метою публікацій було пропагування радянської моди та виховування смаку, показ переваг «своєї» моди на противагу західній. Канони «правильної» та «доступної» радянської моди лунали на шпальтах кожного випуску. Як зазначала радянський мистецтвознавець І. Андрєєва: «У нас є своя мода. І головна її відзнака – вона адресується всім без винятку» [1, с. 6].

Підсумовуючи, зазначимо, що органи цензури (Головліт та облліти) жорстко контролювали періодику УРСР. Політико-ідеологічний контроль здійснювався у відповідності до вказівок ЦК КПУ. Будь-яке відхилення від норм доводилося до відома партійних органів. Інформація, не схвалена державою, вилучалася і не допускалася до друку. До преси застосовувалися чіткі інструкції щодо матеріалів, які публікувалися. Тому можемо

стверджувати про тотальний контроль радянської офіційної періодики з боку партійного керівництва.

У другій половині ХХ століття набуває актуальності тема моди та її значення для формування образу радянської людини. З переважно негативного сприйняття явища, притаманного винятково «західному» способу життя, вона поступово набула позитивних рис. Її доцільно розділити на соціалістичну (радянську) та капіталістичну (західну). Західна мода, як і раніше, критикувалася, радянська – стала її антиподом та протиставлялась західній культурі та способу життя.

Журнальна періодика була однією з найвпливовіших складових, що безпосередньо впливала на моду. Завданням журналів було виявлення всіх негативних сторін західної моди, чужої для радянської ідеології, і відображення відмінних рис «своєї» моди. Досліджувані періодичні видання – суспільно-політичний «Радянська жінка», сатиричний «Перець» і журнал мод «Краса і мода» активно залучали свій інструментарій для формування «необхідних» уявлень про моду і розстановки «правильних» акцентів. Вони були найбільш популярні і тиражовані серед республіканських журналів і, через свою специфіку, мали вплив на найрізноманітнішу аудиторію.

Для зближення зі своїми читачами видання використовували різні механізми – опитування, анкети, заочні конференції, конкурси, листи. Крім цього, у приміщенні редакції вони консультували мешканців міст з різних питань, проводили семінари, виступали з лекціями на підприємствах тощо. Цими діями вони завойовували авторитет і довіру свого читача.

Матеріали, пов'язані з модою, досить різнопланові: статті, замітки, поради, сторінки моди, листи, викрійки, карикатури тощо. Листам надавалося особливе значення, оскільки вони виступали важливим каналом взаємодії з читачами. Якщо у виданнях «Краса і мода» і «Радянська жінка» крім листів-скарг також часто приходили листи інформаційного характеру або прохання, то в сатиричний журнал «Перець» головним чином надходили тільки скарги. Серед іншого мали місце скарги на одяг і взуття радянського виробництва, тобто, опосередковано критикувалася і радянська мода. Але тут відразу варто зазначити, що це робилося в профілактичних цілях, тобто критичні стріли були спрямовані не конкретно на радянську моду чи неправильну лінію партії, ідеологію, а на конкретні підприємства і працівників, які виготовляли неякісні вироби.

Крім цього в журналі були спеціальні рубрики, в яких у сатиричній формі висвітлювалася інформація щодо бракованих речей: «Пилосос не електричний, а сатиричний» («Радянська жінка») і «Ширнетреба» («Перець»). Це повинно було стимулювати керівництво швейних і взуттєвих підприємств, фахівців ательє індпошиву виготовляти більш якісний одяг для населення і тим піднімати радянську моду на більш високий рівень. Для презентації ефективності журналу у вирішенні проблемних питань, на сторінках публікувались рубрики-звіти («Пропилососили», ««Перець» допоміг» тощо). Статистика щодо заходів, спрямованих на вирішення проблем, також велася у редакціях, а відповідні звіти регулярно відправлялися в ідеологічний відділ ЦК КПУ.

Таким чином журнали, критикуючи деякі аспекти, пов'язані з одягом радянського виробництва, допомагали населенню вирішити їхні проблеми і притягнути до відповідальності виробників неякісних товарів. Виходячи з ретельного аналізу найбільш популярних українських часописів, можна констатувати їх значний вплив на моду і повсякдення в УРСР.

#### Література

1. Андреева І. Красиво, зручно, практично / І. Андреева // Краса і мода. – 1981. - Осінь. – С. 6-7.
2. Анкета // Радянська жінка. – 1973. – № 9. – С. 32.
3. Анкета // Радянська жінка. – 1975. – № 11. – С. 31-32.

4. Анкета // Радянська жінка. – 1979. – № 6. – С. 32.
5. Архипець О. Одягайтесь красиво / І. Архипець // Радянська жінка. – 1964. – № 12. – С. 30-31.
6. Брюки для дівчат // Радянська жінка. – 1984. – № 7. – С. 30.
7. Валерко А. Жанри та стилі журналів «Перець» та «Перчиця» в роки Великої Вітчизняної війни / А. Валерко // Літературознавчі студії: збірник наукових праць. – К., 2010. – Вип. 29. – С.74-79.
8. Варшавський А. Обслуговують по-новому / А. Варшавський // Радянська жінка. – 1959. – № 10. – С. 30.
9. Ваша думка // Радянська жінка. – 1983. – № 4. – С. 31.
10. Ваша заявка // Радянська жінка. – 1978. – № 1. – С. 30-31.
11. Вітаємо наш журнал // Радянська жінка. – 1971. - № 1. – С. 1.
12. Володарська Д. Ательє мод «Шийте самі» / Д. Володарська // Радянська жінка. – 1962. – № 10. – С. 30.
13. Вчителів // Радянська жінка. – 1967. – № 9. – С. 32-33.
14. Гардероб солідної жінки // Радянська жінка. – 1971. – № 5. – С. 3.
15. Голубова В. Самі собі шиємо / В. Голубова // Радянська жінка. – 1959. – № 6. – С. 29.
16. Грамоліна О. Моді. Рига / О. Грамоліна // Радянська жінка. – 1965. – № 11. – С. 27.
17. Гусовська Л. Досвід, примножений досвідом / Л. Гусовська // Радянська жінка. – 1980. – № 11. – С. 4-5.
18. Для чоловіків // Радянська жінка. – 1965. – № 8. – С. 28.
19. Єжова Г. З чого почати? / Г. Єжова // Радянська жінка. – 1970. – № 1. – С. 18.
20. Єремєєва К. Бити сатирою: журнал «Перець» в соціокультурному середовищі Радянської України / К. Єремєєва. — Харків: Раритети України, 2018. — 200 с.
21. Жукова Ю. Надихаюче слово «Комунарки» / Ю. Жукова // Радянська жінка. – 1980. – № 11. – С. 4-5.
22. Журавлев С., Гронов Ю. Власть моды и Советская власть: история противостояния / С. Журавлев, Ю. Гронов // Историк и художник. – 2000. – № 1. – С. 133–147; № 3. – С. 100–113; № 4. – С. 106–116.
23. «Журнал-читач» // Радянська жінка. – 1983. – № 5. – С. 27.
24. Залесская Е. История Львовского Дома моделей одежды / Е. Залесская // Міський медіаархів Центру міської історії Центрально-Східної Європи. Львів, 1980. – 16 с.
25. Заочна конференція читачів журналу «Радянська жінка» // Радянська жінка. – 1963. – № 11. – С. 27-28.
26. Заочний «круглий стіл» з питань якості виробів ширвжитку // Радянська жінка. – 1974. – № 1. – С. 13.
27. Захарова Л. Культурный трансфер дискурса о моде из французской прессы в советских журналы 1950-х-1960-х гг. / Л. Захарова // Социальная история: ежегодник. 2010. – СПб.: Алетейя, 2011. – С. 327-350.
28. Зекономлений брак // Радянська жінка. – 1974. – № 11. – С. 28.
29. Зовнішній вигляд // Радянська жінка. – 1966. – № 3. – С. 24.
30. Ігманд О. Корисні поради чоловікам / О. Ігманд // Краса і мода. – 1981. – Осінь. – С. 43.
31. Калашнікова Н. Як одягатись зі смаком / Н. Калашнікова // Радянська жінка. – 1958. – № 4. – С. 30.
32. Крик моди // Радянська жінка. – 1972. – № 9. – С. 27-28.
33. Лебина Н. Мужчина и женщина: тело, мода, культура. СССР – оттепель / Н. Лебина. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 208 с.
34. Міні-богатир // Радянська жінка. – 1977. – № 1. – С. 26.

35. Моди // Радянська жінка. – 1970. – № 12. – С. 33.
36. Молодим чоловікам і юнакам // Краса і мода. – 1976. – Літо. – С. 32-33.
37. Нам двадцять років // Радянська жінка. – 1966. – № 1. – С. 14.
38. Наша анкета // Радянська жінка. – 1977. – № 9. – С. 29-30.
39. Нерода Ф. Зв'язки міцніють / Ф. Нерода // Радянська жінка. – 1964. – № 5. – С. 30.
40. Олена Карпович // Радянська жінка. – 1969. – № 1. – С. 1, 32.
41. Панкова О. Це ми пошили самі / О. Панкова // Радянська жінка. – 1958. – № 5. – С. 24-26.
42. Патюліна Н. Традиції і сучасність / Н. Патюліна // Радянська жінка. – 1967. – № 9. – С. 28-29.
43. Перед тим, як вийти в світ // Радянська жінка. – 1976. – № 5. – С. 32.
44. Передплата на журнал «Радянська жінка» // Радянська жінка. – 1966. – № 10. – С. 32.
45. Подчекаєва М. Чоловікам / М. Подчекаєва // Радянська жінка. – 1983. – № 9. – С. 30.
46. Редакція допомогла // Радянська жінка. – 1967. – № 4. – С. 29.
47. Рік народження 1920-й // Радянська жінка. – 1975. – № 1. – С. 7.
48. Степанова О. З чого починати? / О. Степанова // Радянська жінка. – 1967. – № 1. – С. 17.
49. Структура жіночих рад // Радянська жінка. – 1970. – № 2. – С. 23.
50. Таранюк А. У модельєрів Молдавії / А. Таранюк // Радянська жінка. – 1966. – № 10. – С. 28.
51. У нас в гостях «Краса і мода» // Радянська жінка. – 1974. – № 4. – С. 30-31.
52. Харитоновна О. Одяг і взуття для літніх жінок // Радянська жінка. – 1959. – № 1. – С. 26.
53. Чого панікувати // Радянська жінка. – 1980. – № 3. – С. 28.
54. Чоловічий костюм для відпочинку // Радянська жінка. – 1966. – № 2 (додаток).
55. Швейпромбрак // Радянська жінка. – 1980. – № 6. – С. 29.
56. Шили-строчили // Радянська жінка. – 1978. – № 2. – С. 29.
57. Яновський В. Тут друкується наш журнал / В. Яновський // Радянська жінка. – 1962. – № 8. – С. 23.
58. Gronov J., Zhuravlev S. Fashion meets socialism: Fashion industry in the Soviet Union after the Second World War / J. Gronov J., S. Zhuravlev. – Helsinki, 2016. – 306 p
59. Центральний державний архів громадських об'єднань у м. Києві.
60. Центральний державний архів-музей літератури та мистецтва у м. Києві.