

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

КОРНІЄНКО Ольга Вікторівна

УДК 94:[351.855.6+687.01](477)"1956/1985"(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФЕНОМЕН МОДИ: ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА
ТА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ В УКРАЇНСЬКІЙ РСР (1956–1985 РР.)**

07.00.01 – історія України

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук.
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О. В. Корнієнко

Науковий керівник:

ТАНЦЮРА Василь Іванович
доктор історичних наук, професор

Київ – 2020

АНОТАЦІЯ

Корнієнко О. В. Феномен моди: державна політика та повсякденне життя в Українській РСР (1956–1985 рр.). – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук (доктора філософії) за спеціальністю 07.00.01 – історія України. – Інститут історії України НАН України, Київ, 2020.

Дисертаційна робота присвячена вивченню феномену радянської моди як інструменту державної політики, що впливав на повсякденні практики в УРСР. Будинки моделей, Всесоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості й культури одягу та інші ключові інституції, що формували радянську моду, у своїх розробках моделей та рекомендацій для фабрик мали враховувати як особливості виробничих потужностей, так й ідеологічно правильну лінію партії. Тому виявлення каналів і механізмів трансляції зразків радянської моди та їхнього сприйняття в повсякденному житті виходить за межі однієї дисципліни і має розглядатися разом з питанням формування концепції радянської моди й смаку та їхнього впливу на свідомість пересічних громадян.

Історія української моди радянського періоду не викликала помітного зацікавлення серед професійних істориків. Модні тенденції досліджують переважно культурологи. Теми, пов'язані зі специфікою радянської моди, розробляють іноземні дослідники, але комплексного історичного дослідження феномену радянської моди в УРСР та державної політики в галузі моди в Україні в період 1950–1980-х рр. на сьогодні немає.

Наукова новизна дисертації полягає в тому, що в ній уперше виконано комплексне дослідження джерельної та історіографічної бази, присвяченої моді в УРСР та індустрії радянської моди загалом; показано інституціоналізацію процесів розвитку моди в радянському суспільстві з використанням архівних матеріалів України та Російської Федерації,

переважна частина яких була вперше введена до наукового обігу; досліджено структуру та особливості функціонування українських будинків моделей упродовж 1950–1980-х рр. із залученням архівних матеріалів з фондів будинків моделей та інтерв'юванням працівників різного фаху. Також створено та проаналізовано базу даних матеріалів, присвячених моді в УРСР, на основі сатирико-гумористичного журналу «Перець». Окрім того, систематизовано та проаналізовано матеріали, пов'язані із модою, розвитком легкої промисловості та образом радянської людини в суспільно-політичному журналі «Радянська жінка».

Огляд історіографічної бази дослідження засвідчив, що вивчення моди в УРСР, насамперед, у контексті державної політики та її впливу на повсякдення громадян є актуальною проблемою, але малодослідженою серед українських фахових істориків. На сьогодні немає історичних праць, присвячених розвитку моди в УРСР у зазначений історичний період. У дисертаційній роботі було використано архівні та опубліковані документи, інтерв'ю, речові джерела, періодичні видання, кіно- фото- фонодокументи тощо. Переважну більшість цих матеріалів вперше введено до наукового обігу.

Встановлено, що в 1950-х рр. було взято курс на поступове покращення матеріального добробуту громадян. Це спричинило збільшення бюджетного фінансування легкої промисловості, яке, проте, було недостатнім. Радянська планово-централізована економіка не мала змоги оперативно реагувати на зміни модних запитів в суспільстві та насичувати споживчий ринок модними та якісними товарами. Втім, процес впровадження моди в Радянському Союзі був досить суперечливим. Від самого початку існування радянської влади моду заперечували й розглядали як елемент, чужий радянській ідеології, адже впродовж 1920–1940-х рр. нагальною проблемою була потреба в забезпеченні речами першої необхідності більшості громадян. У другій половині ХХ ст. значно покращився добробут,

культурно-освітній рівень, зросли запити громадян, що сприяло більшій зацікавленості в модному та якісному одязі. Тема моди знову актуалізувалася, поступово стаючи все більш впливовим чинником життя, а «модність» одягу стала однією з її ключових характеристик.

Наведений у дисертації матеріал дає змогу визначити два етапи в розвитку моди – періоди «відлиги» та «застою». В умовах хрущовської «відлиги» відбувається певне послаблення ідеологічного контролю та часткове відкриття «залізної завіси», що сприяло поживленню культурних зв'язків з зовнішнім світом та оформлення концепції радянської моди. На другому етапі відбувається подальший розвиток радянської модної індустрії, зокрема відкриваються профільні будинки моделей та Український інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу. Разом з цим покращуються культурні зв'язки з Заходом, про що свідчить чимала кількість закордонних виставок та показів мод, здійснюються спроби налагодження співробітництва з провідними західними модними фірмами (*Christian Dior, Levi Strauss*). В обох періодах значний вплив на моду УРСР мали субкультурні напрями – «стиляги» в період хрущовської лібералізації та «хіпі» за часів «застою».

Доведено, що оформлення концепції «радянської моди», наукове вивчення законів її функціонування і можливостей регулювання на державному рівні, активний сплеск у розвитку моди припав на другу половину 1950-х–1960-ті рр., що значно пізніше, ніж у більшості розвинутих капіталістичних країн. Основні постулати радянської моди сформувалася в ході дискусій між представниками різних галузей знань. Характерними рисами моди стали простота, скромність, зручність, доречність та чуття міри. Одночасно в офіційному дискурсі вибудовувалася концепція «гарного смаку». Радянська мода також виступала як протиположна західній капіталістичній моді і мала демонструвати переваги соціалізму та соціалістичного способу життя.

Виявлено, що для розвитку індустрії моди та її пропагування в СРСР було створено мережу державних інституцій (будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації). Велику роль у створенні офіційної «радянської» моди та формуванні модного напрямку загалом відіграли художники-модельєри, а повний контроль над її затвердженням мали художні ради. Будинки моделей виступали основними трансляторами моди. Вони поділялись на швейні (будинки моделей одягу) та профільні (будинки моделей трикотажних виробів, спецодягу, взуття тощо). Завданням будинків моделей було як проєктування і розроблення одягу для промислового виробництва, так і виготовлення моделей для представлення країни за кордоном, публікації в журналах мод, проведення модних показів та виховання радянського населення за допомогою ознайомлення з «правильними», ідеологічно витриманими канонами радянської моди.

Доведено, що УРСР була одним із центрів розвитку та пропагування моди в СРСР. На території Радянської України було шість швейних будинків моделей одягу. Першим будинком моделей одягу став Київський, створений 1944 р., дещо пізніше, 1954 р., відкрився Львівський. Протягом 1958–1960-х рр. було створено Одеський, Донецький, Харківський та Дніпропетровський будинки моделей одягу. Кожен із них мав певну спеціалізацію за асортиментом продукції. Київський та Львівський будинки моделей розробляли весь асортимент та були провідними моделювальними центрами Радянської України.

Виявлено, що будинки моделей активно співпрацювали та допомагали швейним фабрикам, переважно у розробленні технічної документації виробів та її впровадженні на промислових підприємствах. Понад 70 відсотків усієї промислової колекції виготовлялися в спеціалізованих будинках моделей.

Встановлено, що художні ради відігравали важливу роль у формуванні модного напрямку та розвитку радянської моди загалом. У їхньому складі

були представники Міністерства торгівлі, легкої промисловості, Держплану, науково-дослідних інституцій, будинків моделей та великих швацьких фабрик. Усі моделі одягу перед випуском, як і зображення моделей одягу перед публікацією в журналі мали бути обов'язково перевірені, узгоджені та затверджені художньою радою. Це свідчить про значний вплив художніх рад на розвиток моди в країні, а також про бюрократизацію процесу та жорстке цензурування цього напрямку.

Виявлено, що впродовж досліджуваного періоду були суперечності між тим, що декларувалося в офіційному дискурсі, та повсякденними практиками. З одного боку, в офіційному дискурсі спостерігався всебічний осуд західної моди та її протиставлення радянській, а з другого боку – схвалення, доказом чого є низка офіційних відряджень радянських модельєрів до передових капіталістичних країн і звіти, які містять переважно позитивні відгуки про модні тенденції та інновації Заходу.

З'ясовано, що закордонні відрядження в галузі моди жорстко регламентувало керівництво країни, вони слугували трансфером знань про західну моду. Найбільш важливими ставали поїздки до Франції, метою яких було вивчення організації та управління французькою індустрією моди та впровадження найкращих «капіталістичних» досягнень у СРСР. Матеріали звітів радянських фахівців у галузі моди підтверджують, що концептуальні відмінності між «радянською» і «капіталістичною» модою, що належали офіційному дискурсу, не мали значного впливу на реальну практику радянських художників-модельєрів.

Встановлено, що основними механізмами трансляції радянської моди стали періодика, фільми, література про моду і смак, публічні лекції відомих радянських модельєрів і мистецтвознавців, виставки одягу, покази мод та ательє мод. Одночасно, насамперед неофіційними каналами, потрапляла західна мода. Вона транслювалась через закордонні фільми, музику, періодику, літературу, міжнародні фестивалі, виставки та покази

мод. Між тим існували практики «діставання» західних речей та формувалися молодіжні субкультурні напрями.

Закцентовано увагу на помітний вплив журнальної періодики на населення та безпосередньо на моду. Одним із завдань журналів було висвітлення негативних рис західної моди та протиставлення їй радянській. Досліджувані періодичні видання – суспільно-політичний «Радянська жінка», сатирико-гумористичний «Перець» і журнал мод «Краса і мода» активно залучали свій інструментарій для формування «необхідних» уявлень про моду і розстановки «правильних» акцентів. Для покращення довіри читачів видання використовували опитування, анкети, заочні конференції, конкурси, листи, а також консультації для читачів у приміщенні редакції, семінари, лекції на підприємствах тощо.

З'ясовано, що матеріали на шпальтах журналів, пов'язані з модою, були різноплановими: статті, сторінки моди, листи, викрійки, карикатури тощо. Листи виступали важливим каналом взаємодії з читачами, тому їм надавалося особливе значення. Переважно, це були листи інформаційного характеру, прохання чи скарги. Серед іншого скаржилися на одяг і взуття радянського виробництва, тобто опосередковано критикували й радянську моду. У журналах також були спеціальні рубрики, в яких у сатиричній формі висвітлювали інформацію щодо бракованих чи неякісних радянських речей. Це мало стимулювати керівництва швацьких та взуттєвих підприємств виготовляти більш якісні товари.

З огляду на мільйонні тиражі та впливовість, зроблено висновок, що сатирико-гумористичний журнал «Перець» є важливим джерелом для дослідження формування уявлень щодо моди та характеристики «викривлень» у нормах моралі та повсякденному житті радянського суспільства. Ретельний аналіз візуальних і текстових матеріалів, пов'язаних із модою, дав змогу виявити низку соціальних проблем, які були в радянському суспільстві, образи, з якими асоціювались радянські модники.

Серед важливих завдань журналу була критика західного стилю життя, прищеплення негативного сприйняття західної моди та модників. Критика також стосувалася радянської моди, насамперед низької якості речей. Попри це, критикували не недоліки державного керівництва, а окремі підприємства чи їхніх співробітників.

Методологічною основою роботи стали принципи історизму, системності, міждисциплінарності, а також соціокультурний, історико-антропологічний та соціологічний («культурна біографія» речей) підходи. Крім того, для розгляду означеної проблематики застосовувалися концепція «дифузії інновацій» Е. Роджерса та теорія «м'якої сили» Дж. Ная. Для розв'язання проблемних завдань дослідження було застосовано такі загальнонаукові методи, як аналіз і синтез, а серед спеціально-історичних – історико-генетичний, історико-порівняльний, історико-типологічний, а також кількісний, семіотичний та метод усної історії. В межах кількісного методу було створено реляційну базу даних, що містить візуальні й текстові матеріали з 702 випусків журналу «Перець», на основі якої був проведений контент-аналіз із застосуванням програми MAXQDA.

Практичне значення дисертації полягає в тому, що її результати поглиблюють знання щодо розвитку та становлення модної індустрії в той час, а також про роль державної політики, що впливала на повсякдення радянської людини. Висновки та узагальнення дослідження можуть бути використані в підготовці праць з історії України, спеціальних курсів з історії української моди, історії української культури тощо.

Ключові слова: мода, зовнішній вигляд, одяг, будинок моделей, державна політика, ідеологія, повсякденність, цензура, періодика, УРСР, СРСР, закордонні відрядження.

ABSTRACT

Korniienko O. A Fashion Phenomenon: State Policy and Everyday Life in Ukrainian SSR, 1956–1985. – Manuscript.

Thesis for a Candidate degree of Historical Sciences (Doctor of Philosophy). Specialty 07.00.01 – History of Ukraine. – Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine. Kyiv, 2020.

This thesis focuses on the study of Soviet fashion as a tool of state policy and its influence on everyday life in the Ukrainian SSR. Soviet fashion houses (*budyvky modelei*), the All-Union Institute for the Assortment of Light Industry Products and Clothing Culture, as well as other key institutions that shaped Soviet fashion were forced to take into account multiple and often contradictory demands on the designs and recommendations for garment factories, including directives from production facilities and ideologically stringent Party organs. These phenomena are analyzed in conjunction with the formation of the concept of Soviet fashion and taste and its impact on the subjectivities of Soviet citizens.

The history of Ukrainian fashion during the Soviet period has not yet generated significant interest among professional historians. Instead these fashion trends are generally studied by culturologists and art historians. Topics related to the idiosyncrasies of Soviet fashion are largely explored by foreign researchers, but there is surprisingly little historical inquiry into the subject of Soviet fashion and state policy in the Ukrainian SSR during the 1950s, 60s, 70s, and 80s.

The scientific novelty of the thesis is not only its comprehensive use of archival sources, but also its engagement with the historiography on fashion in the Ukrainian SSR and Soviet fashion industry as a whole. Using archival materials from Kyiv, L'viv, Lutsk, and Moscow, this thesis explores the mass institutionalization of fashion production in Soviet society. The structure and peculiarities of the functioning of Ukrainian fashion houses of models during the 1950s-1980s are investigated, using archival materials from the Kyiv, L'viv and Moscow fashion houses funds and interviewing former employees of various

professional backgrounds. In addition, a database of visual and textual materials devoted to fashion in the Ukrainian SSR based on the satirical magazine “Perets” (*Pepper*) has been created and analyzed. This work also collects and examines materials related to fashion, the development of light industry, and images of the Soviet person in the socio-political magazine “Radianska zhinka” (*Soviet woman*).

The analysis of the historiographical base of the research shows that the study of fashion in the Ukrainian SSR, primarily in the context of state policy and its impact on the daily life of citizens, is a problem in urgent need of historical exploration. Currently there are no historical works devoted to the development of fashion in the Ukrainian SSR during the specified historical period. This thesis includes the use of archival and published documents, interviews, material sources, periodicals, film, photo, and phono documents. Most of these archival documents are used here for the first time in a scientific manner.

This work emphasizes that after Stalin’s death in 1953, the USSR embarked on a course to gradually increase the material well-being of Soviet citizens. This led to a direct increase in budget funding for light industry, including the production of fashion. The Soviet planned economy lacked the capability to quickly saturate the consumer market with fashionable and high-quality goods. Furthermore, the process of fashion introduction in the Soviet Union was also quite controversial. From its very inception Soviet authorities were skeptical of the notion of fashion, condemning it as bourgeois and alien to Soviet state socialism. The pressing issue during the 1920s–1940s was the need to provide basic necessities for the majority of citizens. As the general welfare of Soviet citizens improved in the Postwar period, their insatiable appetite for material goods fueled a rising interest in fashion and fashionable clothing. During this time, fashion regained its discursive foothold in Soviet society, gradually becoming an increasingly influential element of everyday life, with the popular demand for “fashionable” clothing epitomizing this transition.

This thesis presents materials, making it possible to distinguish the two stages in the development of Soviet fashion – the periods of Khrushchev's “Thaw” and Brezhnev's “Stagnation”. During the period of the so-called “Thaw,” the state weakened its ideological grip over Soviet society, partially relaxing the Iron Curtain. This directly contributed to the revival of cultural ties with foreign countries and formation of a uniquely Soviet understanding of fashion.

The second stage is the continued development of the Soviet fashion industry, including the opening of high-profile fashion houses and the Ukrainian Institute of the Assortment of Light Industry Products and Clothing Culture. At the same time, Soviet fashion houses drastically expanded their cultural ties with the West, as shown by the large number of foreign exhibitions, fashion shows, and attempts to establish cooperation with leading Western fashion firms such as *Christian Dior* and *Levi Strauss*. In both periods, countercultural trends had a significant impact on popular fashion trends the Ukrainian SSR -as “dandies” (*styliagi*) during the Khrushchev liberalization and “hippies” during Brezhnev's Stagnation emulated Western fashion trends in an ostensibly authoritarian and anti-capitalist Soviet system.

The thesis also argues that the rapid growth of fashion development, the creation of this uniquely Soviet conception of fashion, and the scientific study of the rules governing its function occurred only in the second half of the 1950s and 1960s, much later than in most developed capitalist countries. The key elements of Soviet fashion were formed during discussions between representatives of various branches of industrial and scientific knowledge. The characteristic features of this fashion aesthetic were simplicity, modesty, convenience, relevance, and a sense of proportion. At the same time, the concept of “good taste” evolved alongside official discourse, creating a uniquely socialist fashion design. Soviet fashion aimed to become a counterweight to Western capitalist aesthetic trends, as Soviet leaders sought to use fashion to demonstrate the advantages of state socialism and the Soviet way of life.

The thesis reveals that in relation to the development of the fashion industry and its promotion in the USSR, an entire network of state institutions (model houses, research and controlling organizations) was created. Soviet fashion designers and art councils (*khudozhni rady*) played a decisive role in the creation of official “Soviet” fashion and the formation of fashion trends. Fashion houses of models acted as the main broadcasters of fashion. They were divided into sewing (fashion houses of clothing models) and high-profile (fashion houses of models of knitwear, workwear, shoes, etc.). The function of fashion houses included the design and development of clothing for industrial production, the creation of mock-ups to represent the country abroad, submitting publications to fashion magazines, conducting fashion shows, and educating Soviet citizens through the presentation of an ideologically correct paradigm of Soviet fashion.

The thesis argues that the Ukrainian SSR was one of the main centres of fashion development in the Soviet Union. There were six fashion houses of models located in the largest cities in Soviet Ukraine. The first house of clothing models was in Kyiv, created in 1944. Ten years later, in 1954, the L’viv fashion house opened. During the 1958–1960's, Odesa, Donetsk, Kharkiv and Dnipropetrovsk established their own fashion houses. Each fashion house specialized in a unique range of products. Kyiv and L’viv fashion houses of models developed the entire product range and were the leading modeling centers of Soviet Ukraine. Much like during the Khrushchev period, the 1960s-1980s saw the opening of high-profile fashion houses in the Ukrainian SSR as well.

The thesis emphasizes that fashion houses actively collaborated with garment factories, predominantly in the development of technical documents and the implementation of their designs into mass production of clothing. More than 70 percent of the entire industrial collection was made in specialized fashion houses.

The thesis argues that Art Councils played an important role in shaping and controlling contemporary fashion trends and the overall development of Soviet

fashion. Their members were representatives of the Ministry of Trade, the Ministry of Light Industry, the State Planning Committee (*Gosplan*), research institutes, fashion houses of models and large clothing factories. All clothing models before release, as well as images of clothing models before publication in the magazine were checked, accepted and approved by the Art Council. This shows the significant influence of Art Councils on the development of fashion in the country, as well as the bureaucratization of the process and strict censorship within the production and design process.

The thesis reveals that throughout the study period there were numerous contradictions between official discourse and everyday life. On the one hand, there was widespread condemnation of Western fashion and loud proclamations of its incompatibility with Soviet ideology. On the other hand, however, we see a tacit approval of Western fashion, as evidenced by a series of official trips by Soviet fashion designers to Western capitalist countries. Surprisingly, reports from these Soviet designers were mostly positive, often praising Western fashion trends.

These foreign business trips in the field of fashion were strictly regulated by the country's leadership, as they served the purpose of transferring knowledge about Western fashion back to the Soviet Union. The most important of these trips were the visits to France, the purpose of which was to study the organization and management of the French fashion industry and to implement the best “capitalist” achievements in the USSR. The reports produced by Soviet fashion experts after their trips to the West confirm that the conceptual gap between “Soviet” and “capitalist” fashion was much more narrow in reality and only had a small impact on the daily practices of Soviet fashion designers.

The thesis emphasizes that the main mechanisms of fashion advertising were mostly periodicals, films, the literature on fashion and taste, public lectures by famous Soviet designers, art critics, fashion shows and exhibitions, and fashion ateliers. At the same time, Western fashion penetrated Soviet daily life primarily

through unofficial channels. It was broadcast through foreign films, music, periodicals, literature, international festivals, exhibitions and fashion shows. Meanwhile, there were practices of “acquiring” Western things formed larger youth subcultural trends.

Special attention is paid to the noticeable impact of periodicals on Soviet citizens and the fashion industry. One task of the magazines was to highlight the negative features of Western fashion and contrast it with the Soviet designs. Periodicals such as the socio-political “Radianska zhinka”, satirical-humorous “Perets” and fashion magazine “Krasa i moda” (*Beauty and fashion*) actively propagandized ideologically correct ideas about fashion. Polls, questionnaires, correspondence conferences, competitions, letters, as well as consultations for readers in the editorial office, seminars, public lectures at various enterprises were all utilized to improve engagement with readers.

The thesis reveals that materials related to fashion in these magazines were diverse: articles, fashion pages, letters, patterns, caricatures and so on. Letters acted as an important medium of communication with readers and were given special consideration. These were mostly informational letters, requests or complaints. Among other things, there were complaints about Soviet-made clothing and shoes, meaning that readers indirectly criticized Soviet fashion as well. The magazines also contained special columns that covered satirical information about defective or poor-quality Soviet goods, intended to encourage the management of the garment and shoe factories to produce better products.

Taking into account the millions of copies and widespread readership, the satirical magazine “Perets” was an important source for research on the formation of ideas regarding fashion and the characteristics of “distortion” in the norms of morality and everyday life of Soviet society. A thorough analysis of visual and textual materials related to fashion made it possible to identify a number of social problems that existed in Soviet society, as well as images associated with Soviet fashionistas. Criticizing the Western lifestyle, inculcating a negative perception of

Western fashion and fashionistas were among the magazine's crucial tasks. Criticism of Soviet fashion was also not outside the purview of the magazine, as the publication often criticized the poor quality of Soviet goods. However, Soviet publications criticized not the shortcomings of state management, but rather the flaws of individual enterprises or their employees.

This thesis is methodologically based on the principles of historicism, systemicity, and interdisciplinarity, as well as socio-cultural, historical-anthropological and sociological (“cultural biography” of things) approaches. In addition, the concept of “diffusion of innovations” by E. Rogers and the theory of “soft power” by J. Nye were used to address the above-mentioned issues.

In order to resolve the problematic issues of the research, such general scientific methods as analysis and synthesis were applied, and among the special historical ones were historical-genetic, historical-comparative, historical-typological, as well as quantitative, semiotic and oral history methods. As part of the quantitative method, a database was created containing visual and textual materials from 702 issues of the magazine “Perets”, performing content analysis with the help of MAXQDA.

The practical significance of the thesis is that its findings deepen the knowledge of the development and formation of the fashion industry during the second half of the 20th century in the USSR and the role of state policy and its influence on the daily lives of ordinary Soviet citizens. The conclusions and generalizations of the research can be used in the preparation of works on the history of Ukraine, special courses on the history of Ukrainian fashion, as well as the history of Ukrainian culture.

Keywords: fashion, fashion house of models, clothes, appearance, state policy, ideology, everyday life, censorship, periodicals, Ukrainian SSR, Soviet Union, foreign trips.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Корнієнко О. В. Организация и система управления французскими предприятиями сферы модельного бизнеса глазами советских модельеров (по архивным материалам 1950–1960-х годов). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Історія»*. Харків, 2014. Вип. 49. С. 218–229.
2. Корнієнко О. В. У пошуках радянської моди: закордонні відрядження до країн – «законодавиць моди» у 1950–1960-х рр. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки*. Харків, 2016. Вип. 22. С. 49–55.
3. Корнієнко О. В. Структура й особливості функціонування індустрії моди в УРСР у II пол. XX століття. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Історичні науки*. Київ, 2018. Том 29 (68). С. 18–23 (видання включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus*).
4. Корнієнко О. В. Виховуючи смак: дискурс про моду в радянському суспільстві. *Гілея: збірник наукових праць*. Київ, 2018. Вип. 135. С. 59–63 (видання включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus, SIS, InfoBase Index, РИИЦ*).
5. Корнієнко О. В. Періодика УРСР 1950–1980-х рр. як інструмент впливу на моду та повсякденне життя. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки*. Харків, 2018. Вип. 27. С. 77–88.

Статті в іноземних виданнях:

6. Корниенко О. В. Советская мода через призму сатирического журнала «Перець» (1964–1991 гг.): база данных, контент-анализ карикатур. *Историческая информатика*. Барнаул, 2014. № 4 (10). С. 50–67. (видання включено до міжнародної наукометричної бази РИНЦ).

7. Korniienko O. Soviet Fashion Under Iron Curtain: Official Discourse and Reality. *Scientific Discussion*. Praha, 2018. Vol. 1 (24). P. 10–11 (видання включено до міжнародних наукометричних баз SIS, Academic Resource Index).

Публікації, які додатково відображають результати дослідження:

8. Корнієнко О. В. Французький світ моди очима радянських модельєрів (на архівних матеріалах 1950–1960 рр.). *Каразінські читання (історичні науки): Тези доповідей 67-ї Міжнародної наукової конференції молодих вчених*. Харків, 2014. С. 213–215.

9. Корниенко О. В. Советская мода: между идеологией и повседневностью (по архивным материалам заграничных поездок советских специалистов во Францию). *Исторические документы и актуальные проблемы археографии, источниковедения, отечественной и всеобщей истории нового и новейшего времени. Сборник материалов IV международной конференции молодых ученых и специалистов «Слио-2014»*. Москва, 2014. С. 184–188.

10. Корниенко О. В. Советская мода через призму сатирического журнала «Перець» (1964–1991 гг.): база данных и ее анализ. *Ломоносовские чтения: сб. трудов международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых*. Москва, 2014. Режим доступа: D: 2200_68723_24610a.pdf.

11. Корниенко О. В. Сатира как инструмент формирования отношения к моде в советском обществе: количественный анализ. *Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер» № 42. Материалы XIV конференции АИК*. Москва, 2014. С. 61–62.

12. Корнієнко О. В. «Дифузія інновацій»: закордонні відрядження радянських модельєрів до Франції. *Каразінські читання (історичні науки). Тези доповідей 68-ї Міжнародної наукової конференції молодих вчених.* Харків, 2015. С. 175–176.

13. Корниенко О. В. Конструирование образа советского модника в условиях формирования ценностей общества потребления (по материалам журнала «Перець», 1964–1991 гг.). *Исторические документы и актуальные проблемы археографии, источниковедения, отечественной и всеобщей истории нового и новейшего времени. Сборник материалов V международной конференции молодых ученых и специалистов «Сlio-2015».* Москва, 2015. С. 157–161.

14. Корнієнко О. В. Мода в системі цінностей радянського суспільства: ідеологічні міфи та реальність. *Історія, проблеми та необхідні умови становлення громадянського суспільства в Україні. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.* Львів, 2015. С. 55–58.

15. Корниенко О. В. Цифровая коллекция карикатур о моде: педагогические аспекты профессионального образования будущих историков. *Актуальные вопросы развития экономики и профессионального образования в современном обществе. Материалы XII Международной молодежной научно-практической конференции. Том 2.* Екатеринбург, 2015. С. 210–214.

16. Корниенко О. В. Репрезентация советской и западной моды на страницах журнала «Перець» в 1956–1991 гг.: создание базы данных и ее анализ. *Информационный бюллетень Ассоциации «История и компьютер» № 45.* Москва, 2016. С. 163–165.

17. Korniienko O. V. The Image of the Soviet Mod and the Formation of the Values of Consumer Society in the Ukrainian SSR. *Karazinsky Readings (historical science).* Kharkiv, 2016. P. 171–172.

18. Korniienko O. V. Role of fashion in the value system of Soviet society: between myth and reality. *Academic and Scientific Challenges of Diverse Fields of Knowledge in the 21st century*. Kharkiv, 2016. P. 51–53.

З М І С Т

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	21
ВСТУП	24
РОЗДІЛ 1. НАУКОВЕ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОДИ: ІСТОРИОГРАФІЯ, ДЖЕРЕЛА ТА МЕТОДИ	
1.1. Історіографія проблеми	32
1.2. Джерельна база роботи.....	43
1.3. Методологія і методи дослідження	61
<i>Висновки до розділу 1</i>	<i>70</i>
РОЗДІЛ 2. ФЕНОМЕН МОДИ В ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ ТА ІДЕОЛОГІЇ УРСР	
2.1. Мода в радянському дискурсі: від критики до визнання.....	73
2.2. Державна політика в галузі моди: інституціональний вимір	86
2.3. Мода та радянські реалії: трансфер знань і досвід закордонної співпраці.....	110
<i>Висновки розділу 2.....</i>	<i>129</i>
РОЗДІЛ 3. ЗАСОБИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ	
3.1. Форми трансляції зразків моди та її сприйняття в повсякденному житті.....	133
3.2. Періодика УРСР 1950–1980-х років як інструмент впливу на моду та повсякденне життя суспільства.....	158
3.3. Висвітлення моди в сатиричних виданнях (на прикладі журналу «Перець»).....	178
<i>Висновки до розділу 3</i>	<i>200</i>
ВИСНОВКИ	204
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	212
ДОДАТКИ	275

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АДН – Агентство друку «Новини»

БМО – Будинок моделей одягу

ВІАЛегпром – Всесоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу

ВЛКСМ – Всесоюзний Ленінський комуністичний союз молоді

ВНДІТП – Всесоюзний науково-дослідний інститут трикотажної промисловості

ВРНГ – Вища Рада народного господарства

ГДА СБУ – Галузевий державний архів Служби безпеки України

Головліт – Головне управління у справах літератури та видавництв

ДАК – Державний архів міста Києва

ДАЛО – Державний архів Львівської області

Держплан – Державний плановий комітет

ДНТК – Державний науково-технічний комітет

ДБМО – Донецький будинок моделей одягу

ДУМ – Державний універсальний магазин

ЗБМО – Загальносоюзний будинок моделей одягу

ЗМІ – Засоби масової інформації

ЗНДІШП – Загальносоюзний науково-дослідницький інститут швейної промисловості

КБМО – Київський будинок моделей одягу

КДБ – Комітет державної безпеки

КПУ – Комуністична партія України

ЛБМО – Львівський будинок моделей одягу

- ЛКСМУ** – Ленінська Комуністична Спілка Молоді України
- МБМ** – Московський будинок моделей
- МВС** – Міністерство внутрішніх справ
- Мінлегпром** – Міністерство легкої промисловості
- МЛП** – Міністерство легкої промисловості
- НДІ** – Науково-дослідний інститут
- НДР** – Німецька Демократична Республіка
- Облліт** – обласне управління у справах літератури та видавництв
- ОБМО** – Одеський будинок моделей одягу
- Оп.** – Опис
- Парторган** – партійний орган
- ПКІЛП** – Проектно-конструкторський інститут легкої промисловості
- РАТАУ** – Радіотелеграфне агентство України
- РДАЕ** – Російський державний архів економіки
- РДАНІ** – Російський державний архів новітньої історії
- РЕВ** – Рада економічної взаємодопомоги
- РРФСР** – Російська Радянська Федеративна Соціалістична Республіка
- Спр.** – Справа
- СРСР** – Союз Радянських Соціалістичних Республік
- СХКБ** – Спеціальне художньо-конструкторське бюро
- США** – Сполучені Штати Америки
- УІАЛегпром** – Український інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу
- Укрголовшвейпром** – Українське головне управління швейної промисловості

Укрраднаргосп – Українська рада народного господарства

УкрЦНДЛП – Український центральний науково-дослідний інститут легкої промисловості

УРСР – Українська Радянська Соціалістична Республіка

Ф. – Фонд

ФРН – Федеративна Республіка Німеччина

ХБМО – Харківський будинок моделей одягу

ЦДАВО України – Центральний державний архів вищих органів влади та управління України

ЦДАГО України – Центральний державний архів громадських об'єднань України

ЦДАМЛМ України – Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України

ЦДКФФА України імені Г. С. Пшеничного – Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного

ЦІНТІАМ – Центральний інститут науково-технічної інформації з автоматизації та машинобудування

ЦК КПРС – Центральний Комітет Комуністичної партії Радянського Союзу

ЦК КПУ – Центральний Комітет Комуністичної партії України

ЦНДШП – Центральний науково-дослідний інститут швейної промисловості

ЦПКТБ – Центральне проектно-конструкторське технологічне бюро

ЦСУ – Центральне статистичне управління

ЦУМ – Центральний універсальний магазин

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Радянська мода – це складний феномен, який поєднував культурні, соціальні, естетичні та ідеологічні аспекти. Мода впливала не лише на зовнішній вигляд людини, вона слугувала інструментом формування суспільної свідомості «*homo soveticus*», створення чітко визначеної моделі сприйняття як радянської держави загалом, так і західних «капіталістичних» країн зокрема. Ключовими інституціями, що формували радянську моду були будинки моделей, Всесоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості і культури одягу, Загальносоюзний науково-дослідний інститут швейної промисловості. У своїх розробках моделей одягу та в рекомендаціях для фабрик вони мали враховувати особливості виробничих потужностей та «ідеологічно правильну» лінію партії, від трансформації якої залежали зміни в ідеології споживання. Тому нагальним є дослідження проблеми становлення механізмів виготовлення модного одягу, модифікації роботи тих галузей, які були пов'язані з виробництвом предметів побуту й споживання, а також виявлення засобів трансляції зразків радянської моди та їхнього сприйняття в повсякденному житті.

Ідеологічно сформована концепція радянської моди і смаку здійснювала вплив на формування свідомості та соціальних цінностей пересічних громадян. Зовнішній вигляд та образ радянської людини не обмежувався формуванням вдалого ансамблю одягу та аксесуарів, він мав значно глибше значення. Радянська людина повинна була відповідати певним стандартам. З одного боку, зручний та красивий одяг мав бути доступний для всіх (один із постулатів соціалізму – рівність), а з другого – мав показати відмінність радянської людини від представників капіталістичних країн. Наявність гарного смаку, який виявлявся насамперед у доречності та почутті міри, була однією з важливих рис. Про гарний смак дискутували, його виховували, ним

пишалися, але чи міг він стати універсальним і в який спосіб він реалізовувався на практиці і сприймався споживачами Радянської України, необхідно з'ясувати.

Слід зазначити, що історія української моди радянського періоду не викликала помітного зацікавлення серед професійних істориків. Модні тенденції досліджують переважно культурологи. Теми, пов'язані зі специфікою радянської моди, розробляють іноземні дослідники, але комплексного історичного дослідження феномену радянської моди в УРСР та державної політики в галузі моди в Україні в період 1950–1980-х років на сьогодні немає. Тому критичне та об'єктивне дослідження цієї проблематики дає можливість заповнити наявну прогалину в історіографії, що допоможе з'ясувати її характерні риси в українських реаліях.

Вивчення моди в УРСР та впливу державної політики на повсякденне життя розширює сучасну українську історіографію радянської доби та актуалізує необхідність дослідження впливів державних інституцій та політик на життя суспільства та індивіда.

Зв'язок із науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана в межах науково-дослідної теми: «Міста та міське суспільство: історія, політика, культура» (протокол засідання кафедри українознавства № 13 від 29.06.2017 р.), що розробляється на кафедрі українознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Мета дисертаційного дослідження полягає у вивченні державної політики в галузі моди та репрезентації її зразків в повсякденному житті з урахуванням впливу ідеологічних норм на процес сприйняття моди в українському суспільстві у 1956–1985 роках. Зазначена мета передбачає розв'язання таких наукових **завдань**:

– дослідити вплив загальнорадянської політики в галузі легкої промисловості на розвиток української моди протягом 1950–1980-х років;

- розглянути суперечності процесу інституціоналізації та розвитку індустрії моди в УРСР;
- визначити етапи розвитку державної політики в галузі моди;
- простежити оформлення концепції радянської моди та виявити її ключові елементи;
- дослідити особливості функціонування українських будинків моделей одягу в Києві, Львові, Харкові, Донецьку, Одесі та Дніпропетровську;
- визначити місце та роль художніх рад як одного з важливих регуляторів впливу на розвиток моди в УРСР;
- дослідити закордонну співпрацю радянських фахівців в галузі моди як фактор трансферу модних інновацій у радянське суспільство;
- проаналізувати форми трансляції зразків моди та її сприйняття в повсякденному житті;
- простежити репрезентацію моди та формування образу радянської людини на сторінках журнальної періодики протягом 1956–1985-х років;
- розглянути формування уявлень щодо моди в сатиричних виданнях на прикладі журналу «Перець».

Об'єктом дослідження є феномен моди в УРСР впродовж 1956–1985-х років.

Предметом дослідження є державна політика УРСР в галузі моди та її репрезентація в повсякденному житті у 1956–1985-х роках, а також її вплив на виникнення та становлення модної індустрії республіки, яка формувала повсякденні практики радянської людини.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 1956 до 1985 року. *Нижньою межею* є 1956 рік, коли після XX з'їзду КПРС було взято курс на налагодження міжкультурних зв'язків з країнами Заходу, внаслідок чого відбулося часткове відкриття «залізної завіси», що вплинуло на

трансформацію поглядів на моду. *Верхньою хронологічною межею* дослідження став 1985 рік, коли в умовах горбачовської «перебудови» відбулося значне послаблення ідеологічного контролю моди.

Територіальні межі дослідження охоплюють територію Української Радянської Соціалістичної Республіки.

Наукова новизна дослідження полягає в тому що:

Вперше:

- виконано комплексне дослідження джерельної бази та історіографії, яка присвячена проблемі розвитку моди в УРСР зокрема та індустрії радянської моди загалом;

- ґрунтовно досліджено інституціоналізацію процесів розвитку моди в радянському суспільстві з використанням архівних матеріалів України та Російської Федерації, частину з яких було вперше введено до наукового обігу;

- досліджено структуру та особливості функціонування українських будинків моделей упродовж 1950–1980-х років із залученням архівних матеріалів з фондів будинків моделей та з інтерв'юванням працівників різного фаху (художник-модельєр, художній керівник, художник по тканинах, конструктор одягу, директор будинку моделей);

- створено та проаналізовано базу даних візуальних та текстових матеріалів, присвячених моді УРСР, на основі сатирико-гумористичного журналу «Перець» (702 випуски);

- систематизовано та проаналізовано текстові матеріали, пов'язані з модою, розвитком легкої промисловості та образом радянської людини в суспільно-політичному журналі «Радянська жінка».

Уточнено:

- рівень законодавчо встановленого й фактичного контролю моди в Радянському Союзі;

- вплив дискусій про моду на формування її концепції;

- спеціалізацію українських будинків моделей, її вплив на асортимент і особливості поширення продукції;
- перебіг та результати закордонних відряджень художників-модельєрів і фахівців легкої промисловості в передові капіталістичні країни (Францію, США, Італію).

Набуло подальшого вивчення:

- взаємозв'язок і функціонування інституцій моди на республіканському та загальнодержавному рівні;
- форми трансляції зразків моди та їх сприйняття в радянському соціумі.

Практичне значення основних положень та одержаних результатів полягає в тому, що вони поглиблюють знання в галузі історії моди 1950–1980-х років, умов формування, розвитку та становлення модної індустрії, а також роль державної політики, що безпосередньо впливала на повсякдення радянської людини. Дослідження дозволяє проаналізувати успіхи та недоліки у сфері легкої промисловості, особливості комунікації з західними країнами та вплив ідеології на масову свідомість з урахуванням ролі періодичних видань у створенні образу радянської людини та виховання радянського смаку. Висновки й узагальнення дослідження можуть бути використані в підготовці праць з історії України, спеціальних курсів з історії української моди, історії української культури тощо. Матеріали дослідження використовуються в роботі Музею історії моди України 1940–1980-х років.

Особистий внесок здобувачки полягає в постановці наукової проблеми та самостійному її розв'язанні. Наукові результати, викладені в дисертаційній роботі, авторка здобула самостійно. Усі публікації в наукових фахових збірниках і доповіді на конференціях одноосібні й оригінальні.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні положення та висновки дисертаційної роботи були викладені в доповідях на

15 міжнародних наукових конференціях в Україні, Хорватії та Росії: Міжнародній науковій конференції «Ломоносовські читання – 2014» (м. Москва, квітень 2014 р.); IV міжнародній конференції молодих вчених і спеціалістів «Сліо-2014» (м. Москва, квітень 2014 р.); LXVII Міжнародній конференції молодих вчених «Каразінські читання (історичні науки)» (м. Харків, квітень 2014 р.); Міжнародній науковій конференції «Історичні дослідження в цифрову епоху: інформаційні ресурси, методи, технології», яку проводила Асоціація «Історія і комп'ютер» (м. Москва, жовтень 2014 р.); XII Міжнародній молодіжній науково-практичній конференції (м. Єкатеринбург, 2015 р.); V міжнародній конференції молодих вчених і спеціалістів «Сліо-2015» (м. Москва, квітень 2015 р.); LXVIII Міжнародній конференції молодих вчених «Каразінські читання (історичні науки)» (м. Харків, квітень 2015 р.); V Міжнародній студентській науковій конференції «Academic and Scientific Challenges of Diverse Fields of Knowledge in the 21st Century» (м. Харків, лютий 2016 р.), LXIX Міжнародній конференції молодих вчених «Каразінські читання (історичні науки)» (м. Харків, квітень 2016 р.), Міжнародній науковій конференції «Історичні дослідження в цифрову епоху: інформаційні ресурси, методи, технології», яку проводила Асоціація «Історія і комп'ютер» (м. Москва, жовтень 2016 р.); Міжнародній науковій конференції «Неоднозначне минуле: радянський спадок крізь призму модернізації» (м. Київ, березень 2017 р.); Міжнародній науковій конференції «Досліджуючи минуле: методологічне оновлення історіографії в Україні» (м. Київ, квітень 2017 р.); Міжнародній науковій конференції «Exploring the past: new social history at the crossroads of methodological trends» (м. Київ, березень 2018 р.), Міжнародній науковій конференції «Радянське “я” і радянське “ми”: історіографія, джерела, дослідницькі підходи» (м. Київ, лютий 2019 р.); Міжнародній науковій конвенції «ASEEES (Association for Slavic, East European, and Eurasian Studies) Summer Convention» (м. Загреб, червень 2019 р.).

Висновки дисертації були апробовані на засіданні Харківського історико-філологічного товариства (м. Харків, листопад 2017 р.); англomовному семінарському курсі «Reading Visual Culture» професорки Ягеллонського університету М. Радкевіч (м. Львів, жовтень – листопад 2017 р.). Для розроблення теми дисертації були отримані гранти для роботи над дослідженням за кордоном – в Німеччині (м. Трір), Люксембурзі (м. Люксембург), а також в Україні (м. Львів). Восени 2015 року відбулася поїздка до Німеччини та Люксембургу для вивчення кількісних методів дослідження в рамках осінньої школи «Digital Humanities». Перебування на дослідницькій резиденції в Центрі міської історії Центрально-Східної Європи мало наслідком налагодження співпраці і включення результатів дослідження у проєкт «Львів Інтерактивний» (м. Львів, травень – грудень 2018 р.), у тому числі створення спільного проєкту «Мода і одяг у Радянському Львові». Авторка дисертації також активно співпрацює з Музеєм історії моди України 1940–1980-х років.

Публікації. Основні положення та висновки дисертаційної роботи відображено в 18 одноосібних наукових публікаціях, з яких: 5 – наукові статті, що внесені до вітчизняних фахових наукових видань з історії; 2 – публікації у зарубіжних виданнях, 11 – у збірниках матеріалів наукових конференцій.

Структура дисертації зумовлена метою й завданням дослідження. Робота складається з анотації українською та англійською мовами, списку публікацій здобувачки, переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, які поділені на дев'ять підрозділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків. Додатки поділені тематично на таблиці, текст, інфографіку, ілюстрації та фотографії.

Загальний обсяг дисертації становить 363 сторінки, з яких основний текст складає 190 сторінок. Обсяг використаних джерел та літератури українською, російською та англійською мовами становить 60 сторінок (777

бібліографічних позиції, з яких 323 – архівні джерела, 52 – матеріали інтерв'ю), список скорочень – 3 сторінки, додатки – 110 сторінок.

РОЗДІЛ І.

НАУКОВЕ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОДИ: ІСТОРІОГРАФІЯ, ДЖЕРЕЛА ТА МЕТОДИ

1.1. Історіографія проблеми

Дослідження історії радянської моди, зокрема моди в УРСР, на сьогодні не набуло належного висвітлення в середовищі професійних істориків, що ускладнює можливість аналізу зібраних матеріалів. Поодинокі історичні праці радянських дослідників, що розкривали ідеологічне підґрунтя модної індустрії та вплив одягу на радянську людину, разом із сучасними працями фахових культурологів та науковців інших галузей знань заклали фундамент для подальшого вивчення проблеми моди в різних площинах.

Слід наголосити на тому, що моду як суспільний феномен активно вивчають представники різних наук – філософії, соціології, культурології, історії, тому доцільним є застосування в роботі проблемного поділу історіографічного доробку.

Праці, що становлять методологічну основу дослідження, можна розділити на два основні проблемні блоки, які тісно пов'язані між собою. До першого блоку належать теоретичні праці, присвячені моді як суспільному феномену. До другого блоку – праці, що присвячені дослідженню історії радянської моди, повсякдення та ідеології.

Варто почати з дефініції моди та того, як її розуміти в контексті цього дослідження. Зараз є широкий спектр визначень поняття «мода», насамперед у зв'язку з тим, що вона є предметом міждисциплінарних досліджень. Для соціологів мода виступає засобом впровадження нових соціокультурних форм. Культурологи моди розуміють як періодичну зміну зразків культури. Мистецтвознавці розглядають моду як естетичний ідеал. Економісти – як прагнення до оновлення. Психологи стверджують, що мода є механізмом

наслідування та навіювання. Усі ці науковці вивчають моду в різних ракурсах, звертаючи увагу на специфіку предмета [716, с. 159–161].

Варто зазначити, що історики розуміють моду в більш глибокому контексті й розглядають умови та чинники, що впливали на її формування, інституції, які відповідали за розвиток модної індустрії загалом, сприйняття моди в повсякденності тощо. Тобто, для істориків є важливим контекст – історичні процеси та трансформації, які відбувались в певний період. Окрім цього, для історичного дослідження притаманне залучення широкого кола джерел, зокрема архівних матеріалів, для всебічного розгляду та аналізу теми дослідження.

Слово «мода» походить від латинського «modus», що означає спосіб, образ, міру. Французи й італійці застосовують це слово (французьке «mode», італійське «modo») в побуті, маючи на увазі одяг, зачіску, меблі, а також поведінку. Англійці використовують слово «mode» в розумінні «міра» та «правило», для позначення моди є термін «fashion» (виріб) та одночасно з ним уживається «vogue» (мода). В українській мові слово «мода» означає «зразок», «манера», в інших європейських мовах його аналог ототожнюється із поняттям «звичай» [742, с. 104–111].

Спробу дослідити значення слова «мода» в російській мові роблять і філологи [708]. Аналізуючи значення слова «мода» в словниках, Т. Леонтєва доходить висновку, що найбільш яскраво у всіх його значеннях представлена ідея зразка, еталона, за яким «вимірюється» і відтворюється, тиражується щонебудь (виготовляються предмети одягу, формуються смаки й переваги людських колективів, будується поведінка людини, організовується обряд або повсякденне життя спільноти людей) [708, с. 77]. На думку Н. Журавльової, «модним» та «престижним» слово стає тільки тоді, коли воно позначає предмет, що має, на думку носіїв мови, значну цінність [674, с. 86].

У дисертаційній роботі феномен моди розуміємо як поєднання двох складових: зовнішнього вигляду радянської людини (одяг, взуття, зачіски, аксесуари) та впливу державних інституцій, які відповідали за розвиток і формування модної індустрії в Радянській Україні (будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації). «Модні» речі – це речі, які мали цінність, на думку радянських громадян, та відрізнялися від масового фабричного виробництва.

Питання моди в широкому значенні розглядали у філософській (Л. Свендсен, Ю. Легенький), соціологічній (Г. Зіммель, Л. Петров), психологічній (М. Кілошенко, Б. Поршнеєв, Б. Паригін, Г. Тард), мистецтвознавчій (Л. Дихнич, О. Шандренко, М. Мельник) та семіотичній (Ю. Лотман, Р. Барт) площинах як українські, так і зарубіжні дослідники [721; 722; 726; 766]. Множинність тлумачень і напрямів дослідження моди свідчить про багатогранність цього явища.

У контексті цього дослідження найбільш важливими є погляди на проблему моди Г. Зіммеля, Р. Барта, Ж. Бодрійяра та Д. Рійсмана. Одним із перших, хто зробив моду об'єктом спеціального розгляду і зробив значний внесок у теоретико-культурологічне осмислення її феномену, був німецький соціолог Г. Зіммель [680]. На його погляд, сутність моди полягає в тому, що йде за нею завжди лише частина групи, а її поширення на все суспільство «веде її до кінця, оскільки знищує розрізнення» [680, с. 274]. Пояснюючи пристрасть жінок до моди, він зазначав: «Мода слугує своєрідним вентилям, який дозволяє жінкам задовольнити їхню потребу в певній відмінності й піднесенні в тих ситуаціях, коли в інших сферах їм у цьому відмовлено» [680, с. 274].

Він описав умови моди як постійного явища, відзначив її дуалізм – наслідування й індивідуальну диференціацію та єднання і відокремлення. Г. Зіммель стверджував, що феномен моди та її величезна популярність у суспільстві зумовлена можливістю самоствердження особистості, свободою

бути не тільки схожою на інших, а й проявляти свою індивідуальність. На думку дослідника, «в моді, як у краплі води, помітні суперечливі бажання індивідуумів: одночасно відповідати і загальним віянням сучасної моди (підлаштовуватися, бути як усі), і виділятися з натовпу, бути поміченими» [766, р. 296].

Французький філософ та семіотик Р. Барт досліджував моду як систему знаків. На його думку, мода представляє систему знаків, де речі можна конструювати як знаки. У кожного знака в системі є певні властивості: він є нестійким, довільним, він не результат еволюції чи колективної творчості, а народжується раптово й цілісно, кожен сезон, «за вказівкою» [635, с. 98].

Р. Барт одним із перших детально вивчав модні журнали, які, на його погляд, мали владу на поширення уявлень про модне на різні групи суспільства. Модні журнали – засіб, який акумулює ідеї дизайнерів і доносить їх для публіки. На його погляд, журнали – це «машини для виробництва моди», які здійснюють функцію формування знаків та знання про них приписуванням різних смислових значень фотографіям та «реальним» речам [635, с. 85]. Він зазначав, що «мода стає все більш масовим феноменом, оскільки споживається за посередництва багатотиражних видань» [635, с. 324]. Виходячи з цього, можна сказати, що саме за допомогою журналів мод здійснювався ідеологічний вплив на людину.

Французький соціолог та культуролог Ж. Бодрійяр, як і Р. Барт, розумів моду як знакову систему. На його погляд, мода є універсальною формою, в якій взаємно обмінюються різні знаки [638, с. 177]. Особливості споживання, за Бодрійяром, полягають у тому, що воно більше не вичерпується бажанням придбати практичну, функційну або «знакову» річ, сучасне споживання втрачає цю функцію. Натомість воно набуває характеру глибокого психологічного процесу, що представляє собою невгамовне прагнення людей до володіння зразком-ідеалом. Це прагнення породжує зміни в системі речей:

частина з них стає такого роду зразком – потрапляє в моду, частина втрачає цю властивість [663, с. 80].

Американський соціолог Д. Пісмен у своїй праці «The Lonely Crowd» визначив місце й роль моди в суспільстві як «культу споживання». Він зазначав: «Наразі людьми керує мода, причому мода, яка є швидкозмінною» [763, р. 179]. Вона є формою споживання чого завгодно – зачіски, манери спілкування тощо, у такому разі мода все активніше проявляє тенденцію перетворюватись на самоціль для людини.

Соціально-психологічний аналіз моди здійснив радянський соціолог Б. Поршнєв [722]. Він один із перших серед радянських учених ввів поняття «модності» в науковий обіг, яке тлумачилося не як соціально-психологічне явище, а як чуттєва субстанція з особливими формами навіювання та самонавіювання, залежно від тих чи тих дій, переваг, станів. Він розумів моду як просте явище зі сфери людських настроїв. Це зумовлювалось тим, що люди, дотримуючись певної моди, можуть не належати до конкретної соціальної спільноти. Вони можуть долучатись до моди незалежно один від одного, переймати її під час контакту один з одним. Тобто люди заражують один одного. Отже, мода виступає взаємним наслідуванням. На думку дослідника, носії «модного» утворюють аморфну, хитку соціально-психологічну спільноту, яку можна порівняти з «легким подувом вітерцю серед більш потужних і глибоких течій соціальних емоцій» [722, с. 90]. Думку Б. Поршнєва можна доповнити висловом радянського філософа Б. Паригіна: «Мода – це специфічна і доволі динамічна форма стандартизованої масової поведінки, яка виникає переважно стихійно, під впливом панівних у суспільстві настроїв та швидкоплинних смаків, захоплень» [594, с. 11].

У другій половині ХХ століття радянські дослідники також дискутували щодо феномену моди та її місця в радянському суспільстві. Зокрема, 1970 року була опублікована праця «Мода: за и против» за редакцією філософа

В. Толстих [481]. Авторами статей були фахівці різних галузей знань, які прагнули показати панорамне бачення моди, визначити її місце і роль у тогочасній культурі та вказати на суперечності моди як явища.

Поява збірки оприявнила найгостріші наукові та суспільні дискусії тих років щодо феномену моди. У вступі до збірника В. Толстих зазначав, що мода – дуже простий феномен, хоча і не виникає з простих причин. Вона спирається на соціологічне та соціально-психологічне підґрунтя, що заслуговують серйозного наукового аналізу [594, с. 12]. Збірка продемонструвала відсутність єдиної думки щодо питання моди серед фахівців різних галузей знань. Загалом аргументи «за» модою явно переважали, хоча, попри це, були і скептики. Радянський філософ і мистецтвознавець К. Кантор замислювався, чи має кожна людина достатньо часу для захоплення модою і серйозного ставлення до неї. Його відповідь була категоричною – «у житті є багато речей набагато важливіших, ніж мода» [453, с. 141].

Серед значущих робіт також згадаємо праці Л. Петрова і А. Гофмана. Автори зробили значний внесок у розгляд моди як суспільного явища, за допомогою якого відбувається міжособистісна та міжгрупова комунікація. Радянський психолог Л. Петров у праці «Мода как общественное явление» дав визначення моди як масового суспільного явища, що зумовлене специфічними закономірностями, які виникають за певної взаємодії соціальних, естетичних, психологічних і фізичних дій, та вказав соціально-психологічні механізми поширення моди [721].

Російський соціолог А. Гофман у праці «Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения» визначав моду як постійний процес (моди змінюються, а мода постійна). Структурною основою постійності моди є такі атрибутивні цінності: сучасність, універсальність, гра та демонстративність [657].

У сучасній історіографії проблематику моди активно вивчають представники різних наук – філософії [668; 669], соціології [745], культурології [652; 659], економіки [383], про це свідчить велика кількість дисертацій, написаних останніх часом, але цю проблему не було належно досліджено в історичній науці. Серед праць сучасних зарубіжних дослідників, які присвячені концепту моди, його інтерпретації та ролі в суспільстві відзначимо роботи Е. Вілсон [737; 773], Д. Крейн [750], Г. Ернер [743].

Ще одним напрямом історіографії в дисертаційному дослідженні є праці з історії радянської моди, повсякденності та ідеології. Варто зазначити, що цю тему переважно розробляють мистецтвознавці, культурологи, філософи й соціологи. Лише відносно нещодавно до неї почали долучатися історики.

Серед праць з історії моди в Радянській Україні можемо відзначити роботу львівської мистецтвознавиці З. Тканко «Мода в Україні ХХ століття», написану в культурологічному контексті [729]. Авторка показує найхарактерніші та найприкметніші ознаки костюма, стилі й тенденції, що вплинули на розвиток української моди. Попри широку та всеохопну назву дослідження, праця базується на загальних фактах та акцентує увагу на львівській та київській школах моделювання. Примітною є також джерельна база дослідження, основу якої становлять декілька фондів Державного архіву Львівської області та ілюстраційний ряд (картини, фотографії, малюнки) означеного періоду.

Дотичними до теми є праці мистецтвознавиці М. Костельної, присвячені етнонапрямку в творчості дизайнерів українських будинків моделей середини ХХ – початку ХХІ століття [697–701]. Авторка робить спробу реконструювати етапи розвитку українських будинків моделей одягу, акцентуючи увагу на еволюції етнопарадигм київської, львівської, одеської, харківської та донецької шкіл дизайну одягу. Висвітлюється творчий шлях та розроблення етнонапрямів українських дизайнерів, наприклад, М. Токар,

Л. Авдєєвої, Г. Мепена, Н. Старовойтової тощо. Аналізуючи творчість дизайнерів, дослідниця доходить висновку, що головними центрами розроблення етнонапрямку були київські та львівський будинки моделей. Особливості етнопошуків дизайнерів Одеського, Харківського та Донецького будинків моделей визначалися спеціалізацією у проектуванні одягу повсякденного призначення, у яких розроблення етнонапрямів посідала незначне місце.

Варто зазначити, що такі аспекти, як історія українського костюму та звернення до народних традицій вивчені на достатньому рівні, про що свідчить широкий спектр досліджень, написаних як у радянський період, так і на сучасному етапі. Серед радянських дослідників відзначимо В. Бойко [639], Г. Горіну [656], Н. Калашникову [681–683], К. Матейко [709; 710], Т. Ніколаєву [712–715], М. Костишину [702; 703]. Серед сучасних – О. Косміну [696], О. Тканко [731–733], О. Коровицького [730] тощо.

Костюм як складову радянської культури в своїх працях розглядає мистецтвознавець О. Вайнштейн [641–643]. На основі аналізу жіночих журналів і в контексті розгляду жіночої сукні та ідеології радянської моди авторка робить висновок, що радянський еталон модної жінки базувався на поняттях «доречність», «простота», «краса», «скромність», «зручність» та «почуття міри».

Під час розгляду одягу в контексті радянської ідеології та повсякденності можна виділити групу, яка вивчає закони життя речей, їхній зв'язок із життям суспільства, роль речей у споживчій культурі. На думку дослідника Г. Кнабе, соціологія матеріальної культури повинна зрозуміти процеси розвитку суспільства через повсякденне життя його членів, а річ повинна виступати як джерело пізнання повсякдення і соціально-історичних процесів [684, с. 111–141]. А. Салтиков вважає, що кожне суспільство має відповідний йому світ речей [579, с. 30–32]. У повсякденному житті

суспільства відбувається постійна взаємодія людини й речей, отже, історію речей можна розглядати через способи цих взаємодій [654].

Важливо, що, розглядаючи взаємозв'язок матеріально-речового середовища і людини в умовах повсякденного життя, можна проаналізувати і матеріально-речові умови способу життя. Дослідження ролі речей у структурі споживання дозволяють констатувати, що річ у соціалістичному суспільстві стає символом соціального статусу і засобом вираження стилю життя [738].

Одяг як річ досліджують О. Гурова, Є. Герасимова, С. Чуйкіна, Г. Орлова [660–663; 717]. Вони одночасно розглядають сформовані практики з певним речовим предметом. Російська соціологиня О. Гурова у своїй праці розкриває ідеологію споживання та повсякденне життя в радянському суспільстві на прикладі спідньої білизни [662].

Про зростання інтересу до проблем взаємовідносин людини і предметно-речового середовища в повсякденному житті радянського суспільства свідчать написані за останні п'ятнадцять років дисертаційні дослідження в галузі історії, соціології та культурології [651; 660].

Вагомими для дослідження історії радянської моди стали здобутки російського історика С. Журавльова та фінського соціолога Ю. Гронова [672; 673; 753]. Дослідники розглядають історію розвитку модної індустрії в СРСР та аналізують зміну ставлення влади й суспільства до моди. Нещодавно автори спільно видали дві монографії, в яких системно розглянули історію моди та моделювання одягу в Радянському Союзі, поєднавши в дослідженні макро- і мікропідходи [673; 753]. Праці авторів є ґрунтовними, в них розглядаються різні аспекти стосовно радянської моди, а саме складання відомчої системи моделювання в радянській Росії, дискусії про моду в радянському публічному дискурсі, індивідуальний пошив та моделювання одягу на прикладі ДУМу тощо. Показовою є джерельна база роботи, яка містить широкий спектр джерел: архівні матеріали Росії та Естонії, особисті

та сімейні архіви, радянську газетну та журнальну періодику, матеріали усної історії. Особливу цінність в дослідженні становить колекція матеріалів Науково-технічної бібліотеки Загальносоюзного будинку моделей одягу в Москві.

Моду Радянської Росії 1950–1960-х років активно вивчають історики Л. Захарова, Н. Лебіна, І. Винниченко, періоду 1960–1980-х років – А. Тихомирова [675–679; 704; 648–651]. Історикиня Л. Захарова у своїх роботах, аналізуючи радянську моду хрущовського періоду, зазначає значний французький вплив на модні стилі й тенденції в СРСР, зокрема паризького будинку моди «Christian Dior» [677]. Авторка використовує архівні документи російських та французьких державних установ, періодичні видання 1950–1960-х років, матеріали інтерв'ю.

Праці Н. Лебіної присвячені насамперед дослідженню радянської повсякденності та образу радянської людини, а саме аспектам її зовнішності, одягу, поведінки [705; 706]. Об'єктом дослідження стала людина та історія приватного життя, звичаї, одяг. Авторка підкреслює необхідність розкрити радянську історію з точки зору «звичайної» людини. Цей підхід відрізняється увагою до процесів повсякденного життя, до його типових, або «знакових», явищ, зокрема до зовнішньому вигляду, одягу, дозвілля, здоров'я. Наприклад, такий погляд на історію міститься в роботі «Енциклопедія банальностей» [707], у якій повсякденне життя радянських людей постає як велика кількість речей, понять, знаків та символів, що утворюють єдину систему з внутрішньою логікою. У монографії «Мужчина и женщина: тело, мода, культура. СССР – оттепель», розглядаючи відносини чоловіка та жінки в різних аспектах, авторка торкається і моди [704]. Зокрема, розглянуто діяльність Всесоюзного БМО та Ленінградського БМО.

Дослідниця І. Винниченко вивчає моду та повсякденність у Радянській Росії переважно 1950-х – середини 1960-х років. У фокусі її дослідження жіночий костюм в моделях одягу та побутовій практиці [650]. Ще одним

напрямом розвідок І. Винниченко є вивчення механізмів трансляції модних зразків жіночого костюму та їхня адаптація в повсякденному житті радянського суспільства [648; 649].

Г. Тихомирова досліджує моду та особливості практики споживання одягу в радянській провінції 1960–1980-х років на прикладі російського міста Ярославль [728]. В основу дослідження покладено інтерв'ювання місцевих жителів. Іншим напрямом її досліджень є порівняльний аналіз культури споживання одягу в НДР і ФРН 1960–1980-х років.

Вивченню радянської моди в контексті культури споживання періоду правління Л. Брежнєва присвячено роботу Н. Чернишевої [749]. Спираючись на статистику, архівні дані, мемуари та соціологічні дослідження, авторка детально аналізує динаміку виробництва та споживання основних видів товарів широкого вжитку за Л. Брежнєва, показує роль економічних реформ та ідеологічних обмежень. Дослідниця акцентує увагу, що протягом 1970-х років рівень життя радянських громадян значно покращився, і робить висновок, що в цей період у країні не було тотального дефіциту, а навпаки, основною тенденцією було затоварювання. З одягом була така ситуація: за наявності великої кількості вироблених речей люди відмовлялись їх купувати, оскільки значно зросли споживчі запити. Люди потребували модного одягу, а не просто добротного та якісного.

У роботі А. Васильєва «Русская мода: 150 лет в фотографиях» зроблено спробу подати періодизацію та схарактеризувати основні тенденції в галузі радянської та російської моди [646]. Слід зазначити, що ця праця має оглядовий характер, у ній візуальний ряд переважає над текстовим.

Низка зарубіжних дослідників вивчає радянську моду в контексті «моди країн соціалізму» (Дж. Бартлетт, С. Рейд, М. Лендсмен, Д. Штіцель) [636; 637; 748; 762; 757; 767]. Робота британської дослідниці Дж. Бартлетт «Fashion East: призрак, бродивший по Восточной Европе» присвячена феномену «соціалістичної моди», у розрізі якого вона розглядає

інституціоналізацію моди та формування ідеологічного конструкта «офіційного соціалістичного костюму» [636]. Окрім розгляду моделювання одягу в СРСР, велику увагу приділено таким східноєвропейським країнам, зокрема Угорщині, Чехословаччині, Польщі, НДР та Югославії.

Німецький дослідник Д. Штіцель у роботі «Fashioning Socialism: Clothing, Politics, and Consumer Culture in East Germany» детально розглядає виникнення та розвиток соціалістичної індустрії моди та аналізує дискусії про естетику одягу, що мала відповідати соціалістичному суспільству, на прикладі Східної Німеччини [767]. У його полі зору насамперед економічні й політичні умови, за яких функціонувала індустрія моди в ФРН.

Отже, історіографічний огляд засвідчив, що тема дослідження є актуальною та міждисциплінарною, але малодослідженою серед фахових істориків. На сьогодні немає історичних праць, присвячених розвитку моди в УРСР у зазначений історичний період. Заповнити цю прогалину і має це дисертаційне дослідження.

1.2. Джерельна база роботи

Джерельна база роботи представлена різними групами матеріалів, які можна поділити на такі сегменти – письмові, усні, візуальні та речові. Письмові джерела становлять неопубліковані архівні документи, опубліковану нормативно-правову та розпорядчу документацію, журнальну періодику, джерела особового походження та праці пропагандистського спрямування, присвячені ідеологічним аспектам моди, у тому числі вихованню смаку в радянському суспільстві та мистецтву гарно одягатися.

Враховуючи особливе місце та роль архівних матеріалів при написанні дисертації, авторка починає аналіз джерельної бази саме з них. Основним джерелом в дослідженні стали *архівні документи*. У роботі було використано матеріали українських та російських архівних установ: фонди Центрального державного архіву громадських об'єднань України (ЦДАГО), Центрального

державного архіву вищих органів влади та управління України (ЦДАВО), Державного архіву міста Києва (ДАК), Луцького трудового архіву районної ради, Державного архіву Львівської області (ДАЛО), Центрального державного архіву-музею літератури та мистецтва України (ЦДАМЛМ), Галузевого державного архіву Служби безпеки України (ГДА СБУ), Російського Державного архіву економіки (РДАЕ) та Російського Державного архіву новітньої історії (РДАНІ).

Ґрунтовну роботу проведено в Центральному державному архіві громадських об'єднань України (ЦДАГО). Найбільша кількість партійних матеріалів з найрізноманітніших напрямів соціального життя зберігається саме в ньому (було опрацьовано понад 150 справ). Він містить проекти постанов ЦК КПУ, довідки відділів ЦК КПУ, постанови обкомів, міськкомів, та райкомів КПУ, листування з різними організаціями та установами, телеграми тощо.

Для роботи було використано три фонди – Ф. 1 «Центральний комітет Комуністичної партії України (ЦК КПУ), 1917–1991», Ф. 7 «Центральний Комітет Ленінської Комуністичної Спілки Молоді України (ЦК ЛКСМУ)» та Ф. 243 «Видавництво «Радянська Україна» ЦК КПУ». З фонду «ЦК КПУ» були залучені такі описи, як 24 «Особливий сектор ЦК КПУ», 25 «Документи загального відділу ЦК КПУ (секретна частина)», 70 «Відділ пропаганди та агітації ЦК КПУ», 78 «Відділ легкої та харчової промисловості».

Оскільки акцент у дослідженні зроблено саме на періодиці, яка мала чи не найбільший вплив на радянське населення, то до уваги брались матеріали з питань друку, роботи видавництв, редакцій журналів і газет, про стан поширення преси та її недоліки, про стан передплати на газети й журнали [227; 229; 243; 245; 246; 247; 250]. Це також листи редакцій журналів і видавництв про роботу республіканських журналів, наприклад, аналіз редакційної пошти періодичного видання «Перець» від відповідального редактора журналу Ф. Маківчука до відділу пропаганди і агітації [247,

арк. 31–39]. Важливими є матеріали про діяльність органів цензури УРСР. Наприклад, це відомості про організацію політико-ідеологічного контролю, про навчання та виховання працівників цензури, питання щодо діяльності органів цензури [240, арк. 2–91; 241, арк. 68–77].

З «Відділу легкої та харчової промисловості» взято інформацію щодо роботи підприємств легкої промисловості, про розвиток швацького виробництва, хід виконання постанов, реалізацію продукції тощо [252; 253; 257]. Аналіз цих матеріалів допоміг виявити низку проблем, які виникали в цій галузі.

Під час детального вивчення візуальних і текстових матеріалів про моду та одяг радянської людини в сатиричному журналі «Перець» було виявлено низку соціальних проблем у радянському суспільстві. Насамперед на основі архівних матеріалів ЦДАГО проведено зіставлення виявлених проблем та зафіксовано їхню реальну наявність. Тому було проаналізовано проблеми, пов'язані з розкраданням соціалістичного майна, спекуляцією, фарцуванням, пияцтвом, хуліганством, вивчено боротьбу з «антигромадськими, паразитичними елементами», зокрема, зі «стилягами» та «хіпі» [233; 235; 242]. Наприклад, міститься інформація про намагання групи комсомольців і молоді м. Львова створити «Партію свободи – хіпі» [242, арк. 35–41]. Також розглянуто матеріали з питання ідеологічної роботи. У звітах містились матеріали щодо школярів Одеси, які прагнули наслідувати «стиляг», танцювали «бугі-вугі» та одягалися неналежно (1957 рік) [230, арк. 15–21].

У фонді «ЦК ЛКСМУ» було вивчено опис 17 «Відділ пропаганди і агітації». Це стенограми нарад редакторів комсомольських сатиричних видань, секретарів із пропаганди й агітації обкомів ЛКСМУ, редакторів республіканських журналів та обласних молодіжних газет, питання ідеологічної роботи у різних регіонах УРСР, які також стосувалися і зовнішнього вигляду молоді [258; 259; 260]. Наприклад, значна частина

наради щодо сатиричним видань відводилася «стилягам» та методам боротьби з ними [258].

У дослідженні було фронтально вивчено та проаналізовано суспільно-політичний жіночий часопис «Радянська жінка» та сатирично-гумористичний журнал «Перець», які випускало видавництво «Радянська Україна». У ЦДАГО відомості про названі періодичні видання зберігають в окремому фонді. Станом на 1963 рік у видавництві й комбінаті друку «Радянська Україна» видавали 20 центральних і республіканських часописів разовим тиражем понад 6 мільйонів примірників, що є досить великою цифрою [265, арк. 1]. До роботи були задіяні доповідні записки, довідки, листи до ЦК КПУ з питань діяльності видавництва та, зокрема, журналів «Радянська жінка» і «Перець», стенограма наради журнальних працівників, скликаної ідеологічним відділом ЦК КПУ [262; 264; 265; 266].

У Центральному державному архіві вищих органів влади та управління України для дослідження застосовано Ф. Р-2. «Рада Міністрів УРСР. Виконавча влада» та Ф. 572. «Міністерство легкої промисловості УРСР». У фонді «Ради Міністрів» містяться листування з міністерствами й центральними організаціями СРСР, із Держпланом УРСР, раднаргоспами, міністерствами та іншими республіканськими організаціями про збільшення виробництва, розширення асортименту, й поліпшення якості швацьких виробів, функціонування будинків моделей, розвиток підприємств легкої промисловості [64–67]. Ці матеріали дозволяють дослідити розвиток легкої промисловості 1950–1980-х років, виявити її недоліки та прорахунки, з'ясувати взаємозв'язок підприємств швейної, текстильної, шкіргалантерейної, хутряної промисловості та особливості їхнього функціонування.

Під час вивчення фонду «Міністерства легкої промисловості УРСР» передусім було залучено до дослідження звіти радянських модельєрів та спеціалістів легкої промисловості СРСР та УРСР про закордонні відрядження

як у соціалістичні (ФРН, Польща, Югославія), так і в капіталістичні країни (Франція, США, Італія) [69; 71–82]. Особливо цінним є звіт Київського Будинку моделей про участь у роботі Радянської секції на Всесвітній виставці в Монреалі (Канада) 25 липня – 5 вересня 1967 року [70]. До звіту додано книгу відгуків, що дозволяє виявити ставлення відвідувачів виставки до моди Радянської України.

Важлива інформація міститься у Ф. Р-1219 «Київський будинок моделей Головного управління швейної промисловості Міністерства легкої промисловості УРСР» Державного архіву м. Києва. У матеріалах фонду зберігаються протоколи творчих нарад із художниками-модельєрами, засідань Художньої ради Міністерства, нарад Будинку моделей, довідки щодо роботи Будинку моделей, накази Міністерства легкої промисловості, стенограми конференцій художників-модельєрів та конструкторів Будинку моделей із працівниками швейної промисловості та держторгівлі, перегляду та відбору виробів для Брюссельської виставки 1957 року, VIII Міжнародного конгресу моди тощо [40–43; 46–53]. Ці матеріали є цінними для дослідженнями, оскільки будинки моделей одягу були головними трансляторами моди, отже, важливим бачиться дослідити їхню роботу «зсередини». Однак варто зазначити, що цей фонд є неповним, його хронологічні межі обмежуються 1944–1961 роками, тобто охоплюють лише початковий етап діяльності Київського будинку моделей одягу.

У Луцькому трудовому архіві районної ради є фонд ще одного важливого будинку моделей – Львівського. Це Ф. 56 «Львівський будинок моделей одягу «Галмода»». Він переважно містить накази та розпорядження установи, трудові книжки працівників тощо [1–4]. Попри це в ньому було виявлено цінні відомості зі структури та щодо кадрового складу БМ, інформацію про закордонні відрядження та творчі відпустки. За словами працівників, можливість подальшого існування цього фонду під загрозою.

У Державному архіві Львівської області роботу проведено в таких фондах – Ф. П-3 «Львівський обком Компартії України», Ф. П-4 «Львівський міський комітет Компартії України», Ф. Р-1352 «Профспілка працівників текстильної і легкої промисловості», Ф. Р-1923 «Львівська взуттєва фірма «Прогрес»», Ф. Р-2002 «Львівська швацька фірма «Маяк»», Ф. Р-3254 Львівська швацька фабрика «Весна» та Ф. Р-3568 «Львівський комітет комсомолу Політехнічного інституту». У них наявні місцеві стенограми семінарів з питань культури виробництва на львівських підприємствах легкої промисловості, матеріали про проведену роботу щодо поліпшення якості продукції, що випускалась (довідки, газетні статті), про святкування дня працівників легкої промисловості тощо [13; 14; 16; 18–21; 22–36]. Окремий блок становлять матеріали про виховну роботу з молоддю, боротьбу з проявами альтернативної молодіжної моди, викриття молодіжної організації «хіпі» [10–12; 15; 37].

У Центральному державному архіві-музеї літератури та мистецтва України було використано для дослідження Ф. 668 «Маківчук Федір Юрійович. 1912–1988». Ф. Маківчук понад тридцять років був головним редактором сатирично-гумористичного журналу «Перець», який детально проаналізовано в третьому розділі дисертаційної роботи в контексті формування уявлень про моду в радянському суспільстві. Фонд містить листи до Ф. Маківчука від читачів із відгуками на гуморески й фейлетони, опубліковані в журналі «Перець», листування з КПУ, різними періодичними виданнями, діячами мистецтва, довідки про роботу журналу «Перець» до відділу пропаганди й агітації КПУ, зведення про кількість одержаних листів редакцією журналу та аналіз редакційної пошти журналу тощо [83–88; 91–93].

У Галузевому державному архіві Служби безпеки України робота проводилась у Ф. 16 «Секретаріат ГПУ-КГБ УРСР». Він містить доповідні записки, статистичні дані, спецповідомлення в ЦК Компартії України до

органів влади та управління УРСР щодо оперативно-слідчої роботи органів та підрозділів КГБ при РМ УРСР, КГБ УРСР. Наприклад, це відомості про переслідування «хіпі», боротьбу зі спекуляцією, фарцуванням, інформації щодо закордонним посилок до УРСР та про перебування іноземців на території УРСР [5–9].

У Російському державному архіві економіки містяться такі цінні фонди для дослідження теми, як Ф. 523 «Общесоюзный Дом моделей одежды Главного управления швейной промышленности Министерства легкой промышленности СССР», Ф. 198 «Государственный комитет по легкой промышленности при Госплане СССР», Ф. 9480 «Государственный научно-технический комитет Совета Министров СССР».

Матеріали фондів містять нормативно-правову, розпорядчу та звітну документацію, до якої віднесено документальні матеріали центральних і місцевих органів держави і партії, листування з відомствами та міністерствами, постанови уряду, пов'язані з розв'язанням питань про закордонні відрядження та звіти, які писали модельєри та спеціалісти легкої промисловості. Звіти поділяються на ті, які писали щорічно щодо розвитку радянської легкої промисловості, та на документацію, що розробляли художники-модельєри та спеціалісти легкої промисловості після повернення з закордонного відрядження на батьківщину [283–295; 302–306].

Російський державний архів новітньої історії важливий насамперед наявністю великої кількості матеріалів роботи ЦК КПРС, але, на жаль, більшість із них засекречено. До роботи був залучений Ф. 5 «Аппарат ЦК КПСС» (1949–1991 гг.), який розсекречено лише частково. Безпосередньо вивчено опис 43, а саме такі відділи: «Промышленности товаров широкого потребления и продовольственных товаров ЦК КПСС (1954–1958 гг.)», «Легкой и пищевой промышленности (1958–1962 гг.)», «Легкой, пищевой промышленности и торговли (1962–1965 гг.)», «Легкой и пищевой промышленности (1965–1966 гг.)», «Торговли и бытового обслуживания

(1965–1966 гг.)». Це листи до М. Хрущова, пов'язані з розвитком легкої промисловості, постанови, довідки та вжиті заходи з покращення швацького виробництва, побутового обслуговування, листування та звіти про стан легкої промисловості та побутового обслуговування в СРСР та УРСР [270–272; 275; 279].

Підсумовуючи, зазначимо, що спектр використаних архівних матеріалів та фондів є досить широким. Вони містять діловодні документи міністерств і відомств, будинків моделей, швацьких та взуттєвих фабрик, ательє, універмагів та інших установ, які брали безпосередню участь у розробленні та виробництві модної продукції. Україну можна розглядати як один із провідних центрів розвитку радянської модної індустрії, тому доцільно вивчати насамперед фонди будинків моделей, які були головними трансляторами радянської моди. Однак після розпаду СРСР матеріали будинків моделей не були передані в повному обсязі до архівних установ, і наразі немає відомостей щодо їх місцезнаходження. Було виявлено матеріали тільки двох українських будинків моделей – Київського та Львівського, але їх стан можна вважати незадовільним, хронологічні рамки обмежені, що не дозволяє дослідити всі аспекти, пов'язані з діяльністю будинків моделей. Також у РДАЕ зберігається фонд московського Загальносоюзного будинку моделей одягу. Це був центральний будинок моделей, який виступав у ролі методичного центру, тому його вивчення важливе. Загалом такий широкий спектр використаних матеріалів пояснюється тим, що тема є недостатньо досліджена та інформація розпорошена.

До опублікованої *нормативно-правової та розпорядчої документації* віднесено документальні матеріали центральних і місцевих органів держави й партії, постанови уряду, з'їздів та пленумів, пов'язані з розв'язанням питань розвитку соціалістичного суспільства та економіки країни [460; 461; 475; 554]. Використання джерел цього виду дозволило простежити дії керівництва країни щодо економічного реформування 1956–1985 років, зокрема легкої

промисловості та служби побуту, поліпшення матеріального добробуту населення.

Вивчаючи постанови, які стосувались розвитку легкої промисловості, можна дійти висновку, що з другої половини ХХ століття легка промисловість почала відігравати важливу роль. Постійно ухвалювали постанови щодо покращення якості одягу та взуття, випуску більшої кількості тканин, активно розбудовували швацькі підприємства, взуттєві фабрики, відкривались швацькі та профільні будинки моделей, ательє мод, будинок асортименту, науково-дослідні інституції, які відповідали за розвиток модної індустрії в УРСР. Ці опубліковані матеріали суголосні архівним даним і вказують на актуалізацію розвитку легкої промисловості та моди в СРСР та УРСР зокрема. Але, не дивлячись на поступовий розвиток легкої промисловості, вона все ж таки мала другорядне значення порівняно з важкою промисловістю та фінансувалася за залишковим принципом.

Одним із найбільш вагомих джерел з вивчення теми стала журнальна *періодика*. За радянського часу періодичні видання були одним із основних каналів зв'язку між Комуністичною партією та суспільством. Вони були чи не найвпливовішим транслятором і пропагандистом державної політики в різних сферах державного життя, зокрема моди. Періодика була тим джерелом інформації, яке формувало певний спосіб життя, прищеплювало ідеологічні погляди, ідеї та образи населенню.

У дослідженні було використано багатотиражні періодичні видання УРСР, орієнтовані на широкі маси населення. Оскільки завданням було показати державну політику в галузі моди з різних аспектів, тому до детального аналізу були залучені часописи різного спрямування, а саме суспільно-політичний «Радянська жінка», сатирико-гумористичний «Перець» та журнал мод «Краса і мода». Була досліджена генеральна сукупність випусків за 1956–1985 роки.

Часопис «Радянська жінка» є громадсько-політичним та літературно-художнім виданням, яке публікувало видавництво «Радянська Україна» в Києві з 1946 року (див. додаток D.26). Серед українських журналів для жінок він був найбільш популярним і тиражованим. У кінці 1970-х років його наклад сягав двох мільйонів примірників.

За своєю структурою це було типове загальносоюзне видання цього напрямку (порівн., наприклад, журнал «Работница»). Тобто видання містило різноманітні матеріали – від з'їдів партії, постанов ЦК КПРС до кулінарних рецептів, новин у світі кіно, спорту й моди. Відмінність тільки в тому, що інформацію подавали українською мовою та вона стосувалася безпосередньо Радянської України. Отже, висвітлення моди в УРСР є доречним саме на прикладі часопису «Радянська жінка».

До аналізу було взято 351 випуски журналу з 1956 по 1985 роки та відцифровано всі матеріали, пов'язані з модою (близько 2 000). Умовно їх можна розділити на сторінки моди, інформацію з розвитку легкої промисловості, поради експертів та листи читачів (тільки ті, що стосувалися одягу та зовнішнього вигляду). Детальний аналіз зазначених матеріалів допоміг глибше зануритись у досліджуваний період, виявити тенденції розвитку легкої промисловості та моди в УРСР. У порадах та листуванні з читачами щодо моди та зовнішності простежується значення моди в радянському дискурсі означеного періоду.

Журнал «Перець» був одним із основних трансляторів офіційної сатири в УРСР (див. додаток D. 25). Крім того, він вважався чи не найпопулярнішим часописом в Радянській Україні та був одним із найбільш тиражованих журналів у СРСР. За наповненням «Перець» був схожий на загальносоюзне видання «Крокодил», тобто містив карикатури, фейлетони, памфлети, короткі оповіді, листи до редакції, що стосувались різних сфер радянської дійсності.

Для дослідження було взято візуальні й текстові матеріали з 702 випусків за 1956–1985 роки, що стосувались моди та зовнішнього вигляду радянської людини. У ході ґрунтовного опрацювання та аналізу на основі зібраних матеріалів було виявлено низку соціальних проблем, на яких акцентувалась увага. Для більш достовірних та повних даних результати, одержані в ході аналізу контенту журналу, зіставлено з архівними матеріалами ЦДАГО, ЦДАВО, ДАЛО, ЦДКФФА та РДАНІ.

Важливим для дослідження є журнал мод «Краса і мода», який видавався в Києві з 1970 року (див. додаток D. 27). Він містив не тільки ілюстрації моделей одягу та огляд останніх тенденцій моди, але й велику кількість статей щодо «правильної» зовнішності радянської людини, догляду за собою, канонів радянської моди, розвитку легкої промисловості тощо. Редакція журналу активно листувалася з читачами, давала поради стосовно різних сфер життя, зокрема й щодо зовнішності. На шпальтах журналу, як і в більшості радянських видань, була поширена теза про те, що «в людині все має бути прекрасне», і одяг не був винятком [377].

Також до вивчення було залучено спеціалізовані журнали мод, які видавали різні столичні інституції (Київський будинок моделей одягу, Центр розвитку моди, асортименту, культури і якості одягу та взуття, Київська фабрика індопошиву одягу № 1 тощо) [480; 489–491]. Вони містили замальовки одягу та пояснення до нього із зазначенням автора моделі виробу (див. додаток D. 28). До деяких видань додавались викрійки з поясненням, як ними користуватись. На останній сторінці таких видань завжди було зазначено, художники-модельєри якої установи розробили моделі, а також вказано, що всі ці моделі рекомендовані художньою радою до друку. Це свідчить про те, що випадкових моделей одягу в журналах не публікували, всі вони проходили попередню цензуру.

Окремо розглянуто журнали мод методичного спрямування, а саме методичні рекомендації щодо моди Київського будинку моделей одягу,

Міністерства легкої промисловості УРСР, Українського інституту асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу тощо [484; 485]. Вони містили замальовки та детальні рекомендації з приводу загальних тенденцій моди, кольорової гами, силуетів, довжини, провідних стилів, тканин тощо (див. додаток D. 29). Однак слід зазначити, що рекомендації належали не самим українським інституціям, а просто дублювалися з московських видань. На першій сторінці зазначалося: «Методичні вказівки складені на основі рекомендацій Естетичної комісії з питань моди і культури одягу при Науково-технічній раді Міністерства легкої промисловості СРСР, ВІАлегпрому, ОДМО» [485, с. 1].

Для розуміння загальносоюзного контексту було проаналізовано журнали мод інших республік: «Siluett» (Естонська РСР, Талліннський будинок моделей), «Rigas Modes» (Латвійська РСР, Ризький будинок моделей), «Vanga» (Литовська РСР, Вільнюський будинок моделей), «Журнал мод», «Модели сезона», «Модели ГУМа», «Мода стран социализма» (Російська РФСР) (див. додатки D. 30–33). Також розглянуто журнали мод країн соціалістичного табору, таких як «Божур», «Лада», «Zena+Moda», «Pramo», «Saison», «Swiat Mody», «Modern» тощо (див. додатки D. 34–38). Модні тенденції та моделі одягу в названих журналах загалом були суголосні. За матеріалами усної історії, фаворитами серед указаних часописів мод на території Радянської України були німецький «Burda» та російський «Журнал мод».

У дослідженні також використано спеціальні альбоми, присвячені в'язанню спицями та гачком, наприклад «В'язання», «Цікавий клубок», «В'язані вироби» тощо, здебільшого за редакцією Г. Ільїної, І. Мартиненко, Г. Матвєєвої та М. Максимової. Велика кількість альбомів свідчить про те, що рукоділля також було добре розвиненим та поширеним, особливо в'язання.

Великий обсяг інформації, необхідний для виявлення загальнорадянського контексту, містять також інші видання. Вони показують різні аспекти ставлення до моди. Наприклад, у журналі «Декоративное искусство СССР» протягом декількох років у рубриці «Дискусии о моде и стиле» фахівці різних сфер діяльності активно дискутували про місце моди в радянському суспільстві, що стало стимулом для оформлення концепції «радянської моди». Участь у дискусії брали не тільки культурологи та мистецтвознавці, але й економісти, архітектори, філософи та представники інших галузей знань.

Отже, до дослідження було залучено великий спектр періодичних видань різного спрямування – журнали мод, декоративно-прикладного мистецтва, суспільно-політичні та сатирико-гумористичні часописи. Акцент було зроблено на дослідженні українських періодичних видань, оскільки важливе вивчення теми моди саме на території Радянської України. Це дало змогу дослідити радянську моду в різних зрізах та площинах, проаналізувати як візуальні, так і текстові матеріали, які стосувалися моди, легкої промисловості та зовнішнього вигляду радянської людини.

Праці пропагандистського спрямування містять матеріали, насамперед це спеціалізовані брошури та книги, присвячені питанням естетики, вихованню смаку в радянському суспільстві, особистій гігієні та мистецтву гарно вдягатися. Ці роботи використовуються як джерело, яке дозволяє простежити вплив ідеологічних настанов партії на розвиток та розуміння моди в радянському суспільстві. Виховання смаку в СРСР було «однією з важливих форм боротьби за становлення радянської соціалістичної культури, за культурне зростання всіх радянських людей» [433]. Смак формував загальне символічне поле, був механізмом конструювання групи, межі якої розширені до кордонів нації, оскільки речі повинні були відповідати соціалістичній культурі, а одяг загалом та зовнішній вигляд зокрема, мав

вписуватися в уявлення про радянську людину, громадянина радянської держави.

Праці Н. Аршавської, А. Голибіної, Ф. Барзам, Н. Савельєвої, О. Іванової, Н. Новосад, Ж. Безвершук дають великий фактичний матеріал, визначають, яку роль у формуванні стилю життя радянської людини відіграє культура її потреб і бажань, розвинений естетичний смак [384–386; 408; 409; 448; 451; 578]. У виданнях подібного спрямування зазначалось про важливість моди та вміння гарно й зі смаком одягатися. Наприклад, у роботі А. Голибіної був розділ «Народження радянської моди», де зазначалось: «Поступово в нашій країні моди стають всенародним надбанням. Великі тиражі журналів мод розходяться по всьому Радянському Союзу; моди пропагуються за допомогою кіно, виставок, друку; на ці теми видаються каталоги, брошури, альбоми. За модою стежить переважна більшість жінок і чоловіків» [409, с. 19].

Під час розроблення теми також було використано низку праць, присвячених боротьбі проти «буржуазної», капіталістичної ідеології в Радянському Союзі. Зокрема, можемо відзначити праці К. Багдасарова, В. Лукеренка, Б. Прозорова тощо [470; 555]. У своїх роботах дослідники прагнули показати негативний вплив західної ідеології та моди на свідомість радянських людей, особливо молоді. Оскільки вони писали в радянський період, то не є дивним тенденційний виклад матеріалів, оскільки все західне сприймалось негативно, зокрема й мода. Тому в працях було наголошено, що «проти Радянського Союзу вчинені ідеологічні диверсії, з ними треба боротися і не звертати увагу на західну «вітринну пропаганду» та модні тенденції» [555].

Під час вивчення матеріалів пропагандистського спрямування слід насамперед відзначити їхню тенденційність, яка була притаманна тому часу. З одного боку, різко критикували західну моду та все, що з нею пов'язане. З другого – активно пропагували радянську моду та виховання «ідеологічно

правильного» смаку. Отже, простежувалися подвійні стандарти в галузі моди (що наше, то добре, а чуже – погане) та відсутність однозначного ставлення до моди.

Окрему групу джерел особового походження становлять *мемуари*. Попри суб'єктивізм трактувань і оцінок, вони дозволяють краще дізнатися про досліджуваний період історії. Свідчення мемуаристів відображають рефлексію авторів над своїми розповідями і спогади про повсякденне життя тієї доби. Спогади писали політики, письменники, діячі культури й мистецтва (Р. Горбачова, С. Довлатов, Ю. Дружников, А. Ігманд, В. Зайцев) [411; 421; 424; 439; 744]. Вивчення таких джерел дає глибше розуміння контексту досліджуваного періоду та аспектів повсякдення, що пов'язані з модою.

Під час роботи над дослідженням авторка зібрала та проаналізувала *усні спогади*. Це звукозаписи та відеозаписи інтерв'ю, в яких респонденти діляться спогадами про моду та радянське повсякдення у другій половині ХХ століття. Аналіз цього джерела дозволяє «з перших вуст» дізнатися інформацію щодо повсякденного життя радянського населення в означений період та вплив ідеології та державної політики на моду.

Крім цього, було окремо взято інтерв'ю у колишніх працівників українських будинків моделей, а саме директорки Н. Никифорок (Львівський будинок моделей одягу), художниці-модельєра Л. Авдєєвої (Київський будинок моделей одягу), художнього керівника В. Несміяна (Київський будинок моделей побуту), художниці по тканинах М. Токар та конструкторки одягу К. Матейко (ЛБМО), манекенниці О. Ясинської (Київський будинок моделей трикотажного одягу «Хрещатик»), технічної директорки («Хрещатик») та начальниці Республіканської лабораторії нормування сировини та матеріалів (КБМО) Г. Уваркіної [324; 351; 354; 355; 368; 370; 375]. Також додатково було залучено до аналізу два інтерв'ю з директоркою ЛБМО Н. Никифорок з Медіаархіву Центру міської історії Центрально-Східної Європи у Львові. Одне стосується особистого життя респондентки, а

друге – життєвого шляху її чоловіка Т. Никифорука, який був провідним фотографом у ЛБМО. Колекція інтерв'ю з працівниками українських будинків моделей стала унікальним джерелом, яке дозволило проаналізувати недостатньо вивчені складові діяльності будинків моделей.

Підсумовуючи, зазначимо що було зібрано значну кількість усних спогадів (понад 50 інтерв'ю), які є унікальними і дають змогу розкрити моду в різних її проявах: як на інституційному рівні, так і соціально-побутовому. Інтерв'ю, взяті в Радянській Росії (переважно в Москві), дають змогу зробити порівняльний аналіз та простежити ставлення до моди в республіках, де модна індустрія була розвинена найбільше.

Візуальними джерелами, використаними в роботі, є колекції фотографій та відеоматеріалів з Центрального державного кінофотофоноархіву України імені Г. С. Пшеничного (ЦДККФА), Міського медіаархіву Центру міської історії Центрально-Східної Європи, особистих архівів працівників будинків моделей (В. Несміян, Г. Уваркіна, Л. Авдєєва, О. Ясинська) та сімейних архівів жителів Радянської України (Д. Журавльов, П. Муржа, П. Болденков, М. Марченко).

Важливою для дослідження є колекція кінофотодокументів (понад 100), оцифрована в ЦДККФА України імені Г. С. Пшеничного. Більшість відеоматеріалів взято з кіножурналу «Радянська Україна». Це був найпопулярніший кіножурнал, у якому переважно демонстрували останні досягнення Радянської України, і мода не була винятком. Він містив дайджест новин, серед яких матеріали з радянської моди та розвитку легкої промисловості УРСР. Це інформація про роботу будинків моделей, ательє, організацію модних показів та виставок, висвітлення виробничих процесів на швацьких та взуттєвих фабриках [117; 121; 125; 128; 161]. Фотоматеріали містять ілюстрації з показів мод в українських будинках моделей, зображення модельєрів за роботою, проведення художніх рад, обговорення моделей одягу, а також висвітлення виробничих процесів на швацьких та

взуттєвих підприємствах, показ жінок-передовиць за роботою тощо (див. додатки Е. 7–36).

З Міського медіаархіву Центру міської історії Центрально-Східної Європи до дослідження було залучено колекцію фотографій Григорія Порицького [310]. У радянський час він належав до субкультурного напрямку «хіпі», і фотографії колекції ілюструють одяг та побут «хіпі» в радянському Львові (див. додаток Е. 37). Варто зазначити, що в Медіаархіві також зберігається колекція фотографій львівського фотографа Т. Никифорука. В радянський час він був провідним фотографом у Львівському будинку моделей одягу, тому багато матеріалів колекції стосуються роботи цього закладу. Це дозволяє простежити модні тенденції в радянському Львові та проаналізувати зображення побуту всередині будинку моделей.

В особистих архівах працівників міститься низка фотоматеріалів, зокрема готових виробів, ескізів робіт модельєрів, фотокартки особистого життя, зображення з показів, виставок, журналів мод тощо (див. додатки Е. 5–6). Фотографії з сімейних архівів показують образ радянських громадян у повсякденному житті. Знімки робили як професійні фотографи, так і аматори. На фотографіях зображено розважальні виїзди на природу, туристичні поїздки, події з особистого життя, наприклад, весілля тощо (див. додатки Е. 1–4). Вони цінні, оскільки доповнюють комплекс джерел, присвячений вивченню одягу, зачісок та інших об'єктів матеріальної культури, а також показують наскільки «модні» зразки одягу реалізовувались у повсякденні. Під час аналізу знімків з одного сімейного альбому в їхній хронологічній послідовності можна простежити, як костюм змінює зовнішній вигляд радянських громадян у досліджуваний період. До цієї групи також можна віднести альбоми дослідника А. Васильєва, які містять візуальний матеріал у вигляді фотографій його власної колекції одягу і зібраних ним особисто фотографій із сімейних альбомів [645; 646].

Підсумовуючи, слід наголосити на тому, що всі зазначені матеріали унікальні та вперше вводяться до наукового обігу. Їхній спектр досить широкий, що дає підстави дослідити моду на інституційному та повсякденному рівнях, а також простежити трансформацію образу радянської людини та модних тенденцій загалом.

Речовими джерелами для написання дисертаційного дослідження стала колекція одягу українських модельєрів (Л. Авдєєвої, Г. Мепена, В. Несміяна), що зберігається в Музеї історії моди України 1940–1980-х років, засновницею та директоркою якого є заслужений працівник культури України Г. Уваркіна. У колекції представлені вироби провідних українських модельєрів (сукні, костюми, верхній одяг, аксесуари), що дало можливість виявити та простежити еволюцію основних тенденцій та особливості української моди *haute couture*. Авторка цього дослідження бере безпосередню участь у роботі Музею: збиранні колекції матеріалів, інтерв'юванні працівників українських будинків моделей, організації виставок.

Аналіз цього джерела дозволяє поглянути на речі під різними кутами зору: прослідкувати трансформацію моди в УРСР, виявити особливості української моди, аналізуючи тканини зробити висновки з розвитку легкої промисловості Радянської України. Організація та проведення виставок мають просвітницький характер та наочно показують розвиток моди в УРСР у другій половині ХХ століття (див. додаток Е. 39).

Отже, можемо стверджувати, що джерельна база дослідження є репрезентативною та відображає всі групи джерел (письмові, усні, візуальні та речові). Переважну більшість використаних матеріалів вперше введено до наукового обігу.

1.3. Методологія і методи дослідження

Дослідження здійснюється в межах історії повсякдення, в контексті якої особливої актуальності набувають типові практики радянського населення. Вони були пов'язані з «діставанням» речей та прагненням модно та гарно одягатися. Разом з ними аналізувалися аспекти, пов'язані з технологією виготовлення одягу художниками-модельєрами, взаємодією з державними установами та підприємствами легкої промисловості, підготовкою перспективних (виставкових) та промислових колекцій одягу, закордонними відрядженнями в галузі моди та звітами у яких були викладені враження від поїздок. Водночас, досліджуючи періодику, а особливо листи читачів, було окреслено коло пов'язані з модою та одягом проблем, які найбільше турбували населення. Отже, в рамках історії повсякдення до дослідження залучається аналіз повсякденних практик, проблеми соціалізації та соціальні проблеми, на які можна вийти, вивчаючи моду та одяг, системи взаємозв'язків між людьми та державними установами.

Проблематика дослідження також розглядалася в контексті «матеріального повороту», тобто повороту до речей, коли речі виступають як джерело для репрезентації власного «я» та є невід'ємною ознакою індивідуалізації особистості [686–688]. Наприклад, в радянський час однією з таких складових виступали джинси західних фірм «Levi's», «Lee» тощо. Люди прагнули виділитися з натовпу за допомогою речей, які відрізнялися від речей радянського масового фабричного виробництва, та показати свою індивідуальність. Особливо це стосувалось молоді, на що вказує формування таких субкультурних напрямів як «стиляги» та «хіпі».

В основу методології роботи покладено принципи історизму, системності, міждисциплінарності, а також соціокультурний, історико-антропологічний та соціологічний («культурна біографія» речей) підходи.

Крім того, для розгляду означеної проблематики застосовувалися концепція «дифузії інновацій» Е. Роджерса та теорія «м'якої сили» Дж. Ная.

Принцип історизму розкриває еволюцію моди, враховуючи вплив на неї різних чинників, зокрема економічного (рівень розвитку легкої та хімічної промисловості), соціального (ставлення простих громадян до модних тенденцій, формування образу радянської людини), політичного (ідеологічне підґрунтя моди). Це дозволило простежити специфіку змін, що відбувалися впродовж досліджуваного періоду та вплив на зміни певних історичних подій.

Використання принципу системності дозволило структурувати велику кількість розрізнених фактів та протилежних суджень щодо вибраної проблеми. Це допомогло виявити функційний зв'язок між явищами, що, на перший погляд, можуть виглядати не пов'язаними один із одним. Наприклад, тривалий час заперечувався будь-який вплив західної «капіталістичної» моди на радянську загалом і на моду в УРСР зокрема, але за допомогою системного аналізу великого масиву даних було виявлено певні запозичення, які трансформували художники-модельєри й конструктори та, в поєднанні з іншими елементами, створювали унікальні образи, що були притаманні радянській людині.

Соціокультурний підхід полягає, насамперед, у соціальному та культурному аналізі. Соціальний аналіз полягає в дослідженні структур, процесів й інститутів суспільства у їх взаємозв'язку. Соціокультурна взаємодія включає три невіддільних один від одного аспекти: особу, суспільство і культуру. В контексті підходу перетинаються макро (культура, суспільство) та мікро (людина) рівні. Культура розглядається як невід'ємний аспект поведінки людини в певній групі, суспільстві. Водночас вона постає як знакова система, крізь призму якої людина сприймає дійсність [711, с. 9–10]. Отже, вищезазначений підхід дає змогу поставити проблему співвідношення культури та соціального устрою.

Соціокультурний підхід також дозволяє здійснювати рефлексію щодо механізмів продукування, підтримання і зміни людьми елементів і структур своєї діяльності, культури, пояснити механізми перетворення індивідуального досвіду на соціально значущий тощо [466, с. 90]. Власне, радянське суспільство загалом та кожен громадянин зокрема, його прагнення «до прекрасного», самовираження й переосмислення наявних культурних практик відіграли одну з ключових ролей у легітимізації моди в СРСР та УРСР. Тому необхідно виходити за межі методології однієї дисципліни та застосовувати принцип міждисциплінарності (полідисциплінарності) в дослідженні.

Принцип міждисциплінарності дозволив, з одного боку, більш глибоко проаналізувати проблеми, що спочатку розглядалися в межах інших дисциплін, та розв'язувати їх на основі методик, вироблених цими дисциплінами. Для розв'язання поставлених у роботі завдань були використані результати досліджень, здійснених у рамках таких дисциплін, як психологія, соціологія, антропологія, філософія, культурологія, етнологія тощо.

Під час дослідження теми також було застосовано історико-антропологічний підхід, характерними особливостями якого є міждисциплінарність, активний діалог історії з антропологією, етнологією та соціологією, пильна увага до міжособистісної та міжгрупової взаємодії, погляд на досліджувані події з позиції їхніх учасників, вивчення всіх видів соціальних практик, рутини, повсякденності різних рівнів й у найрізноманітніших проявах (від поведінкової до політичної культур). Використання історико-антропологічного підходу передбачає увагу до поведінки, поглядів, самосприйняття суб'єктів дослідження, намагання поглянути на досліджувані події та явища з їхньої позиції, а тому відмову від контрастного оціночного погляду й використання описового й інтерпретативного методів із цією метою.

Концепція «культурної біографії» речей була вперше сформульована в роботах соціологів А. Аппадурі та І. Копитоффа [755; 769]. Теоретичне ядро їхньої концепції полягає в тому, що речі являють собою не тільки товар або економічну реальність, але також і реальність, що належить порядку культури. Речі, як і люди, проживають життя в соціумі, тому соціальне життя речей може бути досліджене як біографія людини — сукупність життєвого досвіду, викладена в хронологічному порядку. Тому до життя речей можуть бути поставлені такі питання: звідки з'явилася річ і хто її виробив, якою було її життя і яке життя люди вважають ідеальною для цієї речі, яка звичайна тривалість життя речі, які культурні маркери є для речі, як змінюється цінність речей з роками і що відбувається з річчю, коли вона вичерпує свою корисність. В радянський час речам надавалась особлива увага — вони береглись, перешивались, передавались з покоління в покоління. Речі також виступали соціальним маркером та засобом самовираження особистості, як зброя в прагненні «не бути як всі». Отже, концепція «культурної біографії» представляє теоретичну рамку, що дозволяє аналізувати тривалість життя речей у повсякденні на мікрорівні, на рівні повсякденних практик, в які включені речі й у яких відображена буденна взаємодія людини й речі в суспільстві [661].

Концепція «дифузії інновацій» Е. Роджерса була використана для дослідження закордонних відряджень радянських модельєрів та спеціалістів легкої промисловості до передових капіталістичних країн у галузі модної індустрії. Згідно з цією концепцією, дифузія — процес, за допомогою якого інновація передається комунікаційними каналами між членами соціальної системи в часі [765]. Нововведеннями можуть бути ідеї, предмети, технології, які є новими для суспільства. У цьому напрямі ми розглядаємо модні тенденції та технології пошиття одягу, привнесені з Заходу в СРСР.

Е. Роджерс у своїй роботі «Дифузія інновацій» також досліджував «рівні прийняття» різних інновацій (див. додаток С. 1). Він дав назву

кожному з 5 сегментів (новатори, ранні послідовники, рання більшість, пізня більшість, відсталі). Виходячи з цього поділу, на основі аналізу закордонних відряджень радянських модельєрів та звітів, які вони писали після повернення на батьківщину, ми можемо віднести радянську моду за характером запозичення інновацій з Заходу до четвертого рівня «пізньої більшості». До цього рівня належить скептичне, традиційне, передбачливе суспільство, яке приймає інновації під тиском більшості.

Теорію «м'якої сили» (soft power) було сформульовано американським політологом Дж. Наєм у роботах «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power» та «Soft Power: The Means to Success in World Politics» [759; 760]. В основі концепції «м'якої сили» здатність держави домагатися бажаних результатів за рахунок привабливості власної культури та суспільно-політичних цінностей, на відміну від «жорсткої сили», яка передбачає примус. «М'яка сила» – це не тільки вплив, а й «привабливість» (приваблива сила) [759, р. 9]. Її ресурсами у світовій політиці виступає все те, що «надихає і приваблює» до джерела відповідного впливу, дозволяючи тому, хто його контролює, домагатися бажаного результату. Тому культура країни – це «м'яка сила», яка відіграє ключову роль у міжнародних відносинах, впливаючи безпосередньо чи опосередковано на світову політику та ділові зв'язки.

У дослідженні розглянуто «м'яку силу», а саме культуру, модну індустрію (одяг) капіталістичних країн, за допомогою яких вони впливали на радянську молодь протягом 1950–1980-х років. На противагу їм, радянська держава також прагнула впливати через культуру та, зокрема, моду на суспільство. На це вказують спроби створення «радянської» та загалом «соціалістичної» моди, яка мала на меті показати переваги й особливості соціалістичного суспільства, та виступати в якості культурного актора на міжнародній арені. Радянські колекції одягу «haute couture» для міжнародних виставок та показів виготовлялися найкращими спеціалістами будинків

моделей одягу та мали значний успіх за кордоном, про що свідчать публікації в міжнародних виданнях та враження відвідувачів, написаних в книгах відгуків.

Загалом мода як культурний феномен якомога краще підходить для маніпулювання суспільною свідомістю та її спрямування в бажане й доцільне для політики русло за умови апелювання до її привабливих складових. На початку 1960-х років на шпальтах періодичних видань, зокрема в журналі декоративно-прикладного мистецтва «Декоративное искусство СССР», розпочалися жваві дискусії про місце моди в радянському суспільстві, участь у яких взяли спеціалісти різних галузей знань. Внаслідок цієї дискусії моду визнали однією зі складових ідеологічного виховання «радянської людини». Концепція своєї «радянської» моди почала транслюватися всіма можливими способами, насамперед за допомогою періодичних видань. У межах теорії «м'якої сили» логічним виглядає наявність цензури в модних журналах, обмеження доступу до журналів мод капіталістичних країн, а також створення спеціальних відділів пропаганди й культури одягу.

Для розв'язання поставлених у дослідженні проблем було застосовано як загальнонаукові, так і спеціально-історичні методи. Серед загальнонаукових варто виділити аналіз та синтез. Для розв'язання низки проблемних завдань, що були поставлені в дослідженні, застосовані історико-генетичний, історико-порівняльний, історико-типологічний, а також кількісний, семіотичний методи та метод усної історії.

Історико-генетичний метод дозволив розглянути властивості, функції та зміни досліджуваної реальності в процесі її історичного розвитку. Цей метод особливо актуальний для аналізу радянського періоду через те, що за його допомогою можна простежити взаємозв'язок між економічною, соціальною, культурною та політичною складовими процесу. Внаслідок застосування цього методу вийшло належно показати трансформацію моди, вплив на неї змін у соціально-психологічній, політичній ситуації всередині країни та за її

рамками. За допомогою цього методу було показано взаємозв'язок між модою та концепцією Радянської держави, а також подальший вплив ідеології на моду та моди на ідеологію, що простежувалося в періодиці й в інших сферах. Також завдяки цьому методу вийшло простежити перехід модних тенденцій до більш прозахідних протягом 1980-х років.

Історико-порівняльний метод дав змогу порівняти канали й механізми трансляції зразків радянської та західної моди, їхнє сприйняття в повсякденному житті пересічними громадянами, що сприяло кращій інтерпретації даних та узагальненню матеріалів.

Історико-типологічний метод дозволив виявити різні напрями в моді, в яких наявні як спільні, так і відмінні риси. Державна політика була орієнтована унормувати загальні модні тенденції та звести їх до єдиного знаменника для створення «радянської» та загалом «соціалістичної» моди, але завжди існували тенденції, непадконтрольні офіційному дискурсу.

Кількісний метод було реалізовано на основі контент-аналізу сатирико-гумористичного журналу «Перець». До аналізу було залучено 702 випуски часопису за період з лютого 1956 до квітня 1985 років. Журнал є гетерогенним джерелом за типом представленої інформації, тобто в ньому наявні як візуальні, так і текстові матеріали. Як наслідок, основним елементом для формалізації джерела був узятий кожен окремий матеріал журналу, пов'язаний із темою моди, одягом, зовнішнім виглядом радянської людини. Матеріали було поділено на такі типи: карикатури, вірші, сатиричні памфлети, замітки, оголошення та листи-скарги.

Для обробки й систематизації інформації в досліджуваних візуальних і текстових матеріалах було створено реляційну базу даних у рамках СУБД MS Access. Для того, щоб проаналізувати матеріали журналу різних типів, але за допомогою однорідних інструментів, було зроблено опис матеріалів журналу за допомогою ключових слів.

В основі інфологічної моделі бази даних є метадані, які містять такі атрибутивні ознаки: унікальний номер матеріалу, тип матеріалу, номер випуску, сторінка, автор, категорія, тираж. З ними пов'язані характеристичні сутності (тип зв'язку один-до-багатьох): проблематика (які соціальні проблеми порушувалися), образ (кого висміювали), асоціативний образ (з ким порівнювали), текст (аналіз текстового матеріалу). Зокрема, таблиця «текст» вміщує такі інформаційні поля: рубрика журналу, проблематика, об'єкт критики, локалізація, конкретизація особистості, жаргон. Відповідно до цієї інфологічної моделі була побудована БД, де кожній сутності та її атрибутам була відведена окрема таблиця (див. додаток С. 2). Опрацювання джерела здійснювалося за допомогою методу контент-аналізу. Для роботи з текстом була залучена програма MAXQDA, за допомогою якої вийшло встановити частоту згадуваних термінів і виявити їхні взаємозв'язки.

Семіотичний метод ґрунтується на твердженні, що будь-який культурний об'єкт чи процес можна розглядати як певний знак, знакову систему, завдяки яким здійснюється комунікація, передавання досвіду від покоління до покоління [747; 770]. Семіотичний аналіз передбачає з'ясування культурних сенсів, механізмів їхнього виникнення та функціонування. Семіотичний метод ґрунтується на інформаційно-семіотичному розумінні культури, за якого, якщо висловлюватися метафізично, культура є не тільки світом артефактів як таких, а світом символів, знаків та комунікаційних процесів, у яких артефакти постають як символи, що потребують інтерпретації та розуміння.

На підставі цього методу був проведений семіотичний аналіз графічних зображень сатирико-гумористичного журналу «Перець», пов'язаних із модою. Семантичні категорії, які висміювали на шпальтах журналу, було розділено на західну (81 %) та радянську (19 %) моду. До першої належить образ «модника» і проблеми, пов'язані з тим, як позиціонувалася частина радянської молоді, спрямована на Захід, вираженням чого була гонитва за

«брендами», модними речами західного виробництва. Друга підкатегорія містить одяг та взуття радянського виробництва та їхнє сприйняття радянськими громадянами. Під час вивчення матеріалів щодо західної моди було визначено 10 соціальних проблем, які були в радянському суспільстві, 14 образів і 12 асоціативних образів. За матеріалами, що стосувалися радянської моди, виявлено 6 соціальних проблем (див. додаток В. 1).

В результаті застосування методу усної історії було здійснено фіксування усних спогадів жителів УРСР та РРФСР, які в період другої половини ХХ століття проживали як у містах, так і в селищах. Вони давали відповідь на 20 питань, що стосувались радянської моди та повсякденності (див. додаток В. 2).

В інтерв'юванні брали участь як чоловіки, так і жінки різних сфер діяльності та вікової категорії. Це дозволило поглянути на моду як з чоловічої, так і з жіночої точки зору, а також простежити повсякденність в різні відрізки часу. Ці інтерв'ю покладені в основу підрозділу «Форми трансляції зразків моди та її сприйняття в повсякденному житті» третього розділу дослідження.

Окрім цього, були взяті розгорнуті біографічні інтерв'ю у працівників українських будинків моделей різного професійного спрямування (художник-модельєр, художник по тканинах, конструктор одягу, манекенниця). Колекція матеріалів інтерв'ю дала змогу розкрити моду в різних її проявах, як на інституційному рівні, так і на рівні повсякденного життя.

Отже, можемо зробити висновок, що проблематика дисертаційного дослідження розглядається в межах історії повсякдення та «матеріального повороту» і визначає доцільність застосування соціокультурного, історико-антропологічного та соціологічного підходів, концепції «дифузії інновацій» Е. Роджерса та теорії «м'якої сили» Дж. Ная. Для вирішення проблемних

завдань дослідження застосовувалися спеціально-історичні методи: історико-генетичний, історико-порівняльний, історико-типологічний, а також кількісний, семіотичний методи та метод усної історії.

Висновки до розділу 1

За результатами аналізу історіографічної бази роботи виявлена необхідність вивчення моди як окремого явища, що впливало на радянське суспільство. В роботах сучасних істориків ця проблематика була висвітлена опосередковано, переважно в контексті повсякденних практик, без врахування впливу моди на розвиток та становлення не лише пересічного громадянина, а й на розвиток легкої та хімічної промисловості, але саме ці дослідження стали базисом для подальшого вивчення проблеми.

Тема моди є міждисциплінарною і досліджується представниками різних наук. Розглядаючи історіографічний масив, авторка використала проблемний поділ та виокремила два основні блоки: історіографія, що присвячена концепту моди, та безпосередньо дослідження з історії радянської моди, повсякденності та ідеології.

Джерела, використані в цьому дослідженні, у сукупності створюють достатньо повну, достовірну та репрезентативну базу матеріалів. Відображені групи джерел (усні, письмові, речові, візуальні) дозволяють проводити всебічне дослідження, досягти заявлених мети та завдань. Переважна кількість використаних джерел вперше вводиться до наукового обігу.

Серед письмових джерел відзначимо архівні дані, нормативно-правову та розпорядчу документацію, журнальну періодику, пропагандистські матеріали та джерела особового походження. Окремо слід зробити акцент на даних архівів та журнальній періодиці – саме вони стали фундаментом дисертаційного дослідження. Під час роботи над дослідженням авторка використала матеріали з дев'яти архівів України та Російської Федерації (7 центральних та 2 обласних). Зібрані матеріали дали можливість дослідити

еволюцію ідеології та інституціоналізації моди в УРСР, дозволили окреслити загальний контекст періоду, що аналізується в дисертаційній роботі.

Важливу роль при написанні роботи відіграли матеріали періодики. Вони дозволили простежити зміни в офіційній політиці стосовно моди та її сприйняття у суспільній свідомості. З періодичних видань до аналізу залучено передусім багатотиражні журнали УРСР. Серед них – суспільно-політичний журнал «Радянська жінка», сатирико-гумористичний «Перець», профільне видання «Краса і мода». Ми дослідили весь масив випусків цих видань, що вийшли друком упродовж визначеного періоду.

Важливий інформаційний масив був почерпнутий авторкою з численних інтерв'ю про моду та повсякдення означеного періоду мешканців колишніх радянських республік. Інтерв'юери були репрезентовані представниками різних вікових категорій та соціальних груп, що дозволяє вивчити радянську моду в різноманітних проявах.

Серед опитаних, зокрема, були працівники будинків моделей – від художників по тканинах та художників-модельєрів до конструкторів одягу та манекенниць. Звуко- та відеозаписи інтерв'ю сформували масив усних джерел для дослідження. Ці матеріали дозволили вивчити радянську моду не лише на інституційному рівні, але і в повсякденному житті мешканців УРСР. Ті інтерв'ю, що були взяті в Росії, дали матеріал для порівняльного аналізу ставлення до моди в двох республіках колишнього СРСР, де ця індустрія була найрозвинутішою – УРСР та РРФСР.

Чимале значення для написання роботи мали візуальні джерела, які включають в себе колекції фото та відео з Центрального державного кінофотофоноархіву України імені Г. С. Пшеничного (ЦДККФА), Міського медіаархіву Центру міської історії Центрально-Східної Європи, особистих архівів працівників будинків моделей та сімейних архівів жителів Радянської України.

Основу візуальних матеріалів складають кінофотодокументи з ЦДККФА, серед яких є кінохроніки з журналу «Радянська Україна» (про легку індустрію та розвиток моди в УРСР, а також фото, на яких показано побут у будинках моделей, на швацьких та взуттєвих підприємствах). Ці матеріали є унікальними для дослідження і вперше вводяться до наукового обігу. Аналіз фото та відео матеріалів дозволяє «на власні очі» побачити історичні зміни стосовно моди, які відбулися в означений період часу, відстежити зміну образу радянської людини та модних тенденцій загалом.

Речовими джерелами стали колекції одягу та аксесуарів, які зберігаються в Музеї історії моди України 1940–1980-х років. Фонди цього музею включають наявні сукні, костюми, верхній одяг та інші речі видатних модельєрів Радянської України. Дослідження їхніх особливостей дозволяє визначити специфіку тенденцій розвитку тогочасної моди «на рівні кращих вітчизняних та зарубіжних зразків». Авторка дослідження є представницею цього Музею.

В процесі написання роботи було використано сучасні поліметодологічні підходи, а також науковий інструментарій історичного дослідження. Зокрема, авторкою були застосовані концепції «дифузії інновацій» Е. Роджерса та теорії «м'якої сили» Дж. Ная, які отримали визнання в сучасній гуманітаристиці. В процесі аналізу періодичних видань були залучені кількісні методи, які дозволили розкрити поставлені в роботі завдання. Метод усної історії дав можливість зафіксувати рецепцію щодо моди та повсякдення в радянському соціумі.

РОЗДІЛ 2.

ФЕНОМЕН МОДИ В ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ ТА ІДЕОЛОГІЇ УРСР

2.1. Мода в радянському дискурсі: від критики до визнання

Мода в СРСР загалом і в УРСР зокрема була особливим явищем і відіграла надзвичайно важливу роль. Одяг людини як елемент ідеології майже не вивчено в сучасних історичних дослідженнях, хоча індустрія модного одягу впливала раніше і продовжує впливати на світогляд не лише молоді, а й усіх поколінь. Дослідження культури споживання як масового явища почалося нещодавно, але його вплив сформував ставлення до певних речей як до ознаки елітарності та обраності, був створений певний культ поклоніння визначеним (їх список насправді невеликий) маркам одягу та взуття. Правильні акценти дозволяють використовувати моду як регулятор поведінки, знімати соціальну напругу і навіть коригувати та формувати політичні уподобання.

Процес впровадження моди в Радянському Союзі був суперечливим, адже її тривалий час розглядали як елемент, чужий радянській ідеології. Попри це, пошуки «радянського стилю» одягу беруть свій початок уже в час після «Жовтневої революції» 1917 року. Різні аспекти розвитку костюма в довоєнний період розглянуто в роботах Т. Дашкової, Н. Лебіної, Ю. Демиденко та інших дослідників [664–667; 705; 706]. У статті «Народная мода в СССР» Ю. Демиденко описує перші спроби сформулювати вимоги до радянського костюму й умови існування моди в Радянському Союзі, де показує еволюцію ставлення до моди. Авторка зазначає, що перші революційні роки були наповнені критикою моди, а наприкінці 1920-х років у суспільстві почалися дискусії, присвячені радянському одягу, що тривали до середини 1930-х років. Було поставлено завдання – створення власних радянських мод, «щодо яких і саме слово «мода» навряд чи доречно» [667, с. 39]. Тема моди обговорювалася не лише на сторінках спеціалізованих

журналів, а й у суспільно-політичних часописах «Работница», «Рабочая газета», і навіть на сторінках партійної преси [667, с. 39].

У 1928 році в газеті «Комсомольская правда» було винесено в заголовок питання «Як нам одягатися?» [736, с. 164]. Цікавість до подібної проблематики ставала все більшою, і відповідно значно розширювалося коло поставлених питань. Зокрема, це були такі питання: як повинен виглядати одяг радянської людини, якою має бути ідеологічно витримана мода нової епохи, яким має бути костюм робітниці тощо. 1933 року в газеті «Комсомольская правда» відкрилась рубрика «Ми хочемо гарно одягатися!» [704, с. 115]. У кінці 1920-х років почали випускати журнали мод («Искусство одеваться», «Модели сезона»). У них друкували огляди мод, корисні господарські поради, вміщували викрійки. На думку радянського мистецтвознавця А. Г. Голибіної, завдання таких журналів полягало не лише в поширенні нових моделей. Вони ставили за мету насамперед «виховувати» смак у радянських жінок, покращувати культуру побуту [409, с. 18].

Радянська ідеологія апелювала до широких мас населення, а тому теми, пов'язані з народними та національними мотивами часто опинялися на шпальтах спеціалізованих журналів мод. Наприклад, фасони одягу в народному стилі та статті про народну творчість регулярно публікували в журналі «Четыре сезона» та «Женском журнале».

На початку 1930-х – у другій половині 1940-х років можна констатувати посилення уваги з боку влади до зовнішнього вигляду радянської людини, зокрема до жіночого одягу. Це підтверджується поступовим відкриттям у великих містах будинків моделей. Головний напрям їхньої діяльності полягав у тому, щоб «взятися за розв'язання складної проблеми – стилю радянського костюма. Завдання полягає в тому, щоб створити сукню зручною і гарною» [622, с. 18–19]. Отже, будинки моделей можна розглядати як організації, що відповідали за зовнішній

вигляд радянської людини. Одяг та зовнішній вигляд виступали як символічні ресурси державної політики.

Наприкінці Другої світової війни та у період відбудови у країні з'явилася велика кількість «трофейних» речей та тканин, насамперед із Німеччини. Ці речі значно вплинули на населення та стали джерелом натхнення для радянських модельєрів.

Щоб нагадати «правильні» канони краси у післявоєнний час, почали відновлювати старі та створювати нові журнали мод. Головними принципами моделювання стали соціалістичний реалізм і абсолютна самостійність наряду радянської моди. На одній із нарад 1949 року наголошувалося, що «нові форми одягу повинні бути звільнені від чужого нам західного впливу, вони створюються на принципах соціалістичного реалізму і на базі освоєння мистецтва народів СРСР» [590, с. 1].

З другої половини 1950-х років почалось активне налагодження міжкультурних контактів і, як наслідок, ініціювання закордонних відряджень модельєрів та спеціалістів легкої промисловості в соціалістичні та капіталістичні країни. Метою відряджень було отримання якомога більшої кількості інформації про розвиток моди та легкої промисловості в західних країнах та перенесення найкращих здобутків у радянські реалії.

Мода вже не зазнавала такої критики, як раніше, а навпаки, стала одним із засобів конкуренції та протистояння західному «капіталістичному» світу. У 1956 році оглядач журналу «Радянська жінка» І. Окунєв, відповідаючи на питання про моду читачки з НДР О. Хенке, зазначав: «Передусім мені хочеться сказати, що мода на одяг не є «продуктом капіталістичних інтересів, спраги наживи», як ви пишете. Мода – це одна з галузей культури, дуже своєрідне й тонке мистецтво. У СРСР в умовах соціалістичного ладу вона виконує своє пряме призначення: обслуговує весь народ, естетичні запити широких трудящих мас, задовольняє природну потребу людини в оновленні костюму» [508, с. 46]. Отже, після заперечення

моди як такої поступово відбулося її визнання та наголошення на її важливості для радянського суспільства.

З 1950 року, на основі спільних домовленостей, країни соціалістичного табору почали співпрацю в сфері моделювання одягу в рамках Ради економічної взаємодопомоги (РЕВ) для створення продукції більш високої якості та обміну досвідом роботи швейної, текстильної та інших споріднених галузей легкої промисловості [291, арк. 14]. Конгреси мод та наради щорічно проводилися в одній зі столиць країн «народної демократії». У 1953 році в Празі на черговому конгресі мод країн соціалізму Радянський Союз показав першу колекцію моделей одягу [583, с. 2]. Вперше спільно обговорювалися проблеми стилю і моди, взаємозв'язок художників, що створюють тканину і одяг, взуття та аксесуари. На зустрічі, що відбулася у Варшаві 1956 року, було вирішено перейти до більш «високої» форми ділових зв'язків майстрів одягу, тобто регулярно проводити міжнародні конгреси мод, які б «давали широкі можливості для обміну думками та дискусій з усіх суперечливих питань» [409, с. 21].

У червні 1957 року в Москві відбувся VIII Міжнародний конгрес мод [53, арк. 1–32; 290, арк. 24]. У ньому брали участь сім країн – Польща, Німецька Демократична Республіка, Чехословаччина, Румунія, Болгарія, Угорщина і Радянський Союз. У ролі спостерігачів своїх представників прислала Китайська Народна Республіка [409, с. 26; 53, арк. 2]. Особливістю цього конгресу стала форма його проведення, яка передбачала вільний обмін думками, детальне обговорення кожної моделі за темами конгресу і з подальшим обговоренням всієї колекції кожної країни в цілому [53, арк. 4]. Його учасники ставили своїм завданням «створення таких колекцій одягу, які б відповідали вимогам сучасної міжнародної моди і одночасно відповідали можливостям, умовам і смаку кожної країни» [53, арк. 1]. Вони апелювали до того, що «одяг є важливою частиною матеріальної культури суспільства; мода є чинником, що сприяє кращому задоволенню потреб

трудящих; мода стимулює розвиток таких галузей легкої промисловості, як текстильна, трикотажна, швейна, взуттєва, галантерейна» [53, арк. 1]. Отже, конгрес був покликаний допомогти поширенню такого одягу, «який би робив життя людини краще, радісніше, красивіше» [53].

На конгресі також почалося обговорення видання спільного журналу мод для «створення центру мод на противагу капіталістичним країнам» [53, арк. 12]. У журналі мали бути поміщені моделі одягу кожної з країн-членів РЕВ, а також обговорені актуальні питання моди. На думку делегатів НДР, він мав бути на високому естетичному рівні та значно краще, ніж паризькі журнали мод [53, арк. 12].

У 1959 році був створений ілюстрований журнал мод «Мода стран социализма». Його щорічно видавали в Москві за матеріалами засідання постійної робочої групи з економічного та науково-технічного співробітництва в галузі швейної промисловості та культури одягу. На перших сторінках публікували статтю за результатами конгресу (питання, які обговорювалися, основні напрями моди, стисла інформація щодо представлених колекцій та висновки, яких дійшли) [486, с. 2–3; 586, с. 2–3; 595, с. 2–3]. Далі були представлені моделі одягу та короткий опис за кожною країною-учасницею конгресу. Окрім цього, щороку за матеріалами конгресів мод публікували звітні статті та замітки до центральних та республіканських періодичних видань («Журнал мод», «Краса і мода» тощо) [378, с. 2–3, 6–7; 482, с. 6–7; 576, с. 2–6].

Отже, мода соціалістичних країн протиставлялася західній моді. Відбувалася інтеграція сил країн соціалістичного табору в рамках РЕВ для створення продукції більш високої якості. Розробляли єдину методику конструювання та принципи моделювання одягу, організовували обміни делегаціями художників, технологів, відбувались покази колекцій різних країн тощо. Варто зазначити, що в стенограмах та опублікованих звітах про

конгреси постійно підкреслювали єдність соціалістичних країн у визначенні майбутніх напрямів розвитку моди [53; 291].

На початку 1960-х років моду як явище в СРСР почали обговорюватися на загальносоюзному рівні в періодичних виданнях, зокрема, в журналі «Декоративное искусство СССР» (рубрика «Дискусии о моде и стиле») [393, с. 12–13; 476, с. 27–28; 611, с. 13–17; 619, с. 29–31], а 1970 року вийшов збірник статей «Мода: за и против», присвячений місцю моди в радянському суспільстві [481]. Про актуальність цієї теми свідчить той факт, що в «дискусії», яка вперше з'явилася на сторінках журналу «Декоративное искусство СССР» на початку 1963 року, брали участь як представники сфери мистецтва (мистецтвознавці, художники-модельєри), так і спеціалісти інших галузей (філософи, економісти тощо).

Головний редактор «Журнала мод» В. Склярова наголошувала на тому, що мода стала помітним явищем суспільного життя і протягом 1960-х років увага до діяльності будинків моделей та журналів мод значно посилилася. Модою почала цікавитись велика кількість людей різного фаху. Тому, на її думку, треба було брати до уваги це явище і не бачити в ньому тільки негативні сторони [418, с. 27].

Своєю чергою, науковий співробітник Інституту філософії Е. Ільєнко категорично заявляв: «Краса і мода – взаємовиключні поняття, мода як така завжди в устах великих художників і мислителів була засуджуваним словом <...> Мода – це копіювання краси, знайденої одного разу, а копіювання – це вже руйнування краси» [418, с. 27]. Тезу Е. Ільєнкова заперечили художники-модельєри, які обстоювали важливу роль моди в одязі, підкреслюючи, що мода не є диктатором, який пригнічує індивідуальні смаки, а служить вихованню почуття краси. Отже, дискусія розгорнулася на сторінках журналу, де представники різних галузей знань висловлювали у своїх публікаціях думки з приводу доцільності впровадження моди в радянському суспільстві.

У цьому зв'язку можна навести точку зору кандидата економічних наук А. Бравермана про економічні наслідки моди. На його погляд, «мода коштувала дорого» та «приносила багато клопоту для промисловості, не стільки для швейної, скільки для суміжних до неї галузей виробництва» [393, с. 12]. Він пропонував привести наявну систему зміни мод у відповідність до економіки, а художники-модельєри повинні були піклуватися про те, щоб перехід від однієї моди до іншої був не різким, а поступовим [393, с. 13]. Отже, головне питання, яке розв'язували економісти, стосувалося матеріальних потреб. Для них мода була негативним і чужим соціалістичній економіці чинником, що перешкоджав плановому виробництву, розподілу і споживанню одягу. Вимірюючи потреби населення, економісти з Держплану розраховували раціональну норму споживання. Відповідно до їх розрахунків всі радянські громадяни повинні були споживати однакову кількість одягу і взуття до їхнього повного зносу, тобто без впливу моди [679, с. 59].

Унаслідок визнання можливості існування моди в соціалістичному суспільстві у другій половині 1950-х – початку 1960-х років відбулося знайомство населення країни з офіційно схваленою «радянською» модою, основними канонами якої були простота, скромність, зручність, доречність та почуття міри. Будь-яке незначне відхилення від норми в одязі отримувало негативну оцінку. Також акцент ставився на доступності речей: «Красиво одягатися – не значить носити дорогі речі. Одяг повинен бути недорогий і водночас нарядний. Адже ми створюємо моделі для трудящих» [487, с. 31]. Тканина також не мала коштувати дорого, навіть для виготовлення моделей до участі у міжнародних виставках: «Багато важить для пошиття використання дешевих барвистих тканин, бо це робить одяг доступним для широких верств населення» [568, с. 32–33].

Мода мала відображати успіхи радянської промисловості. Одночасно в офіційному дискурсі 1950–1960-х років вибудовувалася концепція

радянського смаку [690, с. 59–63]. Вважалося, що «виховання смаку – одна з важливих форм боротьби за становлення радянської соціалістичної культури, за культурне зростання всіх радянських людей» [433]. Смак вважався «невіддільним від загальної культури людини» та обіймав важливе місце в регуляції поведінки споживачів і приводив його у відповідність з радянськими цінностями [449, с. 22].

Питання про те, як навчитися гарного смаку, обговорювалося на сторінках газет і журналів: «Смак – ось, що потрібно сьогодні. Що занадто – то погано» [478, с. 30]. До періодичних видань потрапляли листи з проханням допомогти зрозуміти, що значить «одягнений зі смаком» [452, с. 30]. Бували випадки, коли модельєри або мистецтвознавці будинків моделей особисто відповідали на шпальтах журналу на подібні питання. Зокрема, модельєр Київського будинку моделей Н. Калашникова для розвитку власного смаку рекомендувала підвищувати свій культурний рівень, відвідувати музеї та галереї, читати художню літературу: «Під час відвідування музеїв звертайте увагу на колорит картин, на їхню композицію, придивляйтеся до пластичної виразності скульптур. Одяг теж «ліпить» фігуру людини. Треба більше читати художньої літератури, цікавитись усіма галузями мистецтва, особливо прикладного. Це буде розвивати ваше художнє відчуття, і тоді ви безпомилково зможете визначити все те, що відмічено хорошим смаком – чи то твір живопису, чи скульптури, чи плаття» [452, с. 30].

Вихованню смаку та мистецтву одягатися у період 1960–1980-х років присвячували чимало видань із характерними заголовками: «Вкус и мода», «Потребности, вкусы, мода», «Мы и мода» тощо [386; 408; 718]. У виданнях та статтях про смак зазначеного періоду найбільш поширеною була цитата А. Чехова: «В людині все повинно бути прекрасне: і одяг, і обличчя, і вчинки, і душа» [449]. Значення надавали не тільки одягу, але й манерам, поведінці, правильній поставі, вмінні підтримати розмову. В одній із

відповідей на лист до редакції «Радянської жінки» зазначалось: «Зі смаком дібраний одяг і взуття виглядатимуть безглуздо, якщо людина не стежить за своєю поставою» [445, с. 24].

Вважалось, що жінка має гарно виглядати, де б вона не перебувала: «Радянська трудівниця повинна бути добре і красиво одягнена в цеху, на будівництві, в полі, на фермі, в установі, в школі, інституті, де проходить значна частина її життя <...> Якщо характер праці не потребує спеціального виробничого одягу, то це зовсім не означає, що на роботу можна одягти перше-ліпше плаття» [572, с. 32]. Досить часто на шпальтах періодичних видань давали поради, як краще одягатись на роботу: «Основне – це стриманість у кольорі повсякденних платтів, костюмів, бо інакше робочий одяг заважатиме товаришам <...> На роботі жінка повинна бути одягнена зі смаком, але скромно, без зайвої нарядності» [572]. Були також подібні публікації щодо того, як одягатись на прогулянку, до театру, інституту тощо.

Канони радянської моди часто були суголосні один одному, за нагоди на них постійно наголошували: «Почуття міри – постійний супутник тих, хто хоче красиво одягатись» [620, с. 29]. Лунали застереження: «Певна річ, смішно було б ігнорувати моду, та, зважаючи на неї, будьте обережні, не забувайте, що слово «мода» походить від латинського «модус», що означає не лише «образ», «спосіб», але й «міру»» [459, с. 29]. Важливим було і почуття доречності: «Якщо збираєтесь у відпустку, витягніть із чемодану туфлі на високих «шпильках», вузьку шерстяну спідницю, вечірне плаття з парчі, хоч воно зовсім недавно пошите (і всі вважають, що дуже вам до лиця)» [571, с. 17].

На простоті і скромності наголошувала художник-модельєр Ризького будинку моделей Е. Паузер: «Ми прагнемо, щоб моди виховували смаки, допомагали одягатися дешево і просто. Художники-модельєри повинні допомогти людям красиво і скромно одягатися, тобто повинні виховувати

смаки» [564, с. 30]. Наводились цитати письменників: «Наша мода – добра і проста, не слід тільки сердити її надмірностями й утрируванням» [503, с. 32–33]. Оглядач мод Л. Борисенко зазначала: «Жінка, яка демонструє себе, жінка-вітрина – несучасна. Наш стиль – це небагато одягу, це економний, уміло підібраний гардероб» [392, с. 30].

Поради щодо того, як гарно виглядати, давали й чоловікам: «Шановні чоловіки, шукайте, випробуйте. Поняття «мода», хоч і жіночого роду, однаковою мірою стосується і вас» [614, с. 33]. Так, в одній із публікацій в журналі «Радянська жінка», посилаючись на «заповіді» чоловікам від відомого французького кутюр'є П. Кардена, наголошувалось: «Надто яскраві, виразні галстуки, що відразу впадають в око, це чоловічий «гріх № 1» [609, с. 19]. Те ж саме стосувалось і яскравих шкарпеток. Поради про модний напрям у чоловічому одязі часто належали перу професійних радянських модельєрів-чоловіків (В. Хохлов, В. Зайцев, В. Несміян тощо) [446; 608].

Уважне ставлення було і до дитячого одягу, адже вважалось, що гарний смак виховується майже з пелюшок: «Ви помічали, як дитина тягнеться до яскравої іграшки, барвистої хустки? Спеціалісти-художники і педагоги вважають, що саме це і є першим проявом естетичного сприйняття оточуючого світу. А одяг дитячий? Йому належить чи не найголовніша роль у складному процесі кристалізації доброго смаку» [471, с. 32]. Цей факт підтверджується тим, що в УРСР існував окремий будинок моделей, який спеціалізувався тільки на дитячому одязі – Дніпропетровський будинок моделей одягу.

Однією з важливих рис радянської моди було звернення до народних традицій: «Хоч нова техніка, нові матеріали підказують, а іноді й диктують нові форми одягу, не слід забувати про народність. Історія традиційного національного костюма залишила нам блискучі зразки органічної єдності фактури тканини з орнаментом, прикрасами, багатий синтез тонкого смаку

й культури кольору. Якщо додержувати цих зразків, досконало вивчати їх, наш костюм у сучасній переробці буде гарантований від невідповідності, нарочитості, дисгармонії» [570, с. 30]. Радянські художники-модельєри співпрацювали з народними майстрами, вивчали народно-декоративне мистецтво, відвідували спеціалізовані музеї та галереї, надихалися природними багатствами і на основі цього створювали свої колекції. В основі народного одягу було використання старовинних орнаментів, вишивки, мережива, гаптування [575, с. 24–25]. В залученні народних мотивів та їхньому поєднанні з модним напрямом вбачалась оригінальність та самобутність одягу.

Ще одним напрямом були мотиви героїчного минулого країни, а саме пошиття жіночого пальта з елементами військової шинелі, капелюшки у формі шоломів, «будьонівки», створені за ескізами художника В. Васнецова тощо [569, с. 30–31]. Варто зазначити, що народна тема була актуальна протягом усього досліджуваного періоду. На шпальтах жіночих часописів, окрім великої кількості публікацій про народні традиції в одязі, досить часто траплялися моделі народного одягу чи народні орнаменти [400, с. 33; 567, с. 33; 592, с. 33].

У періодичних виданнях також систематично висвітлювалися конкурси на найкращі малюнки тканин, моделі одягу, трикотажні вироби й головні убори з використанням українських народних мотивів. Наприклад, 1965 року в такому конкурсі взяли участь 72 підприємства легкої промисловості і 6 будинків моделей республіки, що свідчить про досить велику зацікавленість та залученість до подібних заходів [472, с. 28–29].

Ще однією особливістю радянської моди було створення ансамблю одягу. Ансамбль означав поєднання речей, які гармонують між собою за кольором, формою, оздобленням. Доповненням до ансамблю виступали взуття, капелюх, сумка, шарф, рукавички. Важливим було komponування вбрання відповідно до призначення (до театру, на виставку, на прогулянку

тощо). Як правильно створити ансамбль одягу також висвітлювали в рубриці порад читачкам. Методист Київського будинку моделей одягу Т. Ровна зазначала: «Що ж становить ансамбль? Гармоніювати мають пальто і плаття, пальто і костюм, пальто і блуза з сарафаном або спідницею, костюм і блуза, костюм і жилет та блуза, жакет і плаття, півпальто і брюки з блузою, брюки і блуза, жилет» [565, с. 31–33]. Розробка ансамблю залежала не тільки від пошиття саме одягу, але й від пропозицій художників-текстильників, взуттьовиків, хутровиків, майстрів головних уборів тощо.

Слід відзначити, що поняття «радянська мода» від самого початку було протиставлено «західній моді». Радянська мистецтвознавиця О. Русанова зазначала: «Слово «мода» ми сприймаємо в іншому розумінні, ніж на Заході. Для нас воно означає насамперед культуру одягу. І якщо буржуазна мода – самоціль для жінок буржуазного суспільства, то радянська мода для нас передусім крок у величезну, захопливу область високого естетичного смаку, у світ мистецтва» [577, с. 86]. Отже, перед модними журналами та спеціалізованими виданнями ставилося завдання наочно продемонструвати переваги радянської моди, її простоту та доречність на противагу зразкам «буржуазної» моди.

Про одяг і смак дискутували й архітектори. Кандидат архітектурних наук Н. Манучарова у своїй статті «Український народний одяг» протиставляла народний одяг та смак «міщанському»: «На противагу міщанському смаку з його космополітичними тенденціями в рішенні костюма і прагненні по-рабському наслідувати зарубіжну моду, – знайомство з народним костюмом, з декоративним національним мистецтвом облагороджує смак, тобто вміння бачити й розпізнавати прекрасне» [473, с. 28]. Радянська мода бачилася певною мірою як антипод західної моди.

Творцями офіційної «радянської» моди були художники-модельєри. Їх працю розглядали як важливий засіб пропаганди й виховання у радянських

громадян гарного смаку. У тісному зв'язку з художниками-модельєрами на пропагування радянської моди працювали мистецтвознавці. Вони озвучували покази моделей одягу, виступали з лекціями про моду і стиль та публікували свої матеріали не тільки в спеціалізованих журналах мод («Журнал мод», «Краса і мода», «Моди»), але й в журналах суспільно-політичного спрямування («Радянська жінка», «Работница»). У публікаціях моделей одягу зазвичай зазначали їхнє призначення (для роботи, відпочинку, навчання), а також вікову категорію і тип фігури осіб, яким краще пасуватиме певний виріб. Цікавим є те, що станом на початок 1960-х років у Львові існувала така організація, як Інститут хорошого смаку, художньо-технічна рада якої проводила різноманітні консультації, пов'язані з побутом, відбувались покази мод для прищеплення «хорошого смаку» радянському населенню [122].

Отже, процес впровадження моди в Радянському Союзі був досить суперечливим, адже її довгий час розглядали як елемент, чужий радянській ідеології. Унаслідок тривалих пошуків власної радянської моди в другій половині 1950 – початку 1960-х років була оформлена концепція «радянської» моди. Вона сформувалася в ході дискусій між представниками різних галузей знань та мала на меті поєднання інтересів держави та споживача. Для неї були характерні простота, скромність, зручність, доречність та чуття міри. Одночасно в офіційному дискурсі вибудовувалася концепція «гарного смаку». Ще однією важливою рисою радянської моди було звернення до народних традицій та створення одягу в ансамблі. Творцями офіційної «радянської» моди були художники-модельєри.

На сферу радянської моди та виробництва модного одягу мали вплив партійні ідеологи, представники легкої промисловості, торгівлі, економісти та кореспонденти журналів мод. Дискусії про місце та роль моди в СРСР почалися ще з 1920-х років, а найбільшого піку досягли в 1960-х роках та

продовжувалися до 1970-х, коли вже остаточно сформувався образ радянської людини із його обов'язковим ідеологічним компонентом.

2.2. Державна політика в галузі моди: інституціональний вимір

Історія розвитку та становлення радянської моди у другій половині ХХ століття тісно пов'язана з легкою промисловістю, а для аналізу державної політики в галузі легкої промисловості й товарів масового споживання в цей період варто згадати про умови, в яких відбувалося її становлення. Друга світова війна завдала країні величезних збитків у всіх сферах матеріального життя, зокрема і в галузі виробництва товарів масового споживання. У 1940-х роках легка промисловість перебувала в надзвичайно важкому стані: багато швацьких фабрик було зруйновано, а обладнання виведено з ладу. Загальновідомо, що в повоєнні роки головний акцент був зміщений на розвиток важкої промисловості, а відновлення та часткова модернізація легкої промисловості хоч і були поступовими, але незначними.

У другій половині 1950-х років почалась більш інтенсивна розбудова легкої промисловості та звернення більшої уваги на виробництво товарів категорії «Б». Зокрема, перший секретар ЦК КПРС М. Хрущов у своїй доповіді на Ювілейній сесії Верховної Ради СРСР в листопаді 1957 року стверджував, що «у важкій промисловості, в машинобудуванні, в розвитку науки й техніки досягнуто такий рубіж, коли ми (СРСР – примітка автора) не на шкоду інтересам зміцнення оборони країни, не на шкоду подальшому розвитку важкої індустрії і машинобудування можемо значно швидшими темпами розвивати легку промисловість, зокрема, більше виробляти взуття і тканин для населення з тим, щоб в найближчі 5–7 років в достатку забезпечити потребу населення в цих видах товарів» [271, арк. 13]. Ця риторика пояснюється не тільки прагненням «одягти радянське населення», але і «наздогнати та перегнати Америку» не лише у сфері важкої промисловості, але й у галузі легкої. Тому в листуванні між різними

державними установами та організаціями, зокрема з М. Хрущовим, не є дивним постійне порівняння здобутків СРСР з США та заклики на якнайшвидше пошвидшення темпів розвитку сфери легкої промисловості.

У 1956 році в одному з листів до М. Хрущова окреслювались негативні аспекти розвитку легкої промисловості з властивим часу порівнянням із Заходом: «Як могло статися, що наша текстильна промисловість, яка перебувала на початку 1930-х років на рівні передових європейських капіталістичних країн як з організації виробництва, так і за якістю тканин, маючи в своєму розпорядженні кращу в світі за якістю бавовну, яка не має собі рівних у мистецтві та швидкості в опрацюванні робітниками, володіючи сучасним обладнанням, відстала в 2,5 рази за продуктивністю праці від передових капіталістичних країн?» [270, арк. 28]. Наприклад, у повоєнний період на реконструкцію і відновлення тільки бавовняної промисловості (однієї з галузей текстильної промисловості) було вкладено 7 мільярдів крб, тоді як США витратили загалом на розбудову текстильної промисловості 4 мільярди доларів. Виходячи з цього, у період з 1941 по 1956 рік (крім воєнного періоду) продуктивність праці в цій галузі зросла у розмірі 4,4% або близько 0,5% на рік на противагу 5% середнього річного збільшення продуктивності праці в США [270, арк. 29]. Отже, в СРСР темп зростання продуктивності праці був у 10 разів менший порівняно з США.

Після грудневого Пленуму ЦК КПРС 1963 року, зокрема за матеріалами періодичних видань, спостерігалась орієнтація на якнайшвидший розвиток хімічної промисловості, тісно пов'язаної з легкою промисловістю, та проголошення її «ударним фронтом» [432; 605; 606; 616]. У своїй доповіді на Пленумі М. Хрущов зазначав: «Наш народ разом із керівництвом партії створив першокласну важку промисловість. Тепер держава може спрямувати величезні кошти на розвиток хімії, сільського господарства, легкої промисловості, щоб більше виробляти продовольства і предметів широкого споживання для безпосереднього задоволення потреб

народу. Розв'язання завдання підвищення добробуту радянських людей стає на міцну основу» [432, с. 2].

Аналізу темпів росту радянської хімічної промисловості також було властиве порівняння з показниками США. Наприклад, станом на 1964 рік хімічна промисловість випускала для легкої промисловості близько 85 тис. тонн барвників на рік, зокрема понад 60 тис. тонн або 75% тих, які були недостатньо яскравими (в США такі барвники становили 25% від загального випуску). Яскравих і стійких барвників у цей час хімічна промисловість майже не випускала, барвники для синтетичних волокон випускали в малих кількостях. У той же час в США випускали близько 1 500 різних марок барвників, а в СРСР – менше 50 марок [279, арк. 8]. Відставання хімічної промисловості УРСР підтверджував заступник начальника Головного управління хімічної промисловості Уккранаргоспу Г. Лісничий, але він наголошував, що уже 1964 року «планується значне зростання випуску товарів побутової хімії, яке має досягти 85 мільйонів крб, або 121% проти минулого року» [606, с.4].

Відсталість у розвитку промисловості СРСР порівняно з США заступник завідувача Відділу промислових товарів широкого споживання і продовольчих товарів ЦК КПРС М. Романов та заступник завідувача Відділу машинобудування ЦК КПРС В. Фролов бачили передусім у незадовільному забезпеченні технологічним обладнанням галузей легкої та харчової промисловості [272, арк. 41–49]. На їх погляд, найбільш напружений стан був саме в текстильній промисловості. Зокрема, 1958 року текстильна промисловість потребувала машини 857 найменувань, тоді як вітчизняні заводи виготовляли лише 408, з них – 94 машини, що не відповідали сучасному рівню техніки і повинні мали бути замінені більш досконалими [272, арк. 42]. Попри це, виробництво нового обладнання вітчизняної конструкції та «за найкращими зарубіжними зразками» освоювалось надто повільно. Навіть у найбільш технічно оснащеному

бавовняному виробництві було лише 40 % автоматичних ткацьких верстатів, решта 127 тис. верстатів були механічними, з них – 106 тис. були встановлені до 1910 року [272, арк. 42]. На противагу СРСР, у цей час в США ткацтво було вже повністю автоматизовано.

Через низький рівень розвитку легкої та хімічної промисловості, від яких напряму залежала кількість та якість товарів широкого споживання, була прийнята низка постанов, спрямованих на покращення ситуації в вищезначених галузях. Зокрема, у листопаді 1959 року ЦК КПРС і Рада Міністрів СРСР прийняли постанову «Про заходи щодо подальшого підйому текстильної промисловості». У цій постанові окреслювалися завдання з обсягу виробництва тканин і трикотажних виробів, нарощування промислових потужностей, а також заходи щодо розширення асортименту та поліпшення якості тканин і трикотажних виробів; забезпечення промисловості сировиною і поліпшення її якості; забезпечення підприємств текстильної промисловості барвниками і хімічними матеріалами для оброблення тканин; розвитку виробництва машин для текстильної промисловості тощо [279, арк. 3]. Цього ж місяці було прийнято постанову «Про заходи щодо поліпшення роботи швейної промисловості та торгівлі одягом», завданням якої було в достатку задовольнити потреби населення в тканинах, одязі, взутті та інших товарах [274, арк. 77].

Для покращення виробництва товарів масового споживання, накопичення знань про передові методи й технології пошиву одягу, про нове технічне обладнання організовували закордонні відрядження спеціалістів легкої промисловості на промислові виставки, ярмарки, відвідини фабрик та заводів, як у соціалістичні, так і в капіталістичні країни. Технологічні проблеми легкої промисловості розв'язували за допомогою імпорту обладнання та матеріалів. Також з 1964 року Центральний інститут науково-технічної інформації з автоматизації та машинобудування (ЦІНТІАМ) Державного комітету з машинобудування при Держплані СРСР

почав випускати науково-технічний реферативний збірник «Обладнання для легкої промисловості». Основне завдання збірки – систематизація інформації про основні роботи науково-дослідних інститутів, проектно-конструкторських організацій і промислових підприємств з нової техніки, галузевої технології в області текстильного й легкого машинобудування [506, с. 1]. Окрім цього, практикувалось проведення нарад з технології виробництва товарів масового вжитку, обміну передовим досвідом, відбувались короткочасні відрядження з однієї фабрики або будинку моделей на інший як у межах УРСР, так і на загальносоюзному рівні.

Разом із покращенням виробництва товарів масового споживання проводилися заходи з поліпшення побутового обслуговування населення. Відбувалися спеціальні наради та семінари, у межах яких обмінювалися досвідом роботи закрійники, майстри, завідувачі майстерень і ателье побутового обслуговування. Для посилення контролю за роботою пунктів побутового обслуговування профспілкові організації виділяли та закріплювали громадських контролерів [275, арк. 8–10]. Зокрема, у своєму звіті за 1959 рік до ЦК КПРС секретар Одеського обкому КП України А. Чернявський указував на значне перевиконання плану в сфері побутового обслуговування: «Індпошиття одягу за плану робіт на 18,3 млн крб, виконано на 19,2; ремонт одягу за плану 0,7 млн крб – виконано на 0,8; ремонт взуття за плану 4,2 млн крб – виконано робіт на 4,6; хімчистка та фарбування одягу – виконано робіт на 1,5 млн крб за плану 1,4» [275, арк. 9]. Також було перевиконано завдання з організації нових пунктів побутового обслуговування. Додатково до наявних було відкрито 127 нових майстерень та різноманітних приймальних пунктів, із них 51 на селі. З-поміж відкритих 23 пунктів з пошиття та ремонту одягу, з яких 13 на селі, з ремонту взуття – 37 (на селі – 20), металопобутремонт – 22 (на селі – 2), перукарень – 12 (на селі 5), фотографій – 3 (на селі – 2) та інших 26 (на селі – 8) [275, арк. 9–10].

Для поліпшення побутового обслуговування населення наприкінці 1950-х років на території УРСР впроваджувались та набували широкого поширення нові форми та порядок надання побутових послуг: виїзд бригад на підприємства, в колгоспи для оформлення замовлень на індивідуальне пошиття одягу, ремонт меблів на дому, моментальний ремонт годинників тощо [514, с. 31]. У Харківській, Одеській, Кримській, Чернівецькій областях та місті Києві підприємства промислової і споживчої кооперації проводили прийом замовлень на індивідуальне пошиття одягу та ремонт взуття безпосередньо на заводах, фабриках, будівництвах і в польових умовах. В Одесі практикували виїзд на заводи працівників торгівлі та підприємств індивідуального пошиття одягу, де на місці здійснювався продаж робітникам і службовцям текстильних товарів з одночасним прийомом закуплених тканин на пошиття одягу. У майстернях, ательє і приймальних пунктах організовано за рахунок ринкових фондів продаж населенню фурнітури для одягу і взуття, хімікатів для чищення одягу, а також викрійок і журналів мод [276, арк. 38–39].

Для розвитку індустрії моди та її пропагування в радянському суспільстві створювали низку державних інституцій. Це передусім будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації (ВІАЛегпром, ЦНДІШП, СХКБ тощо). Перші поступово створювали в усіх радянських республіках з методичним центром у Москві. Вони поділялись на швацькі (будинки моделей одягу) та профільні (будинки моделей взуття, трикотажних, шкіргалатерейних виробів, спецодягу тощо). Другі також були наділені функціями науково-методичного керівництва і координації роботи інших моделювальних структур.

З відновленням 1944 році Московського будинку моделей (МБМ) [673, с. 95] почалася відбудова швацьких та взуттєвих фабрик по всій країні [103–106]. Уже 1949 року МБМ було реорганізовано в Загальносоюзний будинок моделей одягу (ЗБМО) і він поступово перетворився на своєрідний інститут

моди з великою кількістю служб і підрозділів, які займалися основними теоретичними, практичними і методологічними аспектами моди [590, с. 1].

До 1957 року Загальносоюзний будинок моделей підпорядковувався Головному управлінню швейної промисловості Міністерства легкої промисловості СРСР. Після оголошення реформи структури промисловості та освіти раднаргоспів він потрапив у підпорядкування Управління текстильної та трикотажної промисловості Московського міського радянського народного господарства. У цьому положенні ЗБМО перебував до 1959 року і потім на три роки перейшов у відання Московського міськвиконкому. З 12 червня 1962 по 4 січня 1963 року Будинком моделей розпоряджалася Вища Рада народного господарства, а з вересня 1965 року – Державний комітет з легкої промисловості при Держплані СРСР. З проведенням нової реформи промислового підпорядкування та усуненням раднаргоспів Загальносоюзний будинок моделей одягу знайшов свого останнього покровителя в особі Головного управління швейної промисловості Міністерства легкої промисловості СРСР [677, с. 341]. Таке підпорядкування було типовим і для республіканських будинків моделей одягу.

У період 1944–1948 років почали створювати регіональні будинки моделей (у Києві, Ленінграді, Мінську та Ризі) та відбулося об'єднання всіх будинків моделей в єдину систему на чолі з Загальносоюзним будинком моделей одягу в Москві. Станом на початок 1949 року було організовано 12 республіканських і обласних будинків моделей [753, р. 79]. У другій половині 1950-х років їх було вже 16 [672, с. 109]. У 1977 році в Радянському Союзі функціонувало 38 будинків моделей одягу, з них – 18 в РРФСР та 7 (6 швацьких та 1 профільний – примітка автора) в УРСР, а в інших республіках лише по одному [574, с. 23; 583, с. 3; 599, с. 25]. Тому аналізуючи загальну кількість будинків моделей у Радянській Росії та

Україні, можна стверджувати, що саме ці дві республіки були центрами розвитку та пропагування моди в СРСР.

Окрім таких великих інституцій моделювання як будинки моделей, існували науково-дослідні організації, які були також наділені функціями науково-методичного керівництва і координації роботи інших моделюючих структур (Центральний науково-дослідний інститут швейної промисловості, Спеціальне художньо-конструкторське бюро, Всесоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу), на висвітленні діяльності яких доцільно зупинитися детальніше.

Центральний науково-дослідний інститут швейної промисловості був головною науковою установою СРСР, яка займалась фактично всіма питаннями науково-технологічного забезпечення роботи швацької галузі, зокрема вдосконаленням технологій моделювання, конструювання і пошиття одягу, аналізом матеріалів для її виготовлення, вивченням експлуатаційних властивостей одягу, нормуванням, раціоналізацією і підвищенням ефективності швацького виробництва [673, с. 134].

Спеціальне художньо-конструкторське бюро (СХКБ) під керівництвом А. Левашової було створено на початку 1960-х років. Основними завданнями бюро були: розроблення проєктів раціонально сконструйованих і художньо оброблених виробів машинобудування та товарів культурно-побутового призначення; узагальнення та пропаганда передового досвіду в галузі художнього конструювання промислової продукції; підготовка пропозицій про зняття з виробництва застарілої та незадовільної в плані художнього оформлення продукції та постановці на виробництво нових видів продукції, що відповідали сучасним вимогам [402, с. 6]. Саме тут був розроблений метод, що давав можливість створювати різні моделі – варіанти одягу на одній базовій формі і єдиній конструктивній основі. Постійне оновлення характеру колекцій за рахунок тканин, декору та образного ладу моделей без запровадження принципово нового крою, на

думку працівників СХКБ, дозволяло промисловості легко перебудовуватися і забезпечувати велике різноманіття моделей в магазинах [720, с. 128–129]. Вивченню досвіду роботи відділу одягу СХКБ були присвячені статті в періодичних виданнях, наприклад, у журналі «Декоративное искусство СССР» [427, с. 16–19].

Всесоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу був організований у другій половині 1960-х років. Він займався вивченням асортименту товарів, які виробляли підприємства легкої промисловості, відбором найкращих зразків та складанням рекомендацій для їхнього впровадження в масове виробництво, контролем за своєчасним впровадженням нового асортименту тканин і виробів легкої промисловості в масове виробництво, пропагуванням розвитку моди в одязі, а також у художньому і колористичному оформленні тканин, взуття та інших виробів легкої промисловості [284, арк. 16].

Український інститут асортименту виробів легкої промисловості і культури одягу було засновано 1977 року. Перед УІАЛегпромом було поставлене завдання скоординувати роботу та здійснити методичне керівництво творчим колективом, який займався питаннями створення нового модного асортименту. Серед обов'язків інституту було вивчення попиту покупців на вироби легкої промисловості; організація реклами та пропаганди виробів через телебачення, радіо, пресу; організація проведення художньо-технічних рад; розроблення в кооперації з науково-дослідними інститутами та моделюючими організаціями пропозицій щодо впровадження у виробництво нового асортименту тканин, полотен, виробів та інших матеріалів для виготовлення одягу та взуття [483, с. 36]. Зазначимо, що серед усіх радянських республік Інститут асортименту виробів легкої промисловості й культури одягу працював тільки на теренах УРСР та РРФСР.

Необхідно окремо розглянути українські будинки моделей одягу. В УРСР існували шість великих будинків моделей одягу (швацьких), які були розташовані в найбільших містах, а саме в Києві, Львові, Одесі, Донецьку, Харкові та Дніпропетровську. Першим будинком моделей одягу став Київський (КБМО), який був створений у листопаді 1944 року [697, с. 40].

У травні 1954 року почав свою роботу Львівський будинок моделей одягу (ЛБМО) [307, с. 3]. За період свого існування ЛБМО кілька разів реорганізовувався. 1962 року він був перетворений на Проектно-конструкторський інститут легкої промисловості (ПКІЛП). При інституті були відкриті взуттєва і трикотажна лабораторії, художньо-експериментальна лабораторія зі створення ескізів по тканинах, вишивок, мережив і різної галантереї, лабораторія з ткацтва й набивання тканин. У 1968 році він знову став самостійною організацією [307, с. 10]. У період з 1958 по 1960 роки відкрились Харківський, Одеський, Донецький та Дніпропетровський будинки моделей одягу [65, арк. 54].

Будинки моделей мали на меті забезпечити нормальне функціонування швейної промисловості, відповідали за своєчасне оновлення асортименту та поліпшення якості швацьких виробів, розроблення моделей з характерними мотивами, впровадження у виробництво одягу нових видів і конструкцій та підвищення культури носіння одягу населенням республіки [65, арк. 54].

Кожен будинок моделей мав свою спеціалізацію за асортиментом продукції. Наприклад, Одеський будинок моделей одягу працював над створенням одягу для відпочинку, Харківський – над легкою жіночою сукнею, Дніпропетровський – над дитячим та підлітковим одягом, Донецький – створював зразки ділового одягу, Київський та Львівський – розробляли весь асортимент та були провідними моделювальними центрами в Радянській Україні [308, с. 5; 438, с. 30–31; 483, с. 36; 599, с. 25–26;]. На думку директорки Львівського Будинку моделей Н. Никифорук, ЛБМО в

Радянській Україні вважався передовим у сфері моделювання одягу [308, с. 5]. Зокрема, на це впливали близькість до Польщі, з якої можна було першими одержати «інформацію з усього світу», та покоління старих львівських майстрів, які мали дуже хорошу підготовку в моделюванні одягу [308, с. 4; 355]. Однак, за офіційними документами, ЛБМО вважали за своєю потужністю другим у республіці після столичного [65, арк. 59–60].

Під час вивчення загальної чисельності працівників будинків моделей станом на 1962 рік було виявлено, що найбільша кількість працівників була у Львівському (370 осіб) та Київському (298 осіб), найменша – у Дніпропетровському (100 осіб) [65, арк. 46]. Цей факт ще раз підтверджує першість і значущість означених будинків моделей (див. додаток А. 1).

Структура будинків моделей була досить розгалужена і складалася з великої кількості відділів та цехів (див. додаток А. 2). На прикладі ЛБМО, це відділи планово-виробничий, постачання та збуту, впровадження, культури та пропаганди та цехи модельно-конструкторський верхнього одягу, легкої сукні, нормування сировини і розроблення технічної документації, експериментально-методичний [1, арк. 16–31]. Окремо було створено відділ працівників демонстраційного залу, який складався з манекенників (демонстраторів одягу). Станом на 1968 рік у цьому відділі було офіційно працевлаштовано 16 осіб – 2 лаборанти й 14 демонстраторів одягу [1, арк. 30]. Цей факт свідчить про актуальність цієї професії та віднесення її до розряду стандартних у будинках моделей. У трудовій книзі зазначалось «демонстратор одягу» [375]. Варто зазначити, що потрапити на цю посаду було складно, адже враховувались не тільки параметри фігури та зовнішній вигляд, але й освіта, знання мов, репутація, членство в партії, бо манекенниці часто виїздили з демонстрацією колекцій за кордон і мали гідно представити країну.

Здебільшого демонстраторами одягу були жінки. Вони працювали за звичайним робочим графіком з 9 до 17 години п'ять днів на тиждень. Була спеціальна тарифікація заробітної плати, яка також залежала від кількості виробів, що відміряла манекенниця. Кожна примірка, вихід на показ оплачувалися і, за свідченням манекенниці Київського будинку моделей трикотажного одягу («Хрещатик») О. Ясинської, досить непогано [375]. Манекенниці мали розряд, який залежав від того, чи виїздили вони за кордон на покази та виставки, чи тільки ходили на примірки та брали участь у місцевих показах.

Манекенниці тісно взаємодіяли з художниками-модельєрами та конструкторами одягу. Під час підготовки виставкової колекції манекенниці перебували поряд із модельєрами та мали багато примірок. Колекція складалася з понад 100 одиниць виробів. Над нею працювали одночасно як мінімум 10 дизайнерів, а також чимало конструкторів. Тобто над одним блоком з цієї колекції працював дизайнер і конструктор. Виставкова колекція складалася з 10 блоків. Кожна модель повинна була показати мінімум 10 одиниць виробів під час показу [375]. Підготовка виставкової колекції могла тривати понад три місяці.

Процес підготовки колекції, особливо для закордонних показів, відбувався за певним порядком. Спочатку складався творчий та ескізний план колекції. Наприклад, це могла бути ЕКСПО, міжнародна чи всесоюзна виставка найвищого рівня, на якій представляли свої роботи будинки моделей у складі Радянського Союзу. В підготовці брали участь найкращі представники легкої промисловості. Колекцію готували заздалегідь. Її планував головний художній керівник та директор будинку моделей. Складали певний план, хто з найкращих модельєрів братиме участь у створенні цієї колекції, і вони починали працювати над створенням ескізів. Потім проходила ескізна (художня) рада, на якій ці ескізи затверджували. І тільки після затвердження виробів дизайнер і конструктор в команді

бралися за створення самої речі. Упродовж цього часу моделі постійно приходили на примірки до всіх дизайнерів, задіяних у роботі [375].

Конкретний виріб шили на конкретну модель в одному примірнику. І після того, як кожен дизайнер виконав усі свої 10 одиниць виробів, цей одяг затверджували на художній раді вже на моделях. Це був мініпоказ, кожен блок якого складався з 10 одиниць. Найкращі вироби залишали в колекції, а речі з певними дефектами відсіювали [375]. Найкращими виробами вважали ті, які були «на рівні кращих вітчизняних і зарубіжних зразків» [32, арк. 118].

Художня рада Міністерства легкої промисловості УРСР відповідала за всі напрями легкої промисловості. З неї окремо виділялись художні ради за галузями легкої промисловості. Станом на 1967 рік таких художніх рад за галузями було 17 (див. додаток А. 3). Наприклад, це художня рада з шовкових тканин, з головних уборів, швацьких виробів, трикотажних та панчішно-шкарпеткових виробів, із взуття, текстильної галантереї тощо. Зазвичай рада налічувала від 25 до 40 осіб. До її складу входили голова, заступник голови, відповідальний секретар та члени художньої ради (див. додатки А. 4–6). Членами художньої ради були представники Міністерства торгівлі УРСР, Держплану, планово-виробничого управління МЛП УРСР, науково-дослідних інституцій, Республіканського будинку асортименту, швацьких та профільних будинків моделей та великих швацьких виробничих об'єднань або фабрик [31, арк. 12–32].

У швацьких будинках моделей відбувалися художні ради зі швацьких виробів. Вони поділялась на великі та малі. Великі ради збирались орієнтовно раз на місяць, і в їхньому складі були економісти, представники торгівлі, асортименту виробів, Укрголовшвейпрому, УкрЦНДІЛП, комітету Держплану, головні художні керівники, модельєри та конструктори [31, арк. 17а–18]. Малі ради збирались за необхідності з представників окремого будинку моделей – директора, головного

художнього керівника, головного конструктора, художників-модельєрів тощо. На них обговорювали та розв'язували поточні справи. Художні ради також були і на швацьких підприємствах (див. додаток Е. 35).

Варто зазначити, що без узгодження та затвердження художньою радою нові моделі одягу не випускали. Крім цього, моделі одягу, які друкували в періодиці, мали пройти попередню перевірку та затвердження художньою радою перед їх публікацією в журналі. Ці факти свідчать про значний вплив художніх рад на розвиток моди в країні, а також вказують на забюрократизованість процесу.

У великих будинках моделей працювали дві зали: виставкова та демонстраційна. Виставковий зал працював щодня, крім вихідних днів, і був доступний для відвідування (див. додаток Е. 9). У демонстраційній залі показували колекції одягу нового напрямку за сезонами (див. додатки Е. 10–12). Кожну колекцію супроводжували коментарями мистецтвознавця [307, с. 13].

Організацією показів та тематичних лекцій, вихованням радянського населення завідував відділ культури та пропаганди одягу. Його працівниками були мистецтвознавці та методисти, які систематично готували матеріали для преси, радіо й телебачення [45, арк. 8]. У відділі зберігалася актуальна закордонна література про моду та журнали мод. Її перекладали, ретельно вивчали та аналізували [46, арк. 42]. У штаті також був фотограф, який регулярно фотографував покази, робочі процеси, робив знімки моделей одягу для періодичних видань республіки, насамперед журналів мод (див. додатки Е. 15–19). Зокрема, у ЛБМО була своя фотолабораторія під керівництвом Т. Никифорука [307, с. 11].

Велику роль у формуванні колекцій та модного напрямку загалом відігравали художники-модельєри. Оскільки поставало завдання створення власної радянської моди (без сліпого копіювання західної), модельєри мали створювати оригінальні й самобутні речі. Художники розвивали народне

мистецтво, зокрема активно розробляли фольклорну тему. Наприклад, художники ЛБМО виїздили в карпатські села, збирали матеріал, вивчали вишивку, тканини, прикраси і на основі цього створювали народний костюм. Їм допомагали працівники Львівського музею українського мистецтва, Музею етнографії та художніх промислів, мистецтвознавці Будинку народної творчості. Вони організовували заняття з різних видів українського декоративно-прикладного мистецтва: вишивок, ткацтва, в'язання, плетіння [307, с. 7]. Крім цього, художники ЛБМО малювали ескізи для тканин і самостійно виробляли тканини на ручних верстатах, що робило їх унікальними [307, с. 7]. Також велася співпраця з народними майстрами Косова [368]. У 1959 році при ЛБМО була створена власна ткацька майстерня з ремізними верстатами, у якій виготовляли тканини в українському народному стилі: як декоративні, так і для пошиву одягу [307, с. 8; 734, с. 10]. Львівський будинок моделей представляв розробки цієї експериментальної текстильної лабораторії на престижних виставках міжнародного рівня (Марсель, Токіо, Ляйпциг тощо) [734, с. 11].

Художникам-модельєрам, які мали вищу спеціальну освіту та проявили себе здібними художниками в області створення нових масових і виставкових моделей одягу, раз на тиждень надавали творчий день [1, арк. 36–37]. У цей день вони не приходили на роботу, а відвідували художній музей чи галерею, працювали на планері або в бібліотеці, їхали на природу чи в гори. Одним словом, робили все те, що могло їх надихнути на створення нової колекції одягу. Раз на півроку вони мали звітуватися про виконану творчу роботу. Той, хто не звітував у призначені терміни, позбавлявся права користуватися творчими днями в наступному півріччі [1, арк. 37]. Для підвищення кваліфікації, поліпшення художнього оформлення моделей одягу і розроблюваних ескізів для художників-модельєрів також надавали студійні дні [1, арк. 37]. Проводилися курси підвищення кваліфікації, наприклад з вивчення композиції

малюнка [1, арк. 71–72]. та відбувались поїздки у творчі відрядження, після яких укладали звіт [56; 57].

Для підтримання здорової конкуренції між модельєрами часто проводили конкурси на найкращу модель одягу. На виставках була книга відгуків, де відвідувачі могли написати свої враження від певної моделі, часто із зазначенням автора роботи [38]. Конкурси на найкращу модель проводили також між працівниками легкої промисловості як на республіканському, так і загальносоюзному рівнях.

Оскільки основним принципом створення модних колекцій було стильове поєднання всіх елементів, а саме створенні ансамблю (одягу, взуття, головних уборів, шкіргалантереї), була потреба в організації профільних будинків моделей. Упродовж 1960–1980-х років в УРСР були організовані Республіканський будинок моделей взуття, Республіканський будинок шкіргалантерейних виробів, Республіканський будинок моделей трикотажних виробів, Республіканський будинок моделей спецодягу, Республіканський будинок моделей побуту [483, с. 36; 370, с. 3].

Будинки моделей слугували центрами моделювання одягу та водночас виступали пропагандистами моди серед населення. В будинках моделей відбувалася регулярна демонстрація моделей одягу нового напрямку, були постійні колекції нових моделей одягу, які демонстрували у виставкових залах будинків моделей, організовували колективні поїздки працівників будинків моделей на підприємства, фабрики, заводи, колгоспи й радгоспи з показом моделей одягу і доповідями про те, як гарно одягатись тощо [65, арк. 57].

За 1961 рік новостворені Харківський, Дніпропетровський, Одеський і Донецький будинки моделей зробили 148 виїздів на різноманітні підприємства: фабрики, заводи, колгоспи й радгоспи з доповідями й показом новим моделей одягу [65, арк. 58]. У 1962 році таких виїздів було зроблено 105. Київський та Львівський будинки моделей видавали

спеціалізовані альбоми та журнали мод. Майже всі будинки моделей виготовляли викрійки та ілюстрації нових моделей одягу, які продавали населенню. Була практика інформування населення через періодичні видання з приводу придбання викрійок одягу в певному будинку моделей [416, с. 31].

Однією з важливих функцій будинків моделей була співпраця та допомога швацьким фабрикам, переважно в розробленні технічної документації та її впровадження на промислових підприємствах [44; 55]. Технічну документацію розуміли як лекала та технологію пошиву певного виробу [308, с. 8]. Щорічно в будинках моделей виготовляли понад 70 відсотків усієї промислової колекції (технічної документації) [483, с. 36].

Варто наголосити, що така документація не була безкоштовною, укладали договори та встановлювали фіксовану плату за певну розробку виробу. Отже, для будинків моделей це був один зі способів заробітку. Примітно, що українські будинки моделей співпрацювали не лише з фабриками зі своєї області [355, с. 15]. Вони мали змогу укласти договори зі швацькими підприємствами не тільки по всій території УРСР, але й в інших республіках Радянського Союзу та з країнами соціалістичного табору [65, арк. 50]. Переважно це стосувалося, щоправда, Київського та Львівського будинків моделей. Наприклад, станом на 1970-й рік Одеський будинок моделей одягу надавав технічну документацію 54 швацьким підприємствам УРСР [510, с. 31]. Досить часто художник-модельєри разом із конструкторами, інженери виробничого відділу навідувалися на швацькі підприємства для надання практичної допомоги у виготовленні певних моделей одягу [601, с. 32].

Слід зазначити, що переважна більшість швацьких та трикотажних фабрик республіки мала власні експериментальні цехи, лабораторії і дільниці, які також займалися розробленням і впровадженням нових видів моделей і фасонів одягу [65, арк. 46]. Наприклад, за перевіркою 1962 року

було встановлено, що в швацькому об'єднанні імені Воровського Одеського раднаргоспу був власний експериментальний цех, де працювало 52 особи, серед яких 13 конструкторів і модельєрів. У Харківському раднаргоспі були експериментальні швацькі лабораторії на 14 із 15 швацьких підприємств, в яких налічувалось близько 53 модельєрів і конструкторів [65, арк. 47]. Аналогічною була ситуація в Дніпропетровському, Донецькому, Київському, Львівському та інших раднаргоспах.

Окрім цього, деякі фабрики мали змогу напряму (легально чи нелегально) співпрацювати з закордонними підприємствами. Зокрема, за архівними матеріалами, Львівське виробниче об'єднання швейної промисловості – фірма «Маяк» активно налагоджувала зв'язки з західними країнами, зокрема, із США (фірми «Maidenform», «Phoenix Clothes») [29, арк. 4–5]. За матеріалами усної історії, Харківська швацька фабрика імені Тінякова шила речі для Франції [346; 367], а Львівська взуттєва фірма «Прогрес» – для НДР [368]. Зокрема, харків'янин М. Станчев згадує: «Поїхав я якось в місто Лілль до Франції. Там нас привели в один цех, де був пошитий одяг, і запропонували купити костюм за французькою модою, але потім додали: «Не поспішайте купувати, це все пошито в Харкові, на «Тіняковці»» [367].

Загалом в УРСР склалася розгалужена мережа швацьких підприємств по всій території республіки (див. додаток А. 7). Найбільш відомі були: Київська швацька фабрика імені Смирнова-Ласточкина, Київське виробниче об'єднання «Україна», Київський та Дарницький шовкові комбінати, Львівські швацькі фірми «Маяк» та «Весна», Харківська швацька фабрика імені Тінякова, Одеське обласне виробниче швацьке об'єднання імені Воровського тощо. Серед медійних фаворитів взуттєвих фабрик була львівська фірма «Прогрес». Робочі процеси на цих підприємствах, ілюстрації робіт та зображення жінок-передовиць в великій кількості можна

знайти в ЦДКФФА України імені Г. С. Пшеничного (див. додатки Е. 24–30). Матеріали по роботі передових підприємств легкої промисловості широко транслювали в кіножурналі «Радянська Україна».

Попри активний розвиток індустрії моди в УРСР, яка передусім була представлена будинками моделей, та досить чітку організацію роботи інституцій, на початкових етапах їхнього функціонування була низка проблем. На початку 1960-х років, за дорученням В. Щербицького, група працівників апарату Ради Міністрів УРСР Держконтролю та Міністерства фінансів УРСР провела перевірку роботи будинків моделей республіки, під час якої було виявлено низку недоліків та поставлено під сумнів їхнє функціонування та рентабельність [694, с. 18–23]. Серед основних недоліків була їхня збитковість, наявність великої кількості працівників з низькою кваліфікацією та недостатній контакт зі швацькими фабриками. Зокрема, за 1961 рік збитки Дніпропетровського будинку моделей становили 81 тис. крб, Донецького – 106 тис. крб, Одеського – 80,5 тис. крб, Харківського – 87 тис. крб тощо.

З приводу малокваліфікованих кадрів зазначалось, що в Дніпропетровському будинку моделей з 30 інженерно-технічних посад вищу освіту мали лише 5 та середню спеціальну 12 працівників. На посаді директора працював учитель початкової школи за освітою. З 28 художників-модельєрів і конструкторів Одеського будинку моделей вищу освіту мали лише 3 особи, середню – 14, а 11 працівників були практиками. В Харківському будинку моделей лише одна посада – головного художнього керівника заміщена особою з вищою освітою; на посадах начальника модельно-конструкторського цеху, двох художників-модельєрів, старшого конструктора і головного механіка працювали практики. В модельно-конструкторському цеху та експериментальній групі Донецького будинку моделей 10 інженерних працівників не мали спеціальної освіти; начальник цеху був за фахом працівник обліку; на посадах модельєрів-конструкторів

працювали вчитель і акушерка; методистів – вчитель і вихователька; техніка-планіметроста – агроном-насіньєвод [65, арк. 48].

Наявність у будинках моделей працівників з низькою кваліфікацією частково пояснюється тим, що на початку 1960-х років у швейній промисловості спостерігалася недостатня кількість фахівців із таких спеціальностей, як художник-модельєр і конструктор одягу, оскільки спеціального навчального закладу в УРСР з підготовки цих спеціалістів не було. Хоча в березні 1961 року, відповідно до постанови Ради Міністрів УРСР, при Київському технікумі легкої промисловості були створені дворічні курси з підготовки конструкторів і модельєрів, але вони не могли випустити достатню кількість спеціалістів для УРСР [65, арк. 59].

Найбільшим недоліком, на думку заступника Голови Держконтролю П. Дудника, була низька якість розроблених моделей та затягування строків виготовлення технічної документації для швацьких підприємств, внаслідок чого відбувалось незадовільне впровадження моделей у виробництво, а підприємства швейної та трикотажної промисловості вимушені були самостійно здійснювати розроблення нових конструкцій, фасонів та моделей виробів [65, арк. 49]. У деяких випадках розроблювали моделі одягу з тканин, які не надходили на швацькі фабрики, і разом з тим розробляли мало нових видів та конструкцій одягу з наявних груп тканин, які слід було би впроваджувати для пошиву одягу. Наприклад, Дніпропетровський будинок моделей 1961 року виготовив 94 моделі жіночих капелюхів, але через те, що це робив малокваліфікований працівник, жодна фабрика не закупила цих моделей. Зразки було продано торговельним організаціям зі збитками в сумі 2,6 тис. крб. Донецький будинок моделей підозрювали в запозиченні моделей з московських журналів мод («Журнал мод», «Модели сезона») замість розроблення власних моделей [65, арк. 49]. У Львівському будинку моделей з 924 розроблених моделей швацьких виробів у 1961 році виготовлено технічної

документації та зразків за замовленням швацьких підприємств тільки на 672 моделі, а впроваджено з них на підприємствах раднаргоспу 331 [65, арк. 50]. Зі створених Харківським будинком моделей у 1961 році 762 конструкції швацьких виробів художньою радою було затверджено 718, відібрано промисловими підприємствами 440, а продано їм технічної документації лише за 242 моделями [65, арк. 51].

Варто зазначити, що ці проблеми були типові для початкового етапу становлення мережі будинків моделей. Уже 1967 року Міністр легкої промисловості Н. Іванов, підбиваючи підсумки республіканської методичної наради фахівців будинків моделей і швацьких підприємств, давав їм схвальну оцінку: «Перегляд моделей одягу показав, що колективи будинків моделей і швацьких підприємств поліпшили якість виробів, широко застосовуючи нові матеріали, які містять хімічні волокна, провели значну роботу з випуску виробів, що відповідають рівню вітчизняних і зарубіжних зразків, і підвищили рівень моделювання та естетичне оформлення моделей одягу, використовуючи в своїй роботі рекомендації естетичної комісії ВІАлегпрому Міністерства легкої промисловості СРСР та міжреспубліканської методичної наради 1966 року» [31, арк. 39].

Попри те, що загалом фабрики в розробленні моделей та фасонів одягу використовували здобутки будинків моделей, існував стереотип, що більшість речей, виготовлених на радянських швацьких підприємствах, були сірими, одноманітними та неякісними. Радянський дослідник Б. Бітехтін, вказуючи на наявні складнощі швацького виробництва, зазначав: «Коли потрібно здивувати світ, наші майстри одягу вміють створити такі “руські сувеніри”, що їм аплодує навіть розбещений модами Париж. Ми вміємо шити красиво, вигадливо, оригінально. Вміємо ... але не шиємо!» [389, с. 12].

Серед причин неякісного виготовлення одягу, на які часто вказували керівники підприємств, були нестача сировини, слабкі виробничі

потужності та технічна відсталість підприємств. Кольорова гама пояснюється повільним розвитком хімічної промисловості. Аналізуючи швацьке виробництво середини 1960-х років, Б. Бітхтін також серед інших причин зазначав безправність художників швацьких підприємств, їхню пряму залежність від організацій-продавців, відсутність «прямих зв'язків» між текстильними та швацькими підприємствами, практику ціноутворення за застарілими прейскурантами, пошиття швацькими фабриками «не свого» асортименту [389, с. 12–13].

Крім спеціальних моделюючих організацій, на кожній фабриці були свої колективи художників, але вони не визначали художню політику. Загалом, їхня діяльність зводилася до пристосування певної моделі до виробничих умов на фабриці, її прив'язку до наявної тканини та фурнітури. Але характер масової продукції від них не залежав, його диктували і визначали торгові організації. Дирекція дослухалася до думки торгових працівників, а не художників. Навіть тоді, коли йшлося про замовлення тканин і фурнітури, художники отримували тільки право дорадчого голосу [389, с. 12]. Отже, художники швацьких підприємств були обмежені завданнями суто виробничого характеру і не мали права розробляти принципово нові зразки, які могли би впливати на тенденцію моди. Такі моделі створювали будинки моделей, спеціальні художньо-конструкторські бюро. Але на практиці їхні нові моделі потрапляли у виробництво рідко.

Однією з проблем була відсутність прямих контактів між текстильними та швацькими підприємствами. Швацькі підприємства узгоджували асортимент з організаціями-продавцями, але не могли виконати їхні замовлення, тому що не могли узгодити необхідний асортимент тканин із текстильними підприємствами. На думку Б. Бітхтіна, тканини розподілялися за принципом «бери, що дають» [389, с. 13]. Виходячи з цього, фабрика шила модель з тієї тканини, яку мали змогу отримати, навіть якщо ця тканина не відповідала особливостям моделі.

Виходячи з наявних недоліків, частково стереотип «сірості та одноманітності» підтверджувався і на багатьох швацьких фабриках справді шили одяг низької якості та тьмяної кольорової гами. Попри поширення технічної документації будинками моделей, через зазначені вище причини не всі швацькі підприємства мали змогу втілити моделі одягу в повному обсязі. Показовою є карикатура на цю тему з сатирико-гумористичного журналу «Перець», де одна й та сама модель одягу, впроваджена в Будинку моделей та швацькій фабриці, значно відрізняється (див. додаток D. 24).

В умовах планової економіки орієнтація відбувалася більше на кількість, аніж на якість (див. додатки E. 29–31). Однак, судячи з видання великої кількості постанов на покращення якості виробів, соціалістичні змагання з якості одягу серед швацьких підприємств республіки, соціалістичні зобов'язання працівників фабрик на виготовлення продукції найвищої якості, спроби переорієнтації на якість все ж таки були (див. додаток E. 33). Найбільш схвальну оцінку мали підприємства та окремі жінки-передовиці, які виготовляли велику кількість тільки якісної продукції (див. додаток E. 30).

Проблеми, пов'язані з модою, виробництвом одягу в УРСР, розглядали і доносили до ЦК КПУ, Ради Міністрів УРСР та інших керівних органів, що свідчить про значущість наряду на державному рівні. Зокрема, обговорювалася тема якості одягу. Наприклад, у доповідній записці Першому секретарю ЦК КПУ П. Шелесту та Голові Ради Міністрів УРСР І. Казанцю про незадовільний випуск продукції першого сорту на швацьких підприємствах директор Українського науково-дослідного інституту торгівлі та громадського харчування Г. Байков основну причину вбачав в тому, що виробляли велику кількість багатосортних виробів замість одного – першого сорту. В зв'язку з цим якість приносили в жертву кількості. В гонитві за кількістю та продуктивністю випускали великий обсяг бракованих виробів, було недбале ставлення до обладнання тощо. На його

думку, наявна практика планування показників виробництва, що передбачала випуск з однорідної сировини виробів гірших сортів, зменшувала відповідальність підприємств за випуск всієї продукції тільки високої якості. Своєю чергою, це негативно впливало на якість продукції загалом. Як наслідок, з другої половини 1960-х років приділялася більш пильна увага до виготовлення товарів кращої якості – на рівні «найкращих зарубіжних та вітчизняних зразків».

Отже, в 1950-х роках почалась активна розбудова легкої промисловості СРСР та УРСР зокрема. Для розвитку індустрії моди та її пропагування в радянському суспільстві створювали низку державних інституцій (будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації). Будинкам моделей одягу відводилась надзвичайно важлива роль, вони були головними трансляторами радянської моди. Ефективна робота будинків моделей залежала від взаємозв'язків усередині системи виробництва модного одягу. Радянська індустрія моди складалася з великої кількості механізмів, поєднаних між собою. Найбільш важливими були текстильна і швейна промисловість, функціонування яких визначалося машинобудівною промисловістю. Текстильні фабрики потребували також барвників, що їх виробляла хімічна промисловість, рівень розвитку якої був досить низьким, чим пояснюється тьмяна кольорова гама виробів. Технологічні проблеми легкої промисловості розв'язували за допомогою імпорту обладнання та матеріалів, а також відряджень радянських фахівців за кордон для запозичення передового досвіду.

В УРСР склалась розгалужена система моделювання одягу, яка включала Український інститут асортименту виробів легкої промисловості і культури одягу, шість швацьких та п'ять профільних будинків моделей. Цей факт свідчить про те, що УРСР була одним із головних центрів моделювання одягу в Радянському Союзі. Разом із розробленням технічної документації та нових моделей одягу для впровадження у масове

виробництво будинки моделей виготовляли моделі перспективного (виставкового) напрямку, що входили в сезонні колекції для показу населенню та для експонування на міжнародних ярмарках і виставках одягу.

Попри це, на початковому етапі була низка проблем, які вимагали нагального розв'язання. Вони не обмежувалися відсутністю належної кількості кваліфікованих працівників чи затягуванням строків виготовлення технічної документації для швацьких підприємств, що значно ускладнювало впровадження нових моделей одягу. Тому структура, функції та організація індустрії моди в УРСР потребує подальшого дослідження.

2.3. Мода та радянські реалії: трансфер знань і досвід закордонної співпраці

Закордонні відрядження радянських модельєрів та фахівців сфери легкої промисловості до передових капіталістичних країн відбувались у досить суперечливий період історії, тому що, попри «холодну війну» між СРСР та західними країнами, радянська влада прагнула налагодити зв'язки у сфері модної індустрії. В цей час відбувався процес становлення радянської модної індустрії, в ході якого, з одного боку, радянська пропаганда нещадно критикувала західну моду, а з другого – влада ініціювала закордонні поїздки радянських спеціалістів, демонструючи неабиякий інтерес до витончених західних зразків моди.

Варто зазначити, що самі закордонні відрядження в Радянському Союзі підлягали суворій регламентації з боку керівництва країни. Вибір фахівців і оформлення їхніх документів в установленому порядку для відрядження в зарубіжні країни здійснювались за поданням і погодженням з відповідними міністерствами союзних республік, галузевими управліннями та відділами міністерства та всесоюзними об'єднаннями при Міністерстві легкої промисловості СРСР. Перед поїздкою в зарубіжні країни фахівці проходили відповідну підготовку, вивчали матеріали з тематики відрядження, стан

питання в країні, куди вони прямують, і в Радянському Союзі, використовуючи з цією метою наявну в науково-дослідних інститутах, Центральній науково-технічній бібліотеці літературу та інформацію, а також звіти про відрядження, які відбулися раніше. Окрім цього, перед виїздом за кордон, фахівці проходили інструктаж у відповідних управліннях розвитку підгалузей легкої промисловості, управліннях і всесоюзних об'єднаннях [306, арк. 28].

Як правило, звіти і пропозиції фахівців про результати відряджень за кордон обговорювалися на радянських вчених радах інститутів, на секціях науково-технічних рад міністерств. Багато звітів та заходів розглядалися за безпосередньої участі заступників міністрів, а деякі на колегіях міністерств. Звіти та заходи за результатами закордонних відряджень також розглядали на колегіях міністерств легкої промисловості Української РСР, Білоруської РСР та інших республік [306, арк. 29].

Щопівроку або раз на рік у відділі закордонних відряджень Державного науково-технічного комітету (ДНТК) писали звіти міністерств і відомств про виконання плану науково-технічного співробітництва СРСР із зарубіжними країнами та заходів щодо впровадження його результатів. У звітних даних вказували такі дані: кількість відряджених фахівців, де до того ж окремо позначалось, скільки осіб їздили в соціалістичні, і скільки в капіталістичні країни; загальна сума витрачених коштів на відрядження в зарубіжні країни; кількість розроблених заходів та їхня економічна ефективність тощо [303, арк. 1–116; 304, арк. 1–127; 306, арк. 1–33].

Метою відряджень спеціалістів і відповідно їх прийому протилежною стороною було ознайомлення із закордонними досягненнями та досвідом роботи в галузі моди, налагодження співпраці з відповідними інституціями за планами співробітництва та рішеннями ДНТК, участь у роботі конгресів, конференцій, симпозіумів, семінарів, відвідування промислових виставок та ярмарків, науковий туризм [304].

Окремо зазначали кількість фахівців, прийнятих у міністерстві та на підприємствах, в інститутах і установах. Також до звіту додавали перелік найбільш актуальних тем, з якими були ознайомлені фахівці з соціалістичних і капіталістичних країн (окремо за кожною країною) на підприємствах і організаціях Мінлегпрому СРСР [304, арк. 13–14].

Крім цього, у звіті могли описуватися можливі претензії як радянських фахівців, так і закордонних партнерів. Прикладом можуть бути претензії до американської сторони щодо виконання Угоди про обміни 1964–1965 років, в яких вказувалося, що «як і раніше, організація відвідувань американських промислових підприємств і науково-дослідних установ мала швидкий, поверхневий характер. У низці випадків на шкоду робочій програмі під час відвідування тих чи тих об'єктів занадто багато часу приділялося обідам і прийомам» [302, арк. 193].

Найбільш важливими визнавалися поїздки радянських модельєрів в одну з країн-«законодавиць моди» – Францію. Перша зафіксована поїздка радянських модельєрів до Франції відбулася 1957 року [296, арк. 80–83]. На думку директора Загальносоюзного будинку моделей одягу М. Нікіфорова, це відрядження було вкрай необхідним «у зв'язку з тим, що в 1958 році передбачалась демонстрація радянських моделей одягу на десяти міжнародних виставках (зокрема на Всесвітній виставці в Брюсселі і на Міжнародному конгресі моди в Бухаресті)». М. Нікіфоров також підкреслював: «Ми сподіваємося, що ці переговори дадуть позитивні результати, оскільки представники асоціацій провідних Будинків моделей Парижу («haute couture») і Будинків моделей, що працюють для промисловості (фірма «Trois hirondelles») відвідали ЗБМО, познайомилися з його роботою, розмовляли з художниками і усно висловили бажання прийняти у себе наших художників-модельєрів» [296, арк. 81].

Виходячи з цього, можна сказати, що прохання радянських фахівців про відрядження ґрунтувалося на офіційному запрошенні від представників

асоціації «haute couture», які відвідали ЗБМО 24 серпня 1957 року, і від президента фірми «Trois hirondelles» («Три ластівки»), який відвідав ЗБМО 29 липня 1957 року. Очевидно, що французькі фахівці в галузі моди також були зацікавлені у візитах своїх радянських колег, вивченні їхніх методів роботи.

До заяви про відрядження також додавався список паризьких будинків моделей, які бажано відвідати радянським фахівцям, серед них «Christian Dior», «Balenciaga», «Hubert de Givenchy», «Lanvin (Cartillo)», «Jacques Fath», «Pierre Balmain», «Jean Patou», «Maggy Rouff». Слід зазначити, що презентації колекції «високої моди» вважалися найголовнішими подіями в світі моди, можливість присутності на яких була обмежена [677, с. 351]. Той факт, що радянські модельєри були допущені в елітарні кола світу моди, запрошені на перегляд колекції, свідчить про позитивне сприйняття французькими фахівцями своїх радянських колег та готовність поділитися певними секретами в сфері індустрії моди.

У 1958 році Голові ДНТК Ю. Максареєву було подано заяву з проханням «дозволити відрядження двох провідних художників-модельєрів ЗБМО до Франції у вересні 1958 року на перегляд нових модних колекцій французьких будинків моделей» [296, арк. 83]. Необхідність відрядження була пов'язана з тим, що «радянські художники-модельєри, які восени 1957 року спільно з модельєрами країн народної демократії відвідали демонстрацію французьких моделей одягу, дали високу оцінку модним лініям і перспективним пропозиціям французьких модельєрів», а також з тим, що «вивчення французьких зразків моделей має велике практичне значення для радянських модельєрів у зв'язку із завданням щодо розширення асортименту і поліпшення якості одягу, який випускається швейною промисловістю Радянського Союзу» [296, арк. 83]. Прохання, однак, було відхилене у зв'язку з тим, що аналогічна поїздка відбулася минулого року і тому «немає сенсу їхати знову». Отже, бажання фахівців вивчати потреби

світової моди, яка змінюється щопівроку, виявилось чужим для керівництва країни, що підтвердилося заборонаю повторної поїздки радянських модельєрів.

Попри це, контакти радянських модельєрів із французькими колегами тривали: було отримано запрошення в Париж на січень 1960 року на презентацію нової колекції «весна–літо». Офіційне запрошення представникам Будинку моделей було надіслано паризьким будинком мод «Christian Dior» через Держплан СРСР. Представник Держплану І. Зотов запропонував ЦК КПРС відправити до Франції на 10 днів художнього керівника ЗБМО А. Кулічева та провідного художника експериментально-методичного ательє Л. Єфремову «для ознайомлення і можливої закупівлі нових моделей одягу французьких моделювальних фірм» [277, арк. 1].

13 січня 1960 року ЦК дозволив виїзд двох представників Будинку моделей у Францію на 10 днів. Метою поїздки делегації було вивчення всієї системи організації виробництва і поширення модного одягу у Франції, запозичення передового досвіду [695, с. 49–55].

Звертає на себе увагу той факт, що після повернення з Франції модельєри писали позитивні відгуки про Париж у періодичних виданнях. Прикладом може бути стаття Л. Єфремової в журналі «Декоративное искусство СССР», де вона розповідала про те, як створюється французька мода [428, с. 40–42]. Ця стаття була написана після того, як Л. Єфремова разом з А. Кулічевим побували в Парижі на запрошення фірми «Christian Dior» і ознайомилися з її роботою. Вона підкреслювала, що моделі паризького будинку мод «haute couture» фірми «Christian Dior» створюються руками скромних трудівниць, а кажучи про одяг самих парижан, вона вживала терміни, властиві концепції «радянської» моди. Наприклад, вона говорила про простоту і наявність смаку в одязі парижан, про те, що парижанки ніколи не слідують моді сліпо, а славляться тим, що мають свій стиль одягу, і цьому корисно в них вчитися [428, с. 41–42].

У наступній статті Л. Єфремова порівнювала «моду двох столиць» – Парижу й Лондону [426, с. 34–35]. Говорячи про одяг парижан, вона знову-таки підкреслювала: «На вулиці, особливо вдень, ви ніколи не зустрінете якогось «надоригінального» фасону, все стримано, тактовно і обов'язково елегантно! Риси елегантності, гарного смаку і дуже обережного використання моди типові для всіх парижан. Вони моду ніколи не перебільшують, не вихоплюють випадкових новинок, з нею поводяться вміло, «по-хазяйськи». Тут мода служить людям, вони не є її рабами. Разом з тим ви її відразу відчуєте в загальних рисах силуету, пропорціях, кольорах одягу» [426, с. 34]. Своєю чергою, говорячи про моду британської столиці, Єфремова підкреслювала, що вона «розвивається за двома лініями, одна з яких здається переважною, – це лінія копіювання паризької моди. Париж пишається тим, що така країна, як Англія, залишається послідовницею французької моди, а лондонські фірми теж пишаються: вони в точності і швидше за інших відтворюють «високу» французьку моду. Французька фірма «Christian Dior» спеціально для Лондона щорічно готує дві колекції моделей» [426, с. 34]. Однак, підбиваючи підсумок, вона вказувала на те, що «схожість у розвитку форм одягу різних країн в жодному разі не повинна позбавити її специфіки, привести до копіювання і прямого запозичення. Не тільки мода, але весь стиль нашого одягу при всьому його інтернаціональному характері повинен бути типовий саме для нашої країни, для нашого народу, його зовнішнього вигляду, відповідати нашим обставинам» [426, с. 35].

У зв'язку з цим інтерес викликає думка мистецтвознавиці Л. Крамаренко про те, як створюється «радянська» мода: «Загадкова всемогутня мода, як і в колишні часи, народжується в модних фірмах Парижу. Ми ж, з одного боку, намагаємося пристосувати цю моду до наших умов життя та економіки, а з другого – все ж не наважуємося зовсім відірватися від Крістіана Діора. Внаслідок цього поєднання з'являється

«радянська мода»» [462, с. 21]. Виходячи з цього твердження, ми бачимо певну «дифузю» радянської та західної моди. Якщо говорити в цілому, то відбувалася орієнтація на «буржуазну» моду, яка офіційно розглядалася радянською ідеологією як чужа.

Наступна поїздка радянських модельєрів до Парижу відбулася в березні-квітні 1965 року [292]. У складі радянської делегації було 5 осіб, які перебували у Франції протягом 19 днів. Керівником делегації була А. Левашова – начальниця відділу одягу Спеціального художньо-конструкторського бюро Мосміськраднаргоспу, художник-модельєр. Також у складі були Л. Єфремова (головна конструкторка одягу СХКБ, художник-модельєр), Л. Синякова (перекладачка, старший інженер відділу одягу СХКБ), Т. Озерна (головна художниця комбінату імені Свердлова Мосміськраднаргоспу), Л. Турчановська (художній керівник ЗБМО Держкомітету з легкої промисловості при Держплані СРСР) [292, арк. 1]. Слід зазначити, що порівняно з попередніми поїздками це закордонне відрядження за складом і часом перебування було найчисленнішим і найбільш тривалим. Основними завданнями поїздки було «ознайомлення з організацією питань моди на фірмах і підприємствах, що займалися випуском модної продукції; вплив моди та економіки на асортимент, його змінюваність і естетичний рівень одягу населення; вивчення системи роботи фірм, що моделюють одяг і супутні йому предмети» [292, арк. 1]. Основною фірмою, яка брала участь у складанні програми і надала можливість найбільш ретельно ознайомитися з системою її роботи, був «Christian Dior».

Після повернення на батьківщину радянські фахівці уклали детальний звіт (58 сторінок) про організацію та систему управління французькою модою, а також подали свої висновки і пропозиції. Вони визнавали Францію як законодавицю світової моди: «До цього часу навіть країни, передові у сфері виробництва одягу, щорічно надсилають своїх представників в Париж для вивчення досвіду моделювання, бо за майстерністю, культурою

(організацією питань моди) вона залишається на першому місці в світі» [292, арк. 56].

Радянські спеціалісти захоплювалися тим, що «за багато років у роботі всіх паризьких фірм, які так чи так обслуговують моду, склалася своя дуже чітка система, свої традиції і виробилася майстерність, секрети якої дбайливо охороняються. Всі до однієї фірми, незалежно від рівня і розмаху, готують «модні колекції» своїх зразків у таємниці один від одного і випускають їх у світ – кожні півроку – нові. Ніколи не буває ніяких «перехідних» моделей, тканин, що затрималися, тощо. Кожні півроку – нові тканини, нові моделі, нові прикраси, моделі білизни, взуття тощо. Все, що було в минулому півріччі – знімається або розпродається дуже швидко значно дешевше. Це стосується всіх, починаючи від найбільших «королів моди», моделюючих фірм «haute couture», і закінчуючи майстернями при магазині» [292, арк. 3]. Окрім цього, вони наголошували: «Ніде, ніколи не випускаються моделі, зразки чи вироби «для показів» або «для виставок». Вони випускаються тільки для продажу – фірмам, підприємствам, магазинам чи приватним клієнтам. Це забезпечує реальність поширення і впровадження паризької моди. На всі покази та виставки за кордоном фірми возять ті самі моделі, які вийшли у них в цьому сезоні, не змінюючи ні термінів їх виходу, ні розкладу показів у себе і не створюючи додаткових моделей» [292, арк. 4].

У зв'язку з вищевказаним було запропоновано: «Для підвищення культури одягу населення всю роботу з моделювання одягу, зокрема створення «перспективних» і масових моделей, будувати тільки з урахуванням можливості їхнього відтворення в серійному чи масовому випуску (за сировиною і технологією). Треба припинити практику оглядів та звітів моделюючих організацій з демонстрацією нереальних моделей, що призводить до неправильного орієнтування творчих колективів та

нераціонального витрачання часу, державних коштів і творчих сил» [292, арк. 51].

Не є дивним факт найбільшого захоплення фірмою «Christian Dior», адже саме вона була найбільш прихильною до своїх радянських колег, при цьому вбачаючи в СРСР великий ринок збуту для своїх товарів. Зокрема, у звіті вказувалося: «Фірма «Christian Dior» представляє великий інтерес для вивчення питань моделювання, організації моди і координації. Це фірма найвищого класу, що ввібрала найкращі вікові традиції Франції в цій сфері, хоча вона виникла значно пізніше деяких будинків тієї ж плеяди» [292, арк. 4]. У той період фірмою керував учень К. Діора – М. Боан, він також викликав захват у делегації: «Про нього в фірмі кажуть у найвищому ступені: «він вигадав, він вибрав, він вирішив» тощо. Ніяких інших слів ви не почуєте. Що запропонував Марк Боан – це закон. Ніяких художніх рад і погоджень не буває, тому що в цілому художник відповідає за все. Якщо те, що він запропонував не купуватимуть – фірма прогорить. Звичайно, його відповідальність величезна, але і престиж людини завжди вище, йому вірять, його рекомендаціям слідує» [292, арк. 5]. У зв'язку з цим інтерес викликає пропозиція радянських фахівців – «для досвіду деяким моделюючим і текстильним підприємствам, що мають кадри високої кваліфікації, надати право самостійного затвердження моделей і зразків без галузевих художніх рад, наприклад: Загальносоюзному Будинку моделей одягу, СХКБ Мосміськраднаргоспу, Ленінградському і Ризьким будинкам моделей, комбінатам «Красная роза» та імені Свердлова, що допоможе уникнути взаємного копіювання» [292, арк. 50]. Отже, ми бачимо, що радянські модельєри так само хотіли проявляти свою індивідуальність в моделюванні та створенні колекцій одягу.

У радянських модельєрів вийшло побувати на показі колекції фірми «Christian Dior», і у своєму звіті вони позначили всі нюанси колекції до найдрібніших подробиць. Зали, в яких демонстрували моделі, були «забиті

клієнтами, фірмачами з США, Лондона та інших країн, які, затамувавши подих, переглядали колекції» [292, арк. 6]. Важливим було те, що, розповідаючи про колекції «Christian Dior», модельєри підкреслювали: «Нічого немає такого, що б підлягало якомусь осуду чи було неприйнятним для нас». Виникає парадоксальна ситуація: з одного боку, «західна» мода всіляко засуджується на офіційному рівні, з другого – модельєри не бачать в «буржуазній» моді нічого такого, що б підлягало якомусь осуду. Навіть більше, вони запропонували «замість придбання великої кількості зразків швацьких виробів з різних країн організувати двічі на рік закупівлю невеликої кількості високоякісних моделей фірми «Christian Dior», що сприятиме подальшому підвищенню кваліфікації в цій сфері і розв'яже питання виробів «світового рівня»» [292, арк. 56].

Крім цього, у пропозиціях звіту, які стосувалися вивчення закордонного досвіду моделювання одягу, були пункти про «пошук можливості показів моделей паризьких фірм у Радянському Союзі, що принесло би велику користь і фахівцям, і населенню», а також про «перегляд наявного порядку передплати й поширення зарубіжних журналів мод, а також їхніх найменувань та кількості примірників» [292, арк. 56].

Радянські фахівці вважали, що «регулярне й планомірне вивчення досвіду, спрямоване на підвищення майстерності, дасть значні результати для підвищення рівня радянської промисловості. Це допоможе в більш короткий термін освоїти майстерність паризьких модельєрів, уникнути наслідування, досягти світового рівня і одночасно створити свій стиль одягу» [292, арк. 56]. Виходячи з цього, ми бачимо, що радянські модельєри прагнули не сліпо копіювати західну моду, а використати трансфер знань про індустрію моди Заходу та створити власний стиль одягу.

Інтерес представляє комерційна складова життя паризьких фірм, бо навіть найдорожчі будинки мод, такі як «Christian Dior», що продавали свої моделі фірмам і приватним замовникам за високими цінами та мали право

продати кілька разів кожну модель, не повертали своїх витрат. Їхні доходи трималися найчастіше на продажу інших фірмових виробів, наприклад парфумів, також мав значення серійний випуск швацьких виробів, яким займалися всі фірми [292, арк. 14].

Побувавши в школі моделювання паризької синдикальної палати, яка готувала фахівців високої кваліфікації для будинків моделей, радянські фахівці у звіті докладно описали етапи навчання в школі, а так само вказали той факт, що школа відправляє своїх викладачів на запрошення в інші країни і в них є своя система викладання та посібники, які ніде не видані. Як наслідок, надходить пропозиція «запросити викладача паризької школи моделювання, організувавши курси підвищення кваліфікації з моделювання та конструювання жіночого одягу» [292, арк. 55].

Зазначимо, що радянські фахівці були в захваті не від кожної фірми, яку відвідували. Так, побувавши на фірмі «haute couture» – «Jacques Griffe», вони зазначили: «Тут загальна культура і навіть смак стоїть на значно нижчому рівні, ніж «Christian Dior», хоча її так само рекламує преса. Відвідування цієї фірми було для нас корисно тільки з позиції орієнтування і більш обережного підходу до побаченого, оскільки виявилось, що не всі паризькі фірми гідні вивчення та наслідування» [691].

Окремо варто згадати організацію реклами й торгівлі в індустрії моди Франції. Радянські модельєри визнавали, що «мистецтво торгівлі, знання психології покупця, вміння привернути його до магазину, звабити його товарами у Франції на найвищому рівні», а також підкреслювали те, що «нам є чого повчитися, що запозичити, особливо зараз, коли у нас відкрита велика мережа нових магазинів, а прилавки повні товарами» [292, арк. 41].

Вони відзначали: «У Парижі немає двох схожих вітрин, як у нас. Вітрини ДУМу (Державного універсального магазину), ЦУМу (Центрального універсального магазину) і багатьох інших магазинів нічим по

суті не відрізняються один від одного і створюють одноманітність, яка ніяк не приваблює покупця» [691, с. 226–227].

Примітно, що ще 1959 року В. Алексєєва у статті «Вітрини магазинів» всіляко підкреслювала талант декораторів ДУМу і ЦУМу: «Творчі колективи ДУМу і ЦУМу по праву посідають перше місце. Оригінальність, винахідливість, вигадка, художнє чуття відрізняють їхні найкращі роботи. У мистецтві створення вітрин крига зрушила» [376, с. 16]. У 1963 році Б. Бродський писав: «Головний художник ЦУМу В. Переяслов зумів принести в оформлення вітрини суто архітектонічне почуття масштабу й ритм. За кожною його вітриною відчувається глибоке розуміння цілей радянської торгівлі, смак, знання психології радянського покупця. Вітрини ЦУМу підкуповують своєю простотою і вигідно відрізняються від вітрин ще більш великого магазину – ДУМу, вирішеного теж яскраво і мальовничо, але з претензією на зовнішню красивість. Вітрини ЦУМу прагнуть переконати. Вітрини ДУМу – сподобатися. Тому вони оформляються дефіцитними товарами, рідко наявними на прилавку. Повз вітрин ЦУМу проходять реальні покупці. Повз вітрин ДУМу проходять тільки туристи, бо головний під'їзд з боку Червоної площі закритий» [394, с. 11]. Отже, ми бачимо суперечності в оцінці оформлення вітрин в СРСР на прикладі ДУМу і ЦУМу. Слідуючи позиції радянських модельєрів, воно залишалося на низькому рівні.

Те, що вітринам магазинів у Радянському Союзі з кінця 1950-х років приділялась значна увага, можна підтвердити проханням радянських фахівців 1958 році поїхати у відрядження до Франції на фірми, які займались виготовленням манекенів. Манекени у Франції виготовляли фірми: «Pierre Imans», «Siegel», «Rosa», «Jean Saint Martin». Радянських спеціалістів, цікавила насамперед найбільш велика й відома в Європі фірма «Siegel», яка мала «три невеликі заводи з кількістю робітників близько 200 осіб» [296, арк. 95]. Фірма виробляла різні манекени і весь комплект вторинного

устаткування для великих магазинів. Під час переговорів Гардот, комерційний директор фірми «Siegel», повідомив, що їхня фірма зможе ознайомити радянських спеціалістів (2–3 осіб) протягом трьох днів з організацією процесу виробництва на всіх трьох заводах фірми [296, арк. 95].

Також підтвердженням зацікавленості в рекламі і торгівлі, насамперед у зарубіжних країнах, може служити видання щомісячного бюлетеня «Торгівля за кордоном», який виходив для надання активної допомоги широким колам працівників державної торгівлі та споживчої кооперації у справі освоєння ними найбільш цінного зарубіжного досвіду, здатного принести їм практичну користь у їхній повсякденній роботі. Журнал мав розділи з реклами та організації і нових методів торгівлі. Оскільки торгівля і реклама в цьому виданні була орієнтована на Радянський Союз, то вивчали переважно соціалістичні держави. Типовими заголовками були: «Реклама і формування споживчого попиту в соціалістичних країнах» [560, с. 44–47], «Соціалістична торгівля на новому етапі» [587, с. 37–41], «Рекламний друк соціалістичних країн» [561, с. 55–58] тощо.

У 1969 році, у складі спеціалізованої групи працівників легкої промисловості у Франції побували два модельєри Київського будинку моделей – Т. Забанова та О. Бондаренко [74, арк. 248–270]. Поїздка тривала 10 днів. Мета поїздки полягала в тому, щоб ближче і краще познайомитися як з легкою промисловістю Франції, її модою, так і з національною культурою [74, арк. 248]. Працівниці будинку моделей представили в звіті (20 сторінок) не тільки детальний огляд французької моди, але і в цілому інформацію про визначні пам'ятки Парижу, замітки про повсякденне життя тощо. Як і в попередніх звітах, зазначалося, що більшість французів одягнена просто, охайно і з хорошим смаком. Але, крім цього, ще й дешево (аналогія з доступністю речей, як в СРСР). Вони акцентували увагу, що не все з одягу французів є прийнятним для радянських людей, але багато що представляє

безперечний інтерес, оскільки «французи мають величезну традицію і велику культуру в мистецтві одягатися» [74, арк. 249].

Серед відвідуваних будинків мод був «Christian Dior». Однак риторика щодо нього вже була інша. На думку радянської делегації, їх прийняли не так, як належить. Члени делегації відзначали холодність, помпезність, байдужість і зарозумілість не тільки у ставленні до них, а й до інших відвідувачів. Підсумовуючи, радянські модельєри дійшли висновку: «Ця фірма є живим втіленням знаменитих будинків мод капіталістичного світу, де основну цінність представляють лише люди, що хизуються своїм багатством. Тільки гроші і ніщо інше є єдиним мірилом цінності людини і, як видно, фірму «Діор» відвідують тільки такі люди. Вони сидять в залі гордовиті та важливі, не спілкуючись і не поважаючи тих, хто сидить поруч» [74, арк. 252]. Вочевидь, фірма «Christian Dior» уже не мала зацікавленості в співробітництві з Радянським Союзом. Можливо також, що оскільки «гості» були не з радянської столиці (Москви), то їм не надали необхідної уваги.

Натомість радянська делегація відзначила модний будинок «Louis Feraud», який був вельми привітний і люб'язний. Члени делегації це пов'язували з тим, що французькі колеги відвідували СРСР під час фестивалю мод 1967 року та, ймовірно, в них лишилося добре враження від країни [74, арк. 252]. Цікаво також, що в своєму звіті вони щодо кожної фірми, яку відвідували, зробили детальні нотатки (наприклад, кількість працівників, кількість товарів, що випускають у день, яке обладнання використовують). Також були зроблені замальовки вподобаних моделей.

За архівними матеріалами, можна простежити також налагодження взаємин і закордонні відрядження до США та Італії. Так, 27 січня у Вашингтоні закінчилися розпочаті 28 жовтня 1957 року переговори між СРСР і США з питань розширення контактів і зв'язків між двома країнами. Внаслідок переговорів було підписано «Угоду між Союзом Радянських

Соціалістичних Республік та Сполученими Штатами Америки в галузі культури, техніки та освіти» [299, арк. 1].

З радянського боку угоду підписав голова радянської делегації на переговорах посол СРСР у США Г. Зарубін, з американської – спеціальний помічник державного секретаря США з питань обміну між Сходом і Заходом В. Лейсі. Обидві делегації взяли спільне комюніке, в якому було зазначено: «У цій угоді обидві сторони беруться забезпечити обмін в таких областях, як радіо і телевізійні передачі та показ фільмів, а також організувати протягом наступних двох років широкий обмін у галузі культури, техніки та освіти. Цю угоду обидві сторони розглядають як значний перший крок у поліпшенні взаєморозуміння між народами СРСР і США, і висловлюється сподівання, що вона буде виконуватися так, щоб зробити істотний внесок у поліпшення відносин між двома країнами і тим самим також сприяти зменшенню міжнародної напруженості» [299, арк. 1].

Свідченням зацікавленості радянської легкої промисловості в американській можуть служити переговори за угодою між СРСР і США 1960 року в частині легкої і текстильної промисловості. Вітчизняну промисловість цікавили питання організації трикотажної, швейної, текстильної, шкіряно-взуттєвої промисловості, роботи зі штучною шкірою тощо [300, арк. 80–82]. Того ж року П. Колесников, заступник директора з наукової частини Центрального науково-дослідного інституту швейної промисловості, у заяві заступнику начальника відділу зовнішніх зносин ДНТК СРСР С. Левіну писав, що «інститут гостро потребує в матеріалах по швацькій галузі в США – загальних відомостях про стан швейної промисловості, витратах часу на виготовлення швацьких виробів всього асортименту, схемах розподілу праці, системі організації виробництва залежно від асортименту виробів і потужності підприємств, типам діючих потоків, обладнанні, що має практичне застосування та перспективне, технології виготовлення швацьких виробів тощо» [301, арк. 330]. У зв'язку з цим він просив «у найкоротші

строки запросити зазначені матеріали і направити їх у відділ науково-технічної інформації інституту для перекладання, узагальнення та використання їх для роботи» [301, арк. 330].

Одна зі знакових поїздки до США відбулася 1979 року. Це була поїздка строком на два тижні на підприємства з виробництва джинсового одягу [82, арк. 34–100]. Всього було відвідано десять підприємств, основними з яких були «Levi Strauss», «Lee» і «Blue Bell». Основною метою поїздки було проведення переговорів з американськими фірмами щодо проекту створення в СРСР підприємства з виробництва виробів з джинсових тканин [82, арк. 1].

Звіт становив 66 сторінок. Попри те, що в цей період джинсовий одяг все ще засуджували в СРСР, в звіті простежується неабияка зацікавленість у виробництві джинсового одягу в СРСР. Причому найбільше акцентувалася увага саме на фірмі «Levi Strauss», оскільки вона, на думку фахівців, була найкращою в сфері виробництва джинсового одягу.

У звіті детально охарактеризовано особливості конструкції, технології та виробництва на підприємствах, що виготовляють джинсові вироби. Наприклад, було зазначено, скільки годин людина працює на кожному з підприємств, яку кількість виробів вона виготовляє за день, яка система підготовки кадрів (див. додаток D. 40). Наводились приклади відмінних рис виготовлення джинсів на різних фірмах (фірмові оздоблювальні строчки на задніх кишенях тощо) (див. додаток D. 41). У висновках було підбито підсумки: завдяки чому зазначених підприємствах досягається висока продуктивність праці, високий рівень якості й різноманітність асортименту [82, арк. 96–98]. У пропозиціях вони акцентували увагу на сильних сторонах кожної з фірм і пропонували запозичити найкращі досягнення [82, арк. 98–99].

Радянських фахівців також цікавив розвиток швейної промисловості в Італії. У 1958 році голова ДНТК Ради Міністрів СРСР Ю. Максарєв звернувся до голови Раднаргоспу Московського (обласного) економічного

адміністративного району А. Костоусова з проханням про відрядження до Італії на фірму «Neschi» групи радянських фахівців з виробництва швацьких машин. Аргументом для поїздки стало те, що «фірма «Neschi» була однією з найбільших фірм з виробництва швацьких машин, що мала світову популярність». З метою ознайомлення з технічними новинками та досвідом у галузі технології та організації виробництва швацьких машин на підприємствах цієї фірми, вважали доцільним відрядити до Італії групу радянських фахівців з виробництва швацьких машин [297, арк. 21].

Далі ДНТК Ради Міністрів СРСР просив дозволити відрядження радянської делегації фахівців текстильної промисловості в Італію на 20 днів в кількості 7 осіб (1958 рік). У поясненні, зокрема, вказувалося: «Президент італійської фірми «Novoseder» П. Саворетті запрошує до Італії в першому кварталі 1958 року делегацію технічних керівників текстильної промисловості СРСР для ознайомлення з технікою текстильної промисловості і текстильного машинобудування Італії. Основною метою поїздки є ознайомлення з технікою і технологією виробництва пряжі і тканин на текстильних фабриках і на машинобудівних заводах Італії, зокрема, вельми цікавим є відвідування текстильної фабрики Піреллі в м. Мілан, де в процесі прядіння задіяна потокова лінія. Враховуючи, що в минулому делегації СРСР ознайомилися тільки з експонатами на виставках в м. Бусто-Арсіціо та відвідали переважно тільки частину підприємств вовняної галузі текстильної промисловості, ця поїздка технічних керівників текстильної промисловості дозволить відвідати велику кількість підприємств за допомогою фірми «Novoseder»» [297, арк. 38]. Як наслідок, незабаром відбулася ряд закордонних відряджень до Італії.

Окрім закордонних відряджень до передових капіталістичних країн для ознайомлення з роботою легкої промисловості та організацією управління індустрії моди, ми можемо також спостерігати низку поїздок радянських спеціалістів на промислові виставки, де вони експонували свої вироби,

зокрема одяг. Зазвичай після кожної поїздки на виставку також писали детальний опис усього, що експонувалось, та подій, які трапились під час подорожі. Зокрема, у «Звіті про відрядження делегації фахівців на Міжнародну виставку трикотажного устаткування в м. Атлантик-Сіті (США)» у 1963 році є докладний опис кожної трикотажної машини, опис заводів і фабрик до найдрібніших деталей. У кінці звіту – пропозиції делегації про те, що необхідно впровадити в СРСР, запозичивши досвід США [285, арк. 1–76].

Варто звернути увагу на звіти про відрядження на радянську торгово-промислову виставку в Італію (1964 рік) та Данію (1965 рік). Після опрацювання звітів можна дійти висновку, що їхні автори прагнули розповісти все можливе про ці країни та зробити акцент на тому, що СРСР нічим не гірший, а навіть кращий за них. Деякі висловлювання в обох звітах повторювались, тому ми можемо говорити про наявність певних «штампів», які мали ідеологічне забарвлення. Наприклад, у звіті про Данію зазначалось: «Виставка допомогла данцям дізнатися правду про нас, вона була наших ворогів і дуже допомогла нашим друзям» [289, арк. 26]. Те саме вказано і в звіті про поїздку до Італії. В документах також містився детальний опис самої виставки та реакції на неї з боку населення, зазначалось, що відгуки були дуже позитивні і більшості людей ця виставка «відкрила очі» на Радянський Союз та його промисловість, зокрема одяг [287, арк. 8–15; 289, арк. 21–26]. Окрім цього, у звіті про Італію представлений детальний огляд моди в Італії (весна–літо 1964 року), у якому авторка описує кольори, фактури тканин, силуети, фасони та інші найдрібніші подробиці. Також надані фотографії, що ілюструють італійську моду весна–літо 1964 року [287, арк. 28–41]. Виходячи з цього, можна сказати, що однією із задач, яку ставили перед собою фахівці перед поїздкою в іншу країну, була потреба отримати якомога більше інформації про неї та розповісти про це на

батьківщині. Найкраще з побаченого, на думку спеціалістів, потребувало запозичення і реалізації в СРСР.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що протягом 1950–1960-х років з'являються можливості для проникнення західної моди в СРСР: у країні проходять фестивалі, конгреси мод та міжнародні виставки, відбуваються закордонні відрядження фахівців. Під час аналізу офіційного дискурсу, ми спостерігаємо суперечність у ставленні до моди: з одного боку, наявність певних ідеологічних міфів та всебічний осуд західної моди, а з другого боку, її схвалення, доказом чого слугує низка офіційних відряджень до передових капіталістичних країн та звіти, які містять переважно схвальні відгуки про західні модні тенденції.

Виходячи з цього, можна говорити про суперечність між тим, що декларувалось та тим, що було в реальному житті. Попри офіційне засудження в радянській історіографії всього, що пов'язане з Заходом, зокрема й одягу, архівні матеріали свідчать – закордонні відрядження модельєрів та спеціалістів у галузі легкої промисловості до капіталістичних країн для вивчення «західних» тенденцій у моді, одягу, тканин, роботи легкої промисловості та впровадження їхнього досвіду в СРСР.

Кожна поїздка спеціалістів в галузі моди жорстко регламентувалася керівництвом країни. Закордонні відрядження слугували трансфером знань про західну моду, а тому після повернення на батьківщину службовці легкої промисловості мали обов'язково написати звіт, в якому детально відображались всі події, що відбувались із ними під час поїздки.

Велику цінність для дослідження становлять матеріали поїздок радянських модельєрів в країну-«законодавицю моди» Францію, метою яких було вивчення організації та управління французькою індустрією моди, і, як наслідок, впровадження найкращих, на думку радянських фахівців, «капіталістичних» досягнень у себе на батьківщині. Найбільшу прихильність до своїх радянських колег проявляла фірма «Christian Dior», яка бачила в

СРСР великий ринок для збуту своїх товарів. Не менш важливим є відрядження службовців до США для вивчення виробництва джинсів, насамперед «Levi's», та спробою налагодити співробітництво. Матеріали звітів радянських фахівців у галузі моди свідчать: концептуальні відмінності між «соціалістичною» і «капіталістичною» модою, що належали офіційному дискурсу, не мали значного впливу на реальну практику радянських модельєрів. Водночас спілкування з фахівцями закордонних країн, вивчення досвіду їхньої роботи сприяло підвищенню кваліфікації радянських фахівців, розширювало творчі можливості для створення зразків одягу на міжнародному рівні.

Висновки до розділу 2

Мода була суперечливим явищем у Радянському Союзі. Спочатку її не сприймали, заперечували і всіляко критикували, бо вважали «буржуазним» проявом Заходу, чимось невластивим радянському суспільству. Частково це пояснюється тим, що протягом 1920–1940-х років ключовою проблемою залишалося забезпечення більшості громадян речами першої необхідності, і мови про моду та модний одяг як такий бути не могло.

У другій половині ХХ століття в СРСР тема моди знову актуалізувалася. Відчутно покращився добробут, культурно-освітній рівень, і, звичайно, зросли запити громадян. Це сприяло зацікавленості в модному та якісному одязі. Поступово мода ставала все більш впливовим чинником життя, а «модність» одягу була однією з її провідних характеристик. Не враховувати цей чинник було неможливо.

На державному рівні ставили завдання з розроблення концепції «радянської моди» та наукового вивчення законів її функціонування і можливостей регулювання. У ході дискусій між представниками різних галузей знань та довгих пошуків у другій половині 1950 – початку 1960-х років була оформлена концепція «радянської» моди. Її характерними

ознаками були простота, скромність, зручність, доречність та чуття міри. Одночасно в офіційному дискурсі вибудовувалися концепція «гарного смаку», звернення до народних традицій та створення одягу в ансамблі.

Починаючи від 1960-х років, термін «мода» у СРСР став певним символом оновлення та збільшення уваги держави до потреб людини. Радянська мода переслідувала чітку ідеологічну мету: вона повинна була допомогти в створенні нового сучасного комуністичного суспільства. Тобто мода була спрямована на формування людей та їхніх життєвих цінностей. Крім того, радянська мода виступала як протиположна західній капіталістичній моді. Саме за допомогою моди СРСР намагався продемонструвати переваги соціалізму й соціалістичного способу життя.

Творцями офіційної «радянської» моди були художники-модельєри, а функцію контролю та затвердження моделей виконували художні ради. Для розвитку індустрії моди та її пропагування в радянському суспільстві створювали низку державних інституцій (будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації). Мережа будинків моделей виступала основним транслятором радянської моди. Їх поступово відкривали у столицях та великих містах радянських республік, а методичним центром був Загальносоюзний будинок моделей одягу в Москві. Вони поділялись на швацькі (будинки моделей одягу) та профільні (будинки моделей взуття, трикотажних виробів, спецодягу тощо). Їх основним завданням було проєктування і розроблення одягу для промислового виробництва. Крім цього, вони розробляли моделі для зарубіжних виставок, публікували журнали мод, проводили покази, виховували радянське суспільство, читаючи лекції про моду і смак.

На теренах Української РСР нараховувалося шість великих будинків моделей одягу, які очікувано діяли в найбільш населених містах. Першим відкрився такий будинок у Києві (1944 рік), наступними стали Львівський (1954 рік), Одеський, Харківський, Донецький та Дніпропетровський (1958–

1960 роки). Кожен із цих будинків мав власну спеціалізацію та асортимент. Наприклад, в Одесі виробляли одяг для відпочинку, у Дніпропетровську – одяг для дітей та підлітків, у Харкові – легкі жіночі сукні, у Донецьку – зразки ділового одягу. Провідними будинками моделей залишалися Київський та Львівський, де розробляли весь можливий асортимент продукції. У 1960-х роках та в наступні два десятиліття в УРСР також почали роботу профільні будинки моделей, серед яких варто згадати Республіканські будинки моделей взуття, спецодягу, побуту, шкіргалантерейних та трикотажних виробів.

Однією з важливих функцій будинків моделей була співпраця та допомога швацьким фабрикам, переважно у розробленні технічної документації та її впровадженні на промислових підприємствах. Технічну документацію розуміли як лекала та технологію пошиву певного виробу. Щорічно в Будинках моделей виготовляли понад 70 % усієї кількості одиниць промислової колекції (технічної документації). Загалом в УРСР склалась досить розгалужена система моделювання одягу, провідними містами розвитку моди були Київ та Львів.

Загалом 1950–1980-ті роки були наповнені активною співпрацею не тільки з соціалістичними країнами, але і з капіталістичними: в країні проходили фестивалі, конгреси мод та міжнародні виставки, художники-модельєри та спеціалісти легкої промисловості їздили за кордон для обміну досвідом та здобуттям нових знань. Попри це, в офіційному дискурсі спостерігалася певна суперечність у ставленні до моди: з одного боку, всебічний осуд західної моди, а з другого, позитивне ставлення, доказом чого слугувала низка офіційних відряджень модельєрів до передових капіталістичних країн та звіти, які містили переважно схвальні відгуки про західні модні тенденції. Виходячи з цього, можна говорити про суперечність між тим, що офіційно декларувалось, і тим, що було в повсякденному житті.

Кожну поїздку фахівців у галузі моди жорстко регламентувало керівництво країни. Закордонні відрядження слугували трансфером знань про західну моду, а тому після повернення на батьківщину службовці легкої промисловості мали обов'язково написати звіт, в якому детально відображались всі події, що відбувались з ними під час поїздки. Кожні півроку або раз на рік у відділі закордонних відряджень ДНТК також писали звіти міністерств і відомств про виконання плану науково-технічного співробітництва СРСР із закордонними країнами та заходи щодо впровадження результатів науково-технічного співробітництва СРСР з цими країнами.

Велику цінність для дослідження становлять матеріали візитів радянських модельєрів до країни-«законодавиці моди» – Франції, метою яких було вивчення організації та управління французькою індустрією моди, і, як наслідок, впровадження найкращих, на думку радянських фахівців, «капіталістичних» досягнень у себе на батьківщині. Наявні матеріали дозволяють стверджувати, що найбільш прихильною до своїх колег з СРСР виявилася фірма «Christian Dior». Її представники бачили в Радянському Союзі потенційно великий ринок збуту своєї продукції. Але не менш важливими для радянських фахівців були відрядження до США, де вони вивчали досвід виробництва джинсів на підприємствах фірми «Levi's» та намагалися налагодити співробітництво. Дані зі звітів службовців демонструють: концептуальні відмінності між «радянською» і «капіталістичною» модою, що належали офіційному дискурсу, не мали значного впливу на реальну практику радянських модельєрів.

РОЗДІЛ 3.

ЗАСОБИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ

3.1. **Форми трансляції зразків моди та її сприйняття в повсякденному житті**

Мода в СРСР підлягала поступовій трансформації з однозначно негативного в позитивне, хоча і суперечливе явище. Вона протиставлялася західній «буржуазній» моді та мала яскраве ідеологічне забарвлення. Через розвиток і досягнення «соціалістичної» моди держава прагнула показати переваги СРСР перед капіталістичними країнами не тільки у важкій, а й в легкій промисловості.

Визнавши необхідність існування моди та її використання як інструменту впливу на громадян, в СРСР почали її доносити до широких верств населення. Серед каналів проникнення моди необхідно виділити офіційні і неофіційні. До офіційних належала трансляція радянської моди, схвалена та цензурована державою. До неофіційних – зразки моди, що підлягали критиці. Це насамперед західна мода – мода капіталістичних країн.

Механізми трансляції моди варто умовно розділити на два блоки – радянську й західну моду, оскільки, попри спроби регламентації радянської моди і офіційний дискурс, одночасно, насамперед через неофіційні канали, проникала західна мода, яка значно вплинула на сприйняття модних тенденцій серед широких верств населення.

Основними механізмами трансляції радянської моди стали періодика, фільми, література про моду і смак, публічні лекції відомих радянських модельєрів і мистецтвознавців, виставки одягу, покази мод та ательє мод.

До механізмів трансляції західної моди належать сфера мистецтва (фільми, музика, література), періодика, тіньова економіка (торгівля «з-під поли», фарцування), закордонні поїздки радянських громадян у

соціалістичні й капіталістичні країни, іноземний туризм, посилки від родичів з-за кордону, міжнародні фестивалі, виставки, покази мод.

Слід наголосити, що періодика була одним із найбільш значущих способів донесення моди до радянського населення. У цей час журнали й газети обов'язково передплачувала кожна сім'я, вони були в кожній домівці. Тому основними пропагандистами «радянського стилю» ставали спеціалізовані журнали мод. Ключовим журналом був московський «Журнал мод», який почав видавати 1945 року Загальносоюзний інститут асортименту виробів легкої промисловості і культури одягу [678, с. 329].

На думку редакції, наприкінці 1950-х років «Журнал мод» залишався провідним журналом, який разом з показом останніх новинок мод пропагував останні досягнення радянського моделювання і визначав новий напрямок моди. У журналі також підбивали підсумки щорічних методичних нарад, публікували теоретичні статті, присвячені принципам єдиного стильового напрямку прикладного мистецтва, детальні звіти про Міжнародні конгреси мод, інформації про нові тканини, взуття, головні убори, а також про останні новини розвитку моди за кордоном [435, с. 2].

1957 року почалася публікація журналу «Моделі сезону», а вже у 1961 році стали видавати журнал «Одежда и быт», який робив особливий акцент на стилістичній гармонії всіх предметів повсякденного побуту [678, с. 330]. 1970 року почали видавати український журнал мод «Краса і мода», який замінив свого попередника журнал «Моделі одягу». В ньому друкували фотографії найбільш актуальних моделей. Також у кожному випуску був додаток із викрійками, за якими можна було пошити одяг у домашніх умовах. Метою журналу був показ насамперед української моди, але рубрика «У нас в гостях» презентувала моду інших радянських республік та закордонних країн. У задачі часопису також входило «виховання» радянських громадян за допомогою публікацій матеріалів про хороший смак та мистецтво красиво одягатися.

Окрім вищезазначених видань, був величезний спектр альбомів мод, які також пропонували найновіші моделі та викрійки, але не публікували пояснювальних статей до них. Наприклад, такі альбоми мод регулярно видавав Київський будинок моделей одягу.

Сторінки, присвячені моді, також були в періодичних жіночих виданнях, таких як «Работница», «Колхозница», «Радянська жінка» тощо. У них регулярно, переважно на останніх сторінках, друкували моделі одягу, розроблені провідними будинками моделей, експериментальними лабораторіями та ательє. До них пропонували викрійки одягу, який можна пошити в домашніх умовах, друкували поради, як слід поводитися та як гарно одягатися.

Авторами більшості текстів у радянській періодиці, які публікували насамперед у журналах мод, були найвідоміші художники-модельєри та мистецтвознавці. Зокрема, у річних звітах Загальносоюзного будинку моделей одягу у відділі з методичної роботи вказувалося: «Пропаганда моди широко використовується за допомогою друку» [293, арк. 29]. Наприклад, за 1966 рік зроблені зйомки моделей і надруковані в журналах і газетах такі статті, як: «П'єр Карден пропонує» (додаток до газети «Известия» – «Неделя»), «Модно – значить зручно» («Журнал мод»), «Хімія всюди. Розповідає модельєр» («Химия и жизнь»), «Вулиця – обличчя міста» («Модели сезона»), «Простота – подруга краси» («Служба быта»), «Робочий одяг для праці» («Семья и школа») тощо [293, арк. 30–31]. У відділі зарубіжних зв'язків підкреслювалося: «Були написані статті художником Зайцевим для зарубіжних журналів про моду СРСР: у АДН (на всі журнали світу), країни Африки, Канаду, Францію, Англію, США, Італію, ФРН» [293, арк. 35]. Проводилися зйомки моделей для зарубіжних журналів: Фінляндії, ФРН, Канади, США, НДР, Англії, Франції, Італії, країн Африки, Японії тощо [293, арк. 35].

У статтях радянських модельєрів, орієнтованих на радянську публіку, часто використовувалися нотатки про те, як правильно переглядати журнали мод та слідувати модним тенденціям. Прикладом може слугувати стаття Л. Єфремової: «У модельєрів є свої вимоги до тих, для кого вони трудяться. Щоб навчитися красиво одягатися, необхідно розбиратися в питаннях моди і вміти дивитися журнал; адже кожна модель, відібрана для журналу, проходить сувору критику на художніх радах. Переглядаючи вперше новий журнал, потрібно спочатку вловити загальну тенденцію моди: довжину, розташування талії, ширину плечей. Одним словом, треба навчитися вловлювати модний силует. Таких силуетів зазвичай пропонують кілька, але всі вони мають спільні риси. Наприклад, висота плечей, лінія талії, довжина – однакові у всіх силуетах, а спідниці – різні. Вловивши це загальне, ви можете докладніше розглянути фасони, тобто розробку кожного силуету в крої і деталях» [425, с. 2].

Крім цього, журналісти апелювали до читацьких листів, фактично використовуючи їх як інструмент реалізації державної політики. Заявивши, що до редакції надійшли численні листи з питаннями про манеру одягатися, журнал пропонував своїй аудиторії певні правила і норми (наприклад, «Журнал мод», «Радянська жінка»). У таких порадах також зазначалось коло тих, кому необхідно одягатися відповідно [474, с. 24–25]. Фахівці, передусім модельєри, брали на себе виховну функцію в сфері моди і робили все для того, щоб у підсумку їхні цілі було досягнуто.

У будинках моделей був відділ пропаганди моди і культури одягу. Він підлягав суворій звітності та дотриманню чіткого плану. Зокрема, у звіті ЗБМО вказувалось: «У відділі пропаганди моди і культури одягу план 1966 року в сумі 154,51 тис. крб виконаний фактично в сумі 164,48 тис. крб, що становило 106,4 % замість 101,1 % минулого року. <...> Наші фахівці друкують статті, замітки та інформацію в газетах і журналах, ведуть цілі відділи. За звітний рік з метою пропаганди нової моди були проведені

зйомки моделей одягу для багатьох газет і журналів, як для СРСР, так і для закордонної преси. <...> Протягом року ЗБМО відвідали фахівці та гості зарубіжних країн: Англії, Куби, Японії, Швеції, США, Румунії, ФРН, Болгарії, Югославії, Угорщини, Франції, для яких були організовані покази моделей одягу, зйомки й зустрічі з художниками-модельєрами» [293, арк. 50–51]. Отже, можна відзначити, що радянські модельєри були головними трансляторами і пропагандистами радянської моди не тільки на загальносоюзному, а й на міжнародному рівні. Спілкування з фахівцями зарубіжних країн, вивчення їхнього досвіду роботи сприяло «підвищенню кваліфікації радянських фахівців, розширювало творчі можливості – для створення ансамблів одягу на міжнародному рівні» [293, арк. 35; 294, арк. 24].

До літератури про моду і смак слід віднести видання радянських мистецтвознавців, культурологів, модельєрів, психологів, у яких автори знайомили читача з канонами радянської моди, розвивали смак радянської людини і застерігали від наслідування «буржуазної моди та західного способу життя» [408; 448].

Офіційний дискурс щодо західної моди залишався дискусійним. З одного боку, її широко критикували в літературі, часто показували повною протилежністю радянської моди. Виходили книги з характерними назвами, наприклад, «Два світи – два способи життя» [470].

Попри це, в статтях радянських модельєрів і мистецтвознавців, як і в журналах мод, так і в суспільно-політичних журналах («Радянська жінка», «Работница») осуд західної моди траплявся досить рідко. Крім цього, було багато публікацій, у яких звучали похвальні слова на адресу «буржуазної» моди, зокрема французької [426; 428].

Уже в повоєнний час набула поширення практика публічних демонстрацій колекцій будинками моделей, де також продавали викрійки, давали рекомендації з добору тканин. Але спочатку найбільшого поширення

набули стаціонарні виставки нових моделей на манекенах або у вигляді стендів з прикріпленими до них швацькими і трикотажними виробами, забезпеченими товарними ярликами. Інформація про це висвітлювалися на сторінках періодичних видань. Такі виставки використовували не лише для демонстрації одягу, а й для вивчення громадської думки. Для цього поширювали спеціальні анкети, за допомогою яких збирали зауваження та побажання відвідувачів. Інформацію потім обробляли диференційовано, з урахуванням соціального стану, освіти та професії відвідувача. Тому співробітники будинків моделей, в обов'язках яких було «вивчення попиту споживачів на модний одяг», виконували роботу в галузі соціології моди [672, с. 11].

В «Довідці про роботу Київського будинку моделей одягу» зазначалося, що для вивчення попиту покупців художники-модельєри також періодично відвідували магазини одягу і тканин, де проводили бесіди не тільки з продавцями, але безпосередньо і з покупцями. Відвідування ці мали й іншу мету – виховання в населення «гарного смаку» [46, арк. 41]. Начальниця відділу пропаганди моди КБМО Т. Збанацька акцентувала увагу на тому, що з метою вивчення та формування попиту покупців у Києві було створено магазин «Новинка», де двічі на місяць будинок моделей влаштовував виставки одягу [497, с. 29].

Покази мод відбувалися як у приміщеннях будинків моделей, так і за їх межами. Кожен показ супроводжувався коментарями мистецтвознавця про фасон, тканину та особливості виробу. Виїзні покази могли проводитись на фабриках та заводах, університетах тощо (див. додатки Е. 13–14). Окрім цього, були популярні виїзні лекції радянських мистецтвознавців та художників-модельєрів для ознайомлення населення з останніми тенденціями та пропагування канонів радянської моди.

Для пропагування моди також залучались кіножурнали. Їх показували перед початком фільмів у кінотеатрах. Кіножурнали містили звіти про

останні події та досягнення Радянського Союзу, зокрема до кадру потрапляли відомості про розвиток легкої промисловості та моди. Наприклад, у кіножурналі «Радянська Україна» були висвітлені покази мод в українських будинках моделей, інформація щодо виставок одягу і тканин, виробничі процеси на швацьких, трикотажних, взуттєвих фабриках тощо [103–186].

Значну роль відігравали радянські фільми, телебачення та музика. Телебачення стало важливим каналом трансляції модних тенденцій. Кількість телевізорів постійно зростала, за період з 1960 по 1965 рік їхня чисельність збільшилася більш ніж у три рази [724, с. 115]. Популярними у телеглядачів були такі передачі, як «Голубой огонек» та естрадні концерти [363]. Зачіски й вбрання телеведучих та артистів ставали прикладами для наслідування [330].

Реклама на радянському телебаченні не була поширеним явищем, зазвичай замість рекламної паузи диктор читав певну програму. Радянські жінки в дикторах також вбачали певний модний еталон: «Ці жінки були своєрідними еталонами, ми на них дивилися і дізнавалися, що модно і гарно, як потрібно виглядати, як можна себе подати. Хтось, можливо, навіть робив якісь замальовки одягу, наприклад, блузочки чи піджачка» [330].

В радянських фільмах також демонструвалися модні тенденції або певні образи для наслідування. З одного боку, у переважній більшості фільмів до глядачів доносилося, як має виглядати радянська людина. З іншого боку, окремі стрічки завуальовано ілюстрували західні модні тенденції. Наприклад, у фільмі «Карнавальная ночь» 1956 року головна героїня у виконанні акторки Л. Гурченко була вдягнена в сукню за мотивами колекції французького кутюр'є К. Діора. Стрічка «Самая обаятельная и привлекательная» 1985 року демонструвала глядачам речі ще одного відомого французького модельєра П. Кардена.

Серед найбільш популярних радянських музикантів, яких прагнули наслідувати, були В. Висоцький [329], Е. П'єха [335; 339; 349], І. Понаровська [365] тощо. Особливо популярною на теренах Радянської України була С. Ротару: «Знаєте, мрія була наслідувати Софії Ротару. Вона моя, можна сказати, землячка. Софія Ротару навчалася в училищі культури в Чернівцях і на перервах ми виходили, коли хтось говорив, що Софія на зупинці стоїть. Вона часто приїжджала додому, і автобусну зупинку було видно буквально з вікна школи. Ми бігли туди, щоб можна було подивитися, у чому сьогодні вона одягнена. У неї була така коротка стрижка (каре), я її пам'ятаю ось такою. Мені здавалося, що вона більш модна, тому що для неї працює цілий колектив, до того ж вона співачка, і що можна було взяти від неї, ми, звичайно, брали. Для нас Софія, звичайно, якоюсь мірою була законодавицею моди» [345]. Фото відомих виконавців, діячів мистецтва також розміщували на обкладинках суспільно-політичних журналів, про їхнє життя друкували статті (див. додаток D. 39).

У знайомстві населення з модними тенденціями важливу роль відігравали ательє індивідуального пошиття одягу. Ательє були звичайними та класу люкс. Головною людиною в ательє був закрійник-модельєр – він приймав замовлення, знімав заміри, до нього приходили на примірку, він розкрюював тканину, наметував і віддавав швачкам, які потім шили виріб [360]. Від швачок залежала тільки якість пошиття.

Спілкуючись з клієнтами, закрійники знайомили їх із модним асортиментом, кроєм, палітрою кольорів тканин. В ательє були вітчизняні журнали й альбоми мод. В ательє люкс і вищої категорії, вивчивши зарубіжні журнали мод, закрійник міг рекомендувати окремі моделі тій чи тій замовниці, попередньо скоригувавши ці моделі відповідно до вимог «радянської моди» [679, с. 68]. Однак ательє класу люкс могли собі дозволити переважно чиновники і партійна еліта через високу вартість обслуговування [352].

Звичайні ательє були доступні для всіх громадян і ними часто користувалися. Наприклад, респондентка І. Бріус згадує: «В ательє ми, напевно, прописалися. Ми знали всіх закрійників, хто шиє шапки, хто найкращий закрійник на пальто, хто найліпше шиє штани. Ми знали прізвище, до кого потрібно звертатися, у найкращого закрійника було багато замовлень, тому доводилося чекати» [330]. Про черги в ательє високого рівня згадує і С. Куделко: «У 1950–1970-х роках для того, щоб потрапити в хороше ательє до хорошого майстра, треба було вистоювати великі черги. Ніколи не забуду, як на головній сторінці журналу «Крокодил» побачив карикатуру: черга до директора ательє, і одна жінка в іншої запитує: «А Ви не знаєте, що зараз носять?». А та їй відповідає: «Як що? Коньячок носять та ікорку»» [349]. У деяких ательє можна було пошити одяг та оплатити його у розстрочку, оскільки в них були досить високі ціни [136].

Одним із цікавих видів послуг був виклик закрійника з ательє додому для «ревізії гардеробу», тобто оновлення гардеробу вдома у замовника. Зокрема, про такий вид послуг інформували на сторінках періодичних видань: «Майстер уважно перегляне ваш гардероб, відбере речі, які можна підновити, і розпочне справу. Коли треба – перекроїть, скомбінує, припасує, новими гудзиками оздобить» [584, с. 29]. Також були пересувні ательє. Це явище було актуально для сільської місцевості з кількох причин. По-перше, не в кожному селі було ательє. По-друге, через велику зайнятість селян на роботі, вони переважно не мали часу звернутись до ательє.

Непоодинокими були випадки погано виконаного замовлення в ательє. Цей факт підтверджується матеріалами інтерв'ю, періодикою, архівними джерелами. Український сатирично-гумористичний журнал «Перець» всіляко висміював подібні випадки у своїх карикатурах. Зазвичай зображувалася ситуація, коли, наприклад, чоловік приходить пошити костюм і в результаті в костюма були занадто короткі або довгі рукави чи штани [525]. Про схожу

історію під час інтерв'ю згадував С. Посохов: «Я ходив до сестри на роботу і дивився, як власне працює ательє мод, як поводяться відвідувачі чи, краще сказати, замовники, як поводяться закрійники, швачки і так далі. Я бачив цей конфлікт між замовником і виконавцем, вічний конфлікт, який є на всіх рівнях і в різних сферах життя. Наприклад, я не буду називати прізвище начальника, але я бачив, як він розгортав рулон тканини і відразу відрізав шматок, і говорив, що «це для Міші». Це його син був, величезний такий, товстий цей Міша, і зрозуміло, що тканини потрібно багато, а потім: «Дівчатка Ви, будь ласка, намагайтеся. Зробіть так, щоб все помістилося». А як може все поміститися, якщо вже тканини просто не вистачає, і вони починали щось «хімічити» з цих шматків, якимось намагалися розв'язати цю проблему. І звідси навіть був внутрішній конфлікт. Вони не могли нічого сказати у відповідь, тому що система була в цьому сенсі жорстка. Вони молоді, а є більш досвідчені люди, які цим командують. І точно так само, звичайно ж, коли замовник був чимось незадоволений, то підходила досвідчена людина і де потрібно смикнула, десь відсмикнула і каже, що чудово, дивіться, і всі починають з усіх боків «ахати» і «охати» і говорити, що це чудово, тому що всі у змові. Людина йде, а потім вже навколо говорять, «що ти “натягнув”, подивися, як воно на тобі висить, це ж просто жах». Він повертається вже зі скандалом. Такі історії я бачив сам» [358].

У суспільно-політичному журналі «Радянська жінка» була рубрика «Пилосос не електричний, а сатиричний», де з гумором описували такі ситуації. Слід зазначити, що редакція журналу також допомагала розв'язувати такі проблеми не тільки за допомогою їхньої публікації на сторінках журналу, а й безпосередньо звертаючись до «кривдника». Результати вирішення проблеми публікувалися в рубриці «Пропилососили».

Говорячи про недоліки служби побуту, до якої, зокрема, входили послуги індивідуального пошиття одягу, Г. Ємець – заступниця міністра побутового обслуговування населення УРСР, підтверджувала думку, що

однією з основних проблем галузі була проблема поліпшення якості послуг, вказуючи на те, що «саме висока якість виконаного замовлення є запорукою авторитету сервісу» [431, с. 16].

Ще однією проблемою були строки виконання замовлення. Відповідаючи на анкету «Служба побуту і ми», яка стосувалась думки читачів журналу «Радянська жінка» з приводу досягнень та прорахунків сфери послуг, один із читачів зазначав: «А скільки разів навідаєшся в ательє, поки, нарешті, одержиш готову річ? То немає закрійника, то не встигли випрасувати, трапляється – минає три-чотири дні, а то й тиждень» [477, с. 11].

Альтернативою ательє було обслуговування у кравчині або самопошив одягу. Всі залучені до дослідження респонденти вказують на те, що це була вельми поширена практика [360]. Було популярним мати кравчиню, яка обшивала всю сім'ю: «У нашій сім'ї була “своя” кравчиня, Ольга Федорівна, яка шила ще моїй бабусі, мамі й мені» [335]. Звичайно, це було неофіційно і переслідувалося законодавством. Досвідченій кравчині не була потрібна реклама і тут спрацьовувало «сарафанне радіо». Деякі респонденти вказують, що обслуговування у кравчині було набагато дорожче, ніж в ательє [335]. Однак це все варіювалося від місцевості, якості послуг ательє і окремо взятої кравчині.

Найбільш популярним журналом, з якого брали викрійки як кравчині, так і жінки, які шили дома самостійно, був «Burda». На його популярність вказують і респонденти: «Пам'ятаєте фільм «Самая обаятельная и привлекательная»? Так ось там модниця говорила: «Журнал “Burda” переглядаємо щомісяця». Це був справді найбільш популярний журнал, який стосувався моди» [346].

Загалом рукоділля вважали поширеною практикою: «жінки з дитинства вчилися рукоділлю, це була сімейна традиція, якої мати навчилася в бабусі, а дочка вчилася в матері, і вони разом шили одяг» [349]. Уроки крою та

шиття були у школі, на підприємствах існували спеціалізовані курси, тобто ця тема пропагувалася у радянському суспільстві.

Отже, радянська влада залучала весь можливий інструментарій для донесення «правильних» канонів моди до населення. Найбільш ефективною стала періодика, де всіляко акцентувалися переваги радянської моди над західною. Та все ж, не дивлячись на офіційний дискурс, завуальовано транслювалася і західна мода, зокрема у радянських фільмах.

«Капіталістична» мода розповсюджувалася, насамперед, через періодику і сферу мистецтва – західні фільми, музику, літературу. Ідеї пошиття одягу черпалися із зображень, які можна було побачити в кіно чи на фотографіях, у журналах, де були якісь ілюстративні матеріали із зарубіжних фільмів чи музичних груп [329].

У 1960-ті роки ВІАлегпром почав випускати журнал «Мода країн соціалізму», а для службового користування тиражем в 200 примірників брошуру «Мода за кордоном», яку склали Л. Монахова та І. Андрєєва. У ній були коротко викладені основні європейські тенденції моди і додавалися фотографії, передруковані з журналів «Vogue», «L'art et la mode», «Femme chic», «La Donna». У Загальносоюзному будинку моделей також для службового користування складали огляди французьких журналів мод з описом основних модних тенденцій [646, с. 322]. 1957 року відновилося російськомовне видання журналу «Америка», який послужив потужним джерелом інформації про стиль життя в США для радянських людей [646, с. 293].

Наприкінці 1950-х років в СРСР почали продавати модні журнали соціалістичних країн, які видавали, зокрема, і російською мовою. Серед них болгарські журнали «Војуг» і «Lada», чехословацький «Odivani», дуже популярні жіночі польські журнали «Swiat Mody», «Uroda». Великою популярністю, особливо серед домогосподарок, користувався німецький журнал «Burda Moden». Попри те, що в СРСР перший номер російською

мовою вийшов навесні 1987 року, через неформальні канали він розповсюджувався протягом усього досліджуваного періоду німецькою мовою. Спочатку видання виходило 4 рази на рік, потім – 6 разів, з 1989 року журнал став щомісячним [735, с. 336].

За твердженням опитуваних респондентів, деякі закордонні журнали мод, включаючи журнал «Burda», можна було замовити та переглянути в бібліотеці [326; 334; 352; 363]. Респондент Ю. Волосник зазначає: «Я в бібліотеці бачив західні журнали, або в Короленка, або в нашій університетській бібліотеці. Потрібно сказати, що наша бібліотека одна з перших всі ці журнали виписувала, наприклад «Бурда». Нам були доступні польські журнали і угорські, назв, на жаль, не пам'ятаю» [334]. Це ж згадує і Н. Аксьонова: «Ми брали в бібліотеці журнали з викрійками додому, старались знайти копіювальну бумагу і все скопіювати. Я разів три-чотири робила моделі за журналом» [326].

Також були популярні каталоги одягу здебільшого німецького виробництва [327; 358]. Через ці каталоги не можна було замовити речі всередині країни, вони продавались за кордоном, але можна було переглянути і простежити певні модні тенденції: «Ці каталоги передавали, дивилися, наприклад, якщо хтось їхав за кордон, то показував, що він хотів собі і, можливо, це можна було придбати» [327].

Кіно було одним із потужних провідників моди, а вбрання акторок – зразками для наслідування. Жінки в кінотеатрах замальовували одяг кіногероїнь, щоб потім повторити їх у домашніх умовах, у приватної кравчині чи в ательє. 1956 року відбувся тиждень італійського кіно в СРСР. Під час VI Всесвітнього фестивалю молоді та студентів у Москві 1957 року радянські глядачі отримали можливість познайомитися зі зразками світового кіномистецтва, насамперед італійським неореалізмом (фільмами Ф. Фелліні, М. Антоніоні, Л. Вісконті). Проходив показ західних фільмів у радянських кінотеатрах.

Італійський вплив став характерною рисою моди 1960-х років. У першій половині 1960-х років спостерігалась величезна популярність фільмів Ф. Фелліні. 1962 року XIII фестиваль трудящих Чехословаччини, що проходив під девізом «Кіномистецтво в боротьбі за прекрасне життя, за комунізм!», Першою премією відзначив його фільм «La Dolce Vita» («Солодке життя») – «за ефективне художнє зображення життя панівних верств буржуазного суспільства і за невблаганне моральне та історичне засудження цього суспільства» [558, с. 133]. Фільм Ф. Фелліні отримав вищу нагороду і на VIII Міжнародному кінофестивалі в Москві. 1960 року на радянських екранах з'явилася комедія «Babette s'en va-t-en guerre» («Бабетта йде на війну») з Б. Бардо в головній ролі. Радянська кіноакторка Л. Гурченко згадувала: «На екранах з великим успіхом пройшов фільм «Бабетта йде на війну», і всі жінки стали ходити з зачісками «а-ля Бабетта»» [704, с. 102]. Загалом, закордонні акторки набували популярності, ставали еталонами краси та об'єктами для наслідування.

Музика також мала доволі значний вплив, особливо на радянську молодь. Серед зарубіжних груп високу популярність мали «The Beatles», «The Rolling Stones», «Led Zeppelin», «Queen», Елвіс Преслі: «У багатьох моїх друзів можна було побачити диски популярних західних груп з фотографіями цих музикантів. Можна було побачити, як вони одягаються, і це прямо або побічно впливало на формування нашого уявлення про те, як виглядає сучасна молода людина» [329]. М. Станчев згадує: «Ми захоплювалися «The Beatles» і намагалися їх наслідувати. Я пам'ятаю, як 1966 року мій брат привіз мені з міста вузькі штани, які були в моді, і я вийшов в цих штанах на першотравневу демонстрацію. Мене через це мало не виключили зі школи, але вийшло домовитися з директором. Мені довелося розлучитися з цими брюками на певний час, тому що це було небезпечно для мого подальшого існування як учня» [367].

Серед відомих зарубіжних письменників, зокрема, був популярний Е. Гемінгвей. Зокрема, респондент Л. Бородкін згадує: «Ернест Гемінгвей був дуже затребуваним у нашому середовищі. На фотографіях він всюди був у светрі з коміром, з бородою і трубкою. Це породило моду носити светр не цивільно-гарний, а саме такий грубуватий, з щільно в'язаної вовни. Це якось мимоволі або свідомо підкреслювало близькість до ідей Гемінгвея і такого чоловічого стилю. Його тоді почали перекладати, пішли публікації його романів, які до 1960-х років мало хто знав, бо їх не перекладали раніше. Я, до речі, в той час ходив із бородою» [329].

Одним із важливих ретрансляторів західної моди були закордонні фестивалі, виставки та покази мод всередині країни. Важливим заходом, який вплинув на формування поглядів про західну моду, був VI Всесвітній фестиваль молоді та студентів, який проходив 1957 року в Москві. Уважається, що саме після фестивалю почало помітно змінюватися ставлення до одягу, зачісок і навіть способу життя. Фестиваль молоді тривав два тижні, під час якого молоді люди мали змогу вільно спілкуватися зі своїми зарубіжними однолітками. «Ми тільки тоді й побачили, як виглядають люди, – згадувала кіноакторка Н. Фатєєва. – Вони вражали всіх своєю яскравістю – індійські тканини, шотландські кілти, латиноамериканські сомбреро, яскравий одяг. Свято для нас тривало все літо» [646, с. 298].

На думку Л. Захарової, авторки низки публікацій з історії радянської моди епохи «відлиги», у дні фестивалю Москва перетворилася на «великий базар». Студенти з Австрії, Угорщини, Данії, Італії, Швеції, Фінляндії, Чехословаччини, Польщі, Болгарії торгували в московських дворах, біля комісійних магазинів і закупівельних пунктів взуттям, капроновими і нейлоновими панчолами, чоловічими брюками, жіночими кофточками, нейлоновими блузками, костюмами, краватками, сорочками, жіночими

гарнітурами, чоловічими вовняними светрами, в'язаними шапочками тощо [679].

Працівники міліції попереджали іноземців про незаконність їхніх дій, записували адреси закупівельних пунктів і затримували покупців, до яких застосовувалися «заходи адміністративного впливу»: прибулі з інших міст покупці повинні були дати підписку про виїзд з Москви. Безкарність продавців збільшувала масштаби явища: якщо в перші дні фестивалю «на вимогу в них фестивальных карток іноземці ніяковіли і прагнули піти, то зараз охоче пред'являють свої документи і на попередження не реагують» [679, с. 71]. Покупцями переважно були радянські студенти, зокрема члени ВЛКСМ. З ними конкурували поляки, які намагалися запропонувати гостям з інших країн більш високу ціну за їхні «товари». Деякі радянські студенти отримували поношений одяг у подарунок від іноземних делегатів фестивалю. І за відомостями МВС, часто потім перепродували ці речі на ринках [679, с. 71–72]. Отже, цей фестиваль служив потужним каналом неофіційного проникнення західної моди в СРСР.

У рамках Всесвітнього фестивалю молоді проводили й VIII Міжнародний конгрес моди. На рекламному плакаті була зображена модель у довгій вечірній сукні зі шлейфом та хутряній накидці на плечах. За словами художника-модельєра В. Даниліної, яка докладно писала про конгрес моди, особливо великий акцент робився на жіночих аксесуарах – «довгастих сумочках, капелюшках, рукавичках, шаликах, біжутерії» [415, с. 42].

Слід відзначити, що покази модних іноземних фірм відіграли певну роль у зміні світогляду творців радянської моди. Закордонні фірми з Італії, Франції, Швеції та інших країн представили для показу в Радянському Союзі практичні і прийнятні в повсякденному житті моделі одягу. Наприклад, журнал «Работница» в редакційній статті про показ міжнародних мод на фестивалі так описує цю подію: «Деякі делегації

привезли нові зразки одного з найцікавіших видів прикладного мистецтва – моделювання сучасного жіночого одягу. Учасникам фестивалю, а головне його учасницям було цікаво побачити, як одягаються їхні подруги в різних країнах світу і які новинки вони готують до сезонів 1958 року. Вперше ми побачили в Москві таку різноманітну колекцію паризьких мод, привезену на фестиваль гостями з Франції. Тридцять два паризькі будинки мод показали 60 нових моделей жіночої верхніх та легких суконь, призначених для серійного випуску в сезонах 1958 року» [552, с. 32].

Ще однією знаковою подією став приїзд до Москви 1959 року представників паризької фірми «Christian Dior». Показ моделей одягу з останньої колекції за ескізами Іва Сен-Лорана спричинив велику зацікавленість у радянських поціновувачів моди [762; 776]. Широковідомими стали фотокартки американського фотографа журналу «LIFE» Ховарда Сочарека, де були зображені французькі манекенниці на вулицях Москви в оточенні зацікавлених жителів міста (ди. додаток Е. 38).

Західна мода проникала й поширювалась на території СРСР і через радянських громадян, що виїздили за кордон у ділові, творчі та туристичні поїздки. На міжнародні змагання виїздили радянські футболісти, відбувалися закордонні гастролі трупи та оркестру «Большого театра», ансамблю танцю І. Моїсеєва тощо. Зокрема, 1956 року за кордон виїхало 560 тис. громадян, а за два наступні роки – близько 1,5 млн робітників, колгоспників, діячів науки і культури [723, с. 221]. Можна відзначити, що виїзні артисти і спортсмени служили своєрідним каналом проникнення в країну західних модних віянь. Вони привозили не тільки нові ідеї та враження, а й товари на продаж, які поширювалися через знайомих чи комісійні магазини.

Варто зазначити, що виїхати за кордон було досить складно, особливо звичайним жителям країни. Для цього складалась анкета, збирались відомості і проводилася відповідна співбесіда та інструктаж перед поїздкою.

Респондент С. Куделко наводить приклад, як ідентифікували радянських туристів за одягом в інших країнах: «Наші вітчизняні тканини переважно були чорного, синього, фіолетового кольору, і, як правило, з грубої вовни. Наприклад, якщо за кордоном бачиш, що йде група людей не менше п'яти осіб і якщо в них однакові костюми фіолетового кольору, а на довгому ремінці через плече висять фотоапарати «ФЕД», то це радянські туристи» [349].

Придбати одяг із-за кордону можна було у спеціалізованих магазинах «Березка», «Каштан», у комісійних магазинах та на так званому «товчку». Комісійні магазини, як місце придбання одягу, також згадують в мемуарній та художній літературі. Наприклад, А. Козлов у книзі «Козел на саксі» описує «щоденний обхід низки центральних комісійних магазинів, куди іноземці здавали свої речі, найчастіше поношені» [457], як спосіб дістати «стильний» західний одяг. К. Лучко замовляла сукні у швачки, «тканини купувала в комісійному магазині навпроти Театру Маяковського, що вважали тоді найкращим московським «секонд-хендом» (туди здавали речі дружини радянських дипломатів)» [647, с. 162]. В. Ліпатов в оповіданні «Ліда Вараксина» описував процес покупки одягу в комісійному магазині [469].

Слід зауважити, що купити хороші імпортні речі в комісійному магазині було складно. По-перше, ціни були високі для середньостатистичних радянських громадян, а по-друге, найкращі речі в магазині швидко розходились «по своїх», тобто по «блату» [336]. Тому можна стверджувати, що багато вирішували гроші та зв'язки. Респонденти зазначають, що: «все визначалося тим, наскільки були тісні зв'язки: що вони ширше – то легше було «дістати» речі» [341]. Одним зі способів «діставання» імпортних речей було працевлаштування в комісійному магазині. Респондентка О. Гевак згадує: «Моя тітка працювала в

комісійному магазині. Вона для себе брала там речі, носила якийсь час, а потім віддавала знову в той самий магазин» [336].

Речі імпортного виробництва також можна було придбати в магазинах «Березка» та «Каштан» [327; 343; 352]. Формою оплати були спеціалізовані чеки [336]. Як зазначає один із респондентів: «Мій батько був «виїзним», і ми виявилися власниками так званих «чеків» («сертифікатів») і могли купувати одяг в «Березке». Речі з «Березки» відрізнялися високою якістю, носилися дуже довго, ставилися до них ощадливо» [365]. Наприклад, якщо після закордонної подорожі залишалась валюта, то її обмінювали на такі чеки [352].

Ці чеки також можна було отримати як гонорар за публікацію в закордонному виданні, про що залишилися згадки науковців: «Я добре пам'ятаю, коли я опублікував статтю з кібернетики в одному з наших провідних журналів (десь 1975 року), її переклали на Заході і мені надійшов валютний гонорар. Валюту, звичайно, не можна було мати, це була кримінальна стаття. Гонорар видавали у вигляді таких чеків з назвою «Березка» (отоварити їх можна було в магазинах з такою ж назвою). Ось в такому магазині «Березка» я і купив справжні джинси «Levi Strauss» [329].

Загалом, послугами таких магазинів користувались насамперед «валютні» спекулянти [334]. Попри те, що за «валютну» спекуляцію була кримінальна стаття, це було досить поширене явище на теренах СРСР.

Оскільки досліджуваний період характеризувався дефіцитом, зокрема й в одязі, побутував такий вираз, як «дістати» певну річ. Так називали дефіцитну річ, якої не було в широкому продажі. У цьому ключі слід згадати про тіньову економіку, яка характеризувалася торгівлею «з-під поли», фарцуванням. За наявності «зв'язків» з людиною, яка мала відношення до магазину, також можна було придбати річ. Наприклад, І. Гарскова згадує: «Гарну тканину не завжди можна було «дістати». Оскільки моя мама була жіночим лікарем, то у неї було багато пацієнток,

які працювали, наприклад, в магазинах або ательє. Часто вони дзвонили і говорили: «Ніно Сергіївно, до нас у магазин завезли туфлі чи тканину дуже хорошу. Вам залишити?» [335].

У разі якщо ніхто з родичів і знайомих не мав стосунку до сфери торгівлі, доводилося перекупувати речі у «фарцувальників» за подвійною-потрійною ціною [365]: «Багато хто намагався «діставати» речі у «фарцувальників». «Дістати» імпорتنі речі було досить складно, і, як тоді говорили, «по благу» або через знайомих. Завжди знаходилися люди, які могли такі речі «дістати»» [363].

«Фарцування» як явище тіньової економіки набуло популярності в 1960-х роках. Торгівля відбувалася в такий спосіб – або замовник робив візит продавцю, або навпаки. Також торгівля могла відбуватись у переходах, на розі вулиці тощо. Це все проходило неофіційно і суворо каралось (була стаття, санкція якої передбачала від двох до трьох років позбавлення волі або великий штраф). Уже наприкінці 1970-х – на початку 1980-х років виникла професійна група «фарцувальників», які займались скупкою та перепродажем речей [358]. Наприклад, З. Калашник згадує: «Було дуже складно дістати імпорتنі речі, але ми купували, як кажуть, «з-під поли». Ми знали точки, де можна було щось купити у «фарцувальників». Ми їх уже в обличчя навіть знали. Ми говорили, «що у Вас сьогодні», він нас заводив у під'їзд і показував. Були імпорتنі кофтинки, пам'ятаю, як зараз, в'язані ми купували. Це називалося імпорт. Ми купували тільки «з-під поли» і те, щоб не дай Бог міліція нас не застала, тому що тоді покарання мали і той, хто продає, і той, хто купує» [345].

Київський «фарцувальник» В. Голяк поділяє покупців на дві категорії. До першої відносилися дружини академіків, членів-кореспондентів, письменників та композиторів. Вони одягали як себе, так і своїх близьких, а також знайомили зі своїми подругами, які також мали дітей, друзів тощо. Таким чином, спрацьовувало «сарафанне радіо». Цій категорії покупців

надавався пріоритет та «діставалися» ексклюзивні «фірмові» речі, оскільки вони ніколи не торгувалися [655, с. 85].

До другої категорії відносилися молоді пари, які нещодавно одружилися, і ще не встигли витратити подаровані на весілля гроші. Також це могли бути єврейські сім'ї, художники та студенти. Найбільш жадібними та неприємними клієнтами для «фарцувальників» вважались працівники сфери торгівлі [655, с. 85].

Досить рідко імпорتنі речі можна було купити в державних магазинах. Зокрема, респондент О. Гуржій згадує як час від часу купував імпорتنі речі на Хрещатику, але для цього треба було вистояти чергу в 30-40 осіб [338]. Зазвичай такі речі «викидали» для збільшення показників виконання плану в кінці місяця, але в різних містах були свої особливості. Наприклад В. Духопельников, який проживав у Харкові, вказує на періодичність раз-два на місяць [341].

Термін «викинути» означав, що до якогось магазину завезли унікальну річ в одному екземплярі/розмірі і вона неочікувано з'явилась у вільному продажу. Для того, щоб купити дефіцитну річ, треба було десь записатися або отримати талони та відстояти чергу [357]. І. Мінакова зазначає: «Не було ніякої закономірності в тому, коли що-небудь продавали. Ти приїжджаєш до відкриття магазину – і раптом тобі щастить: продавчиня оголошує, що отримали якийсь імпорتنий товар. Відразу вишиковується черга (це могло бути 40-50 осіб), можна було простояти кілька годин. Це завжди була абсолютно незапланована покупка, випадкова. Брала гроші, їхали і не знали, що «викинуть» сьогодні, але купували буквально все, що пропонувалося. Всі хотіли купити імпортне» [353].

Найчастіше «викидали» речі в Москві, тому туди за покупками їхали зі всього Радянського Союзу. Для жителів території Східної України це був один із найпоширеніших способів дістати закордонну річ: «Дістати імпорتنі речі можна було для нас одним чудовим способом – поїздкою до

Москви» [326]. Найбільшою популярністю користувалися московські ДУМ та ЦУМ [326; 353].

Траплялися випадки, коли імпортні речі продавали в селах і їх ніхто не купував. У село могли привезти поодинокі екземпляри імпортних речей, зокрема досить дорогі, і вони залежувались. Наприклад, потреби у французьких чоботах в селі не було. Селяни переважно купляли тканину і шили з неї, а не купували готовий одяг, оскільки зарплати та пенсії були низькі (пенсія в українському селі – 12-40 крб) [338]. Загалом у селі жили завдяки городині. І. Мінакова згадує: «Іноді під час випадкової поїздки в область можна було купити щось імпортне, там «викидали» якісь модні речі. У міських магазинах, як правило, такі речі не продавали, а ось в якихось маленьких, далеких магазинчиках можна було на них натрапити. Зокрема, я пам'ятаю, що іноді ми купували імпортні речі в П'ятихатках. Це був маленький магазинчик, один на все селище» [353].

Хоча були села-винятки, які зазвичай були розташовані на кордоні. Так, М. Станчев згадує: «В 1970–1980-ті роки я одягався в імпортні речі. Як це не дивно, всі імпортні речі були з мого села. Я жив на півдні Молдавії, західному кордоні Радянського Союзу (40 кілометрів від Румунії). СРСР намагався зробити тут «вітрини соціалізму», тому у нас було гарне постачання. У моєму сільському магазині була вся світова класика літератури, я купував її там і привозив друзям у Харків, бо її не можна було купити в місті. Також я тут купував австрійські, югославські і навіть французькі костюми, югославське і чеське взуття. Це все було у нашому районному центрі» [367].

Ще одним способом отримання імпортних речей був «товчок». Зазвичай він розташовувався на периферії міста: «Це була просто земля, наприклад, огорожена парканом, де стояли групи людей. Одяг та взуття були часто перемішані. На газетці міг лежати костюм, взуття і все це продавалось з землі. Люди стояли в ряд» [338]. На «товчку» можна було

продати як поношені, так і нові речі. Торгівля була неофіційна. Дрібні речі, наприклад, шкарпетки чи годинники, могли носити по колу і продавати. Дотримання санітарних норм не було: «Під кінець дня ця земля перетворювалась на брудну грязюку. Після приїзду додому ми були дуже брудні, адже практично ходили по багнюці» [338].

Також варто відзначити такий трансфер, як посилки з-за кордону. Візьмемо як приклад село Морочно на Рівненщині. За твердженням І. Азарх, протягом 1960–1980-х років проблем з постачанням імпортного одягу тут не було. Після закінчення війни багато людей з цієї місцевості виїхало за кордон (США, Канаду). Переважно це були чоловіки. Попри те, що багато з них створили сім'ї за кордоном, вони також не забували про свої сім'ї в Україні і писали листи, цікавились життям, відправляли посилки з одягом, речами. Частково ці посилки розпродували. Загалом багато людей у цьому селі ходили за «останньою модою» і не розуміли цінність цих речей. Наприклад, проста селянка копала картоплю у велюровому піджаку, тоді як таку річ не можна було дістати в Радянському Союзі, і завжди жалілася, що «то така погана «плюшка», в яку набивається так багато пилу, що не можна вибити» [325].

Велика кількість закордонних речей у цьому селі нікого не дивувала. Навпаки, були випадки, коли люди хотіли бути одягнені «по-радянськи». Наприклад, школяр О. Олесюк одягався так стильно, що це викликало насмішки однокласників. Вдома він влаштовував істерики і просив йому купити звичайний радянський костюм, бо він надто відрізнявся від однолітків [325].

Інформація щодо посилок відстежувалася органами КДБ. Станом на 1961 рік, заступник голови КДБ при Раді Міністрів УРСР Б. Шульженко акцентував увагу на збільшенні кількості закордонних речових посилок з капіталістичних країн, особливо на території західних областей республіки [5, арк. 159–160]. Також зазначалось, що частина жителів, які регулярно

отримують посилки з-за кордону, займаються спекуляцією та ухиляються від роботи, що, в свою чергу, викликає обурення працюючих. Як наслідок, пропонувався ретельний аналіз громадян, які систематично отримують закордонні посилки, та посилений контроль речових посилок [5, арк. 159].

Отже, слід відзначити офіційний та неофіційний канали проникнення моди. Офіційно транслиувалася мода, яка не підлягала осуду на державному рівні. Вона виступала для показу переваг радянського способу життя, зокрема й у сфері моделювання одягу. Неофіційними були західні зразки моди, які підлягали осуду, але мали неоднозначну оцінку в середовищі модельєрів та мистецтвознавців.

Механізми трансляції варто насамперед розділити для радянської та західної моди. До основних механізмів трансляції радянської моди належать періодика, фільми, література про моду і смак, публічні лекції відомих радянських модельєрів і мистецтвознавців, виставки одягу, покази мод та ательє мод.

Найбільший вплив на населення мала періодика, адже періодичні видання були в кожній сім'ї (на деякі була обов'язкова передплата). Публікації про моду були не тільки в спеціалізованих журналах мод, але і в суспільно-політичних журналах (наприклад, «Радянська жінка», «Работница»). Радянські фільми, диктори на телебаченні також сприяли формуванню образу радянської людини. Одяг часто намагалися копіювати з екранів телевізорів.

Широко популяризували літературу про моду і смак, покази мод проходили не тільки в будинках мод, але і на виробництві, швацьких підприємствах, в ательє, університетах тощо. Покази супроводжувались поясненням мистецтвознавців або модельєрів до кожного виробу. Однак варто зазначити, що покази в будинках моделей одягу були не надто поширені серед населення через недостатнє інформування та обмежену кількість квитків. Виставки одягу були як постійно діючі, так і переїзні або

організовані для певного заходу. На виставках зазвичай вивчали попит покупців на певну річ.

Нарешті, все те, що пропагувалося, можна було втілити в життя в ательє мод. Вони мали надзвичайно великий попит, хоча не все населення було задоволене якістю виготовлення одягу та обслуговуванням. Зазвичай такі проблеми виникали через «жагу до наживи» керівництва ательє і, як наслідок, неспроможність робітників ательє пошити певну річ через нестачу фурнітури, матеріалу (який частково був вилучений). Альтернативою ательє був самопошив чи замовлення одягу у приватної кравчині. Пошиття одягу в останньої було неофіційним і поширювалось за допомогою «сарафанного радіо».

До західних механізмів трансляції належать закордонні фільми, музика, література, періодика, «фарцування» та торгівля «з-під поли», а також закордонні поїздки радянських громадян в соціалістичні і капіталістичні країни, іноземний туризм, міжнародні фестивалі, виставки, покази мод.

Разом із періодичними виданнями значний вплив мали зарубіжні фільми та література. Героїв кінокартин та музикантів наслідували, ними захоплювались і, звичайно, копіювали манери, поведінку та стиль одягу. В період 1950–1980-х років виникла велика кількість кумирів, на яких прагнули бути схожі, починаючи від «The Beatles» і закінчуючи «Boney M». З періодичних видань найбільший попит мав німецький журнал мод «Burda», який містив не тільки останні моделі одягу, але і велику кількість викрійок.

Проведення виставок та показів мод всередині країни стимулювали попит речей закордонного виробництва. Загалом проведення таких заходів як мінімум означало сприйняття західної моди в країні. «Діставання» імпортованих речей стало загальнорадянським трендом. Цьому сприяв розвиток тіньової економіки (торгівля «з-під поли», «фарцування»), іноземний туризм, закордонні поїздки, наявність комісійних та спеціалізованих магазинів типу «Березка» та «Каштан» з імпортованими речами. Посилки від родичів з-за

кордону стали ще одним способом отримання імпортованих речей. Попри жорсткий контроль над посилками з боку керівництва країни, західні речі потрапляли до радянського населення.

3.2. Періодика УРСР 1950–1980-х років як інструмент впливу на моду та повсякденне життя суспільства

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 молодого покоління повинні невинно лунати, не залишаючи місця роздумам. Одночасно можна переконувати населення в тому, що найкраще саме тут, а інші країни якщо не ворожі, то рівень життя в них значно нижчий. У такий спосіб відбувалася пропаганда в Радянському Союзі, зокрема в УРСР. Вплив на населення проводився у різних напрямках, наприклад, через періодичні видання, і не оминув жодної значущої теми, зокрема і моду.

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

Періодика, радіомовлення, телебачення, видання книг – усе 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 [241, арк. 68]. Також вони проводили роботу з координації 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» [227, арк. 16–52]. Зазвичай складні за своїм змістом видання читав не один, а два цензори. У разі розбіжності думок, читати видання доручали ще кільком спеціалістам. Якщо воно було складне, його переглядав начальник управління, і лише після цього, через усебічний розгляд та обговорення зауважень, формувалася єдина думка управління цензури щодо змісту певного видання чи твору. Далі звіт із враженнями від прочитаного надавали відповідним парторганам.

Залежно від характеру зауважень повідомлення робили усно чи письмово, з наданням парторганам верстки видання або лише з цитуванням місць, що викликали заперечення цензури. До видавця ці заперечення доводили лише в тому разі, якщо вони були схвалені парторганами (за Головлітом – відповідним відділом ЦК КПУ в особі його завідувача чи заступника, за обллітами – відповідним відділом обкому партії). У разі серйозних зауважень про них письмово доповідали не тільки завідувачу відповідного відділу ЦК КПУ, але й секретарю ЦК, який завідував питаннями ідеологічної роботи [240, арк. 26–27].

Не менш важливою ланкою ідеологічної роботи було навчання та виховання робітників цензури. Вони мали ознайомитись із рішеннями і вказівками ЦК КПУ з питань роботи Головліту й іншим ідеологічним питанням та вимогам, що ставились до друкованих, літературних та

мистецьких творів. Серйозну увагу приділяли 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 того параграфу «Переліку відомостей, заборонених до опублікування у відкритій пресі, в передачах по радіо і телебаченню»» [240, арк. 60]. Для того, щоб виробити вищезазначені якості, проводили спеціалізовані заняття один чи два рази на тиждень та консультації фахівців з тематики «Переліку» [229, арк. 148–175]. Окрім цього, всі цензори і керівники Головліту УРСР обов'язково слухали цикл лекцій та брали участь у семінарах з історії Комуністичної партії [240, арк. 61]. По обллітах також проводилася навчально-виховна робота, але вона була менш поглибленою та насиченою порівняно з Головлітом [240, арк. 63].

Станом на 1968 рік Головне й 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 1 060 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 тис. друкованих аркушів і понад 95 тис. назв дрібнодрукованої продукції на рік. Загальний обсяг такого контролю – понад 271 тис. друкованих аркушів [241, арк. 68].

У проконтрольованих матеріалах працівниками цензури лише 1967 року було попереджено публікацію 4 643 заборонених відомостей, зокрема і таких, які становили державні, військові чи партійні таємниці [241, арк. 68]. Головлітом також контролювались експозиції та книги відгуків відвідувачів музеїв та виставок республіки. Працівники цензури перевіряли їхній 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. Цю роботу вели працівники Головного та обласних управлінь у всіх вищезазначених організаціях. За планами, погодженими з керівниками видавництв і головними редакторами газет і журналів, для відповідальних працівників преси проводили семінари, групові та індивідуальні консультації, а з редакторами багатотиражних і районних газет, які вперше прийшли на цю роботу, проводили спеціальні заняття з вивчення нормативних документів. У Головліті велася статистика щодо кількості занять з працівниками преси та груповими консультаціями працівників.

Варто зазначити, що переважно 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 з охорони 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 чи середню освіту» [241, арк. 69]. Незалежно від рівня підготовки та досвіду роботи, усі працівники цензури мали підвищувати свою кваліфікацію та ідейно-теоретичний рівень.

Працівники цензури разом із працівниками преси, телеграфних агентств, радіомовлення, телебачення та з 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 відбирали 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» [241, арк. 71].

Зовнішньополітичною пропагандою, а саме формуванням позитивного образу СРСР, радянської людини та радянського способу життя, займалось Агентство друку «Новини» (АДН). Агентство видавало газети й 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 АДН випускало суспільно-політичну літературу російською та 33 іноземними мовами (станом на 1989 р.), та поширювало її, головним чином, за кордоном [245, арк. 142]. Великий пропагандистський ефект давало сприяння АДН іноземним журналістам, фотокореспондентам, телевізійним знімальним групам, письменникам, які відвідували СРСР.

Значна увага приділялася аналізу та покращенню стану передплати на газети й журнали та їхнє поширення. Вівся облік даних щодо передплати газет і журналів, стану їх поширення, а звіти відправляли в ЦК КПУ [250, арк. 94–95]. У містах і селах створювали і працювали пункти прийому передплати, до роботи залучали громадських поширювачів преси. Також проводили інструктивні наради з питань організації передплати на газети й журнали. Працівники пошти і відділень «Союздруку» долучалися до соціалістичного змагання за краще проведення передплатної компанії. За його умовами кращі поширювачі преси в кінці року відзначались преміями [246, арк. 64]. Крім цього, деякі журнали самостійно залучали своїх читачів стати «активними пропагандистами» журналу, кращим поширювачам обіцяли цінні подарунки [519, с. 32].

Через обласні, міські, районні та багатотиражні газети по радіо і телебаченню інформували про прийом передплати. У газетах друкували

оголошення і статті, по радіо виступали працівники «Союздруку», проводили рейди перевірки стану передплати, читацькі конференції [246, арк. 65]. Варто зазначити, що під час проведення передплати на газети й журнали особливу увагу приділяли поширенню республіканських, обласних газет та журналів, які видавали українською мовою [246, арк. 66].

Попри це надходили скарги про недоліки в організації передплати. Так було виявлено випадки відмови в передплаті чи на пунктах передплати читачам не пропонувались відповідні республіканські газети й журнали, які могли б зацікавити їх, поширювачі преси не користувались каталогами періодичних видань УРСР, не знали про існування багатьох республіканських газет та журналів тощо [250, арк. 93].

Певні проблеми були в організації поширення газет та журналів серед населення. На думку завідувача відділом пропаганди та агітації ЦК КПУ Л. Кравчука, головними причинами став неправильний розподіл газет і журналів між агентствами, відділеннями та кіосками «Союздруку», нерівномірне їхнє розміщення та незручний для покупців режим роботи, відсутність системи вивчення попиту населення по мікрорайонах [243, арк. 13]. Станом на 1980 рік в УРСР поширювалось понад 70 млн примірників усіх періодичних видань, зокрема майже 22 млн примірників газет і близько 11 млн примірників журналів та видань журнального типу, які випускали в республіці. З усіх періодичних видань приблизно 13 % від загальної кількості поширювалось через роздрібну торгову мережу [243, арк. 12].

Під час перевірки, проведеної органами народного контролю, начальники багатьох обласних та міських агентств «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 [243, арк. 13]. У деяких населених пунктах багато кіосків

«Союздруку» були в занедбаному стані, мали низьку культуру обслуговування населення, були факти порушення правил торгівлі, продажу «з-під прилавку» видань, які мали більший попит [243, арк. 14].

Поширеним явищем була збитковість газет та журналів республіки. Насамперед це стосувалось обласних, міських та районних видань. Станом на 1959 рік, в Україні видавали 49 обласних газет (зокрема 35 партійних і 14 комсомольських), 659 районних (з них 581 випускали на 4-х сторінках), 57 міських (зокрема 21 районно-міська та 36 міських газет), 483 багатотиражки. З обласних газет тільки 14 партійних та 7 комсомольських були рентабельні. Решта 28 обласних, міських (за винятком «Вечірнього Києва» і ялтинської «Курортної газети»), всі районні та багатотиражні газети були збитковими [248, арк. 2]. Рентабельність партійних та комсомольських газет пояснюється тим, що їхня передплата була обов'язковою.

Щодо журналів, то з 57 журналів, які видавали в Україні, прибутковими були тільки 15. Решта 42 журнали мали дефіцит в сумі 2,8 млн крб на рік [248, арк. 7]. Для збільшення рентабельності окремих журналів, а також більш повного задоволення попиту читачів на них, ухвалювали рішення про збільшення тиражів окремих журналів та розгляд доцільності подальшого видання деяких збиткових журналів, зокрема, можливість об'єднання окремих видань [248, 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» почали видавати в Києві з січня 1946 року початковим накладом у 15 тис. примірників [500, с. 14]. У 1966 році тираж досяг мільйона екземплярів, а в середині 1979 року – двох мільйонів. Як для республіканського місячника в 32 сторінки, ці цифри є досить вагомими. Часопис видавали 12 разів на

рік [247, арк. 7]. Серед українських жіночих суспільно-політичних журналів він був найбільш популярним та тиражованим, тому є доцільним більш детальний аналіз саме його наповнення.

За структурою він був подібним до загальносоюзних видань «Работница» та «Колхозница». Відмінність була тільки в тому, що події, інформації та повідомлення висвітлювалися українською мовою та стосувалися території Радянської України. На перших сторінках журналу зазвичай розміщували матеріали, у яких розкривався вплив комуністичної партії на суспільство, значення з'їздів КПРС, публікували різноманітні постанови та звернення до жіноцтва, статті про життя та подвиги жінок-передовиць тощо, статті про передові підприємства, останні досягнення Радянської України, далі розміщувалася інформація різних рубрик журналу (здоров'я, кулінарія, домашнє господарство, краса, спорт, мода тощо) [692, с. 77–88].

Значна кількість матеріалів стосувалася моди, розвитку легкої промисловості та служби побуту. Майже в кожному випуску розміщували сторінки моди, у безкоштовних додатках публікували викрійки одягу (у натуральному розмірі з необхідними розрахунками). Вони містили огляд останніх модних новинок та інформації про модні покази та виставки, як всередині країни, так і за кордоном. Сторінки з оглядом моди зазвичай містили моделі одягу, які можна поділити за сферою життя, професійною спрямованістю, віком та статевою належністю, типом фігури та зростом. За сферою життя – для дому, роботи, відпочинку, конкретного заходу (карнавал, весілля, новорічний маскарад тощо) [422, с. 33; 423, с. 31; 447, с. 28; 505, с. 16–17; 507, с. 33; 562, с. 33; 597, с. 26–27]. За професійною спрямованістю – одяг для вчительки, маляра, свинарки, трактористки, робітниці легкої або металургійної промисловості [494–496; 596]. За віком – як для дітей, молоді, так і жінок похилого віку [468; 509; 623]. За типом фігури та зростом, більшість матеріалів була присвячені повним жінкам та невисокого зросту,

але також були матеріали для худорлявих та високих [419; 549; 550; 566; 624]. Зазначалося, що «повні жінки повинні особливо уважно ставитися до вибору одягу. Одягатися їм можна, звичайно, за модою, але не сліпо її наслідувати, а зважати на свою фігуру, вибирати тканини й фасони, які найбільше личать» [550, с. 31]. Отже, сторінки огляду моди містили максимально різнопланові моделі одягу залежно від призначення.

Попри те, що журнал був більше орієнтований на жіночу аудиторію, ілюстрували також моделі чоловічого одягу, публікувалися поради для чоловіків [420, с. 28; 551, с. 30]. У додатках були викрійки не тільки жіночого та дитячого одягу, але й чоловічого [615].

В основному публікували моделі українських будинків моделей одягу (переважно столичного). Інколи публікували моди союзних республік, і зовсім рідко – моду західних країн (Франція, Італія, Великобританія тощо) [501; 502; 602; 603]. У посиланнях могло зазначатися авторство певного ілюстрованого виробу, але на шпальтах журналу майже ніколи не вказували прізвища демонстранток одягу, як і в усіх радянських періодичних виданнях.

Хоча в кінці 1960-х – на початку 1970-х років в часописі було розміщено декілька окремих публікацій про радянських манекенниць [407, с. 3; 513, с. 1, 32]. Подібні публікації досить рідко траплялись і в журналах інших республік [454, с. 1, 18–19; 612, с. 16]. В одній зі статей в кінці 1980-х років було таке пояснення, чому так рідко трапляється інформація про радянських манекенниць: «Про манекенниць та їхню роботу розповідалося у нас до останнього часу не часто. Та й як воно могло бути інакше: манекенниці не перевиконують план на двісті відсотків; не здійснюють інших трудових подвигів. А це, як відомо, багато десятиліть вважалося єдиним критерієм оцінки людини. Цінувати її за красу, чарівність, грацію, бачити в манекенниці особистість – таке не вміщувалося в панівну в колишні часи свідомість. На сьогодні наші уявлення змінилися» [454]. Це справді так, на

шпальтах журналів публікували переважно матеріали про жінок-передовиць, які мали значні трудові досягнення. Час від часу можна було натрапити на публікації про художників-модельєрів та їхню роботу, наприклад, у форматі інтерв'ю [404, с. 28–29; 417, с. 30; 511, с. 30–31; 621, с. 18–20]. Також на шпальтах «Радянської жінки» висвітлювали діяльність будинків моделей, здебільшого українських [438, с. 30–31; 510, с. 30–31; 516, с. 30–31; 553, с. 30–31; 601, с. 32–33].

Ще одним напрямком рубрики були огляди про модні покази та виставки. Вони різнопланові за тематикою та спрямуванням. Це могла бути інформація про постійно діючу виставку передового досвіду, виставку народного одягу, виставку робіт художників-модельєрів фабрик індошиття одягу чи ярмарок моди всередині республіки [405, с. 30; 444, с. 28; 581, с. 30–31; 600, с. 16–17]. Також могли бути огляди всесоюзних виставок одягу чи конгресу мод у Москві або інформація про участь українських будинків моделей одягу на закордонних показах та виставках мод [455, с. 33; 493, с. 31; 512, с. 30–31; 580, с. 16–17]. Матеріали подавали в формі репортажу з місця подій, короткого огляду або інтерв'ю з особистістю, причетною до виставки [388, с. 24–25].

Систематично висвітлювали конкурси на найкращі малюнки тканин, моделі одягу, трикотажні вироби й головні убори з використанням українських народних мотивів. Наприклад, в 1965 році в такому конкурсі взяли участь 72 підприємства легкої промисловості і 6 будинків моделей республіки, що говорить про досить велику зацікавленість та залученість до подібних заходів [472, с. 28–29]. З актуалізацією перукарської справи на початку 1960-х років в журналі почали друкувати інформацію про проведення конкурсів перукарів [442, с. 32; 585, с. 29]. З 1971 року почали проводити загальносоюзні конкурси перукарів, і ця подія також набула висвітлення на сторінках журналу [467, с. 31].

Важливе місце відводилося заміткам та статтям про культуру одягу, вихованню смаку та стилю. Зазвичай їх писали професіонали – відомі українські мистецтвознавці, художні керівники та модельєри будинків моделей [452, с. 30; 473, с. 30–31; 517, с. 28–29]. Систематично друкувалися поради про моду та інтерв'ю з працівниками будинків моделей інших республік [412, с. 27; 593, с. 28]. Ці поради викликали довіру читачів та впливали на формування образу радянської людини.

Значну увагу приділяли 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» [500, с. 14]. До редакції надходили листи з найрізноманітніших тем. Попри те, що це жіночий журнал, авторами листів були й чоловіки.

Багато листів стосувалися зовнішнього вигляду, модних трендів, служби побуту. Наприклад, це були прохання порадити, яким має бути зовнішній вигляд сучасної дівчини [445, с. 24], як одягатися вчителів [406, с. 32–33], які штани краще вибрати [395, с. 30]. Окрім листів-прохань, надходили звернення від читачів інформаційного характеру: про відкриття курсів крою та шиття в селі або на певному підприємстві [410, с. 29; 515, с. 24–26], про нове ательє мод чи методи обслуговування замовників [396, с. 30; 403, 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 [604, с. 26]. Редакція сприяла задоволенню прохань, скарг та проблем читачів. Результати здійснених заходів друкували в рубриках: «Слідами листів наших читачок», «“Радянська жінка” допомогла», «Редакція допомогла» тощо.

На початку 1970-х років було запроваджено нову рубрику «Пилосос не електричний, а сатиричний», у якій в сатиричній формі подавали скарги на певний виріб, підприємство, соціальні явища в суспільстві. Наприклад, порушувались такі проблеми, як неякісне виготовлення одягу та взуття в

ательє індпошиву або на швацьких підприємствах [443, с. 28; 479, с. 26; 617, с. 29; 618, с. 29], пошиття одягу в ательє «по благу» [464, с. 27–28], погане обслуговування у хімчистці (крадіжка одягу, невиконання поставленого завдання) [613, с. 28] тощо. Щоб показати дієвість редакції у розв'язанні проблем, результати публікували в рубриці «Пропилососили».

Ще однією формою налагодження зв'язку з читачами були заочні конференції, анкети, опитування, конкурси [440, с. 27–28; 441, с. 13]. На сторінках журналу публікували анкети з питаннями до читачів залежно від тематики опитування, а саме стосовно особистих відомостей про читача для кращого розуміння своєї аудиторії [379, с. 32], наповнення журналу [440, с. 27–28], оформлення додатку [381, с. 32; 398, с. 31], доставки журналу [437, с. 27], сфери побуту [380, с. 31–32] тощо. Часто публікували 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 [397, с. 30–31].

Варто зазначити, що працівники часопису також вели активну громадську діяльність. Вони мали свою громадську приймальню, куди приходили на консультацію читачі, брали участь у роботі жіночих клубів, підтримували зв'язок із жіночими радами, виступали на радіо та робили виїзди з лекціями на підприємства [504, с. 30]. Отже, співробітники журналу прагнули стати ближче до читачів та завоювати їх довіру.

Окрім цього, на сторінках журналу висвітлювали робочі та організаційні моменти, пов'язані з випуском журналу. Наприклад, матеріали про комбінат друку «Радянська Україна», де видавали журнал, або інформація щодо процесу створення журналу [518, с. 32; 625, с. 23]. Отже, читачам надавали додаткову інформацію для налагодження контакту з ними.

У 1975 році змінилася редакційна політика журналу стосовно дати його заснування. Якщо раніше офіційною датою заснування був січень 1946 року [401, с. 1; 500, с. 14], то з 1975 року почали вказувати листопад 1920 року

[414, с. 4–5; 434, с. 4–5; 563, 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» [563, с. 7]. Отже, розкривалися витoki журналу й наголошувалося, що він був заснований у перші роки існування радянської влади. Ця тенденція була типовою для тогочасних часописів і мала на меті показати їхню близькість та цілковиту приналежність до радянського режиму.

Важливою ланкою в діяльності журналу була співпраця з жіночими радами [504, 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 працювали понад 50 жінок. За меншої кількості обирали жіночих організаторів [591, с. 23].

На засіданнях жіночих рад обговорювали плани роботи підприємства та контроль за їхнім виконанням, обговорювали питання, пов'язані з роботою жінок на виробництві, їхньою участю у громадсько-політичному й культурному житті, з вихованням дітей та зміцненням сім'ї, побутом, охороною і полегшенням жіночої праці [589, с. 17]. Вони брали участь в організації соціалістичного змагання на підприємствах, виступали на пленумах КПУ як делегатки, виступали ініціаторами створення побутових пунктів з ремонту взуття і одягу, проведення курсів крою та шиття на підприємствах республіки тощо [430, с. 18]. На сторінках журналу активно висвітлювали роботу жіночих рад, висловлювали їм підтримку, були

спеціальні рубрики «Колонка активістки», «На допомогу жіночим радам» тощо.

З 1961 року на шпальтах журналу почали пропонувати курс крою та шиття для того, щоб кожна читачка мала змогу освоїти швацьку справу. У ньому були представлені як теоретичні матеріали (лекції), так і практичні (викрійки). Їх публікували в безкоштовному додатку до журналу. У другій половині 1960-х років була популярною «Школа в'язання». З 1977 року в додатку почали публікувати уроки вишивання. Починаючи з наступного року, майже в кожному випуску журналу розміщували узор, елементи української народної вишивки. Для проведення теоретичних та практичних уроків на сторінках журналів залучались найкращі майстрині Радянської України та союзних республік. Отже, жіночий часопис пропагував рукоділля та шиття одягу, опікувався тією частиною жіноцтва, що не мала змоги відвідувати спеціальні курси.

Доволі незвичною 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 – О. Карпович [513, 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 із 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» [513, с. 32]. Отже, 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 – Л. Дерев'янку [407, 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. У 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 із яскравих прикладів офіційної сатири в Радянській Україні. Він мав велику популярність серед населення Радянської України та був одним із найбільш тиражованих журналів в СРСР. Його почали видавати 1922 року в Харкові під назвою «Червоний Перець» [671, с. 36]. Протягом 1927–1934 років, у зв'язку зі збільшенням попиту, видання стало виходити регулярно. Внаслідок низки репресій проти співробітників його випуск 1934 року припинився [644, 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 Ф. Маківчука, головного редактора журналу «Перець», журнал посідав друге місце у світі за тиражами споріднених журналів і п'яте – серед найбільш поширених центральних журналів СРСР [91, арк. 1]. У другій половині 1980-х років наклад журналу становив понад три мільйони.

За соціологічними дослідженнями редакції кожен випуск журналу читало щонайменше 5 осіб, тобто 15 мільйонів читачів [91, арк. 1]. За своєю структурою журнал був подібний до загальнорадянського сатирико-гумористичного часопису «Крокодил». Він містив 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 суперечило радянському способу життя, комуністичній моралі, тобто з усім, що вважалось антиподами комунізму [91, арк. 3].

Таким чужим елементом радянської ідеології була і мода, яка розглядалась у контексті західного впливу. На сторінках видання активно публікували текстові та візуальні матеріали з критикою західної моди та західного способу життя. Її негативний вплив, зокрема, обговорювали на Республіканській нараді з сатиричних видань [258, арк. 1–130].

Окрім західної, критика опосередковано сягала і радянської моди. Переважно вона стосувалася виготовлення неякісного одягу та взуття, низької якості обслуговування у службі побуту (ательє індпошиву, хімчистка) тощо. Варто зазначити, що осуду підлягали окремі підприємства та особистості (директора, інженери, працівники фабрик), але не державні діячі і тим більше не партія чи держава в цілому.

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

Велику увагу приділяли 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 значні й міцні зв'язки того чи того друкованого органу зі своїми читачами, з широкими масами трудящих» [99, арк. 1; 102, арк. 13].

Порівняно з усіма редакціями журналів та газет України «Перець» одержував найбільшу кількість листів від читачів. Зокрема, 1952 року до «Перця» надійшло 25 445 листів, окрім офіційного листування з різними установами, тоді як редакція газети «Радянська Україна» одержала 18 000, «Правда України» – 20 500 листів [96, арк. 1].

Якщо кореспонденція республіканських газет та журналів переважно містила листи позитивного характеру (про досвід передовиків, успіхи

окремих робітників і колгоспників, патріотичні відгуки на різні події), то «Перець» одержував сигнали «знизу» лише негативного характеру. Насамперед, це були скарги з різних суспільних чи соціальних проблем.

Найбільш «гострі» та важливі, на думку редакції, листи друкували в журналі [93, арк. 1; 96, арк. 1]. Переважну більшість листів та скарг відправляли в республіканські та місцеві організації для реагування та вжиття заходів [99, 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 переважно керівники установ та організацій швидко та «по-партійному» реагували на критичні зауваження [99, арк. 4].

Для підтвердження дієвості та сприяння у розв'язанні проблем систематично друкували рубрику «“Перець” допоміг» [102, арк. 7]. У редакції журналу велась окрема порівняльна статистика з кількості одержаних та надрукованих у журналі листів [92, арк. 1; 97, арк. 1], результативності роботи (кількості засуджених та знятих з роботи на основі скарг) [84, арк. 2; 94, арк. 1; 100, арк. 1]. Також складали список організацій, установ та осіб, яких найчастіше критикували у виступах «Перця» [95, арк. 1].

До відділу пропаганди й агітації ЦК КПУ надходили листи-звіти з аналізу редакційної пошти. У звіті вказували загальну кількість одержаних листів, називали порушені проблеми та зазначали регіони, у яких було найбільше та найменше скарг [247, 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 [88, арк. 1; 98, арк. 1; 102, арк. 6]. Також у редакції журналу відбувався прийом громадян із різноманітних питань (25-30 осіб на день в 1950-х роках) [96, арк. 2].

Отже, за допомогою висміювання республіканський часопис висвітлював різні соціальні проблеми, до яких належала, зокрема, і мода, реагував на скарги читачів та сприяв розв'язанню нагальних питань.

У Радянській Україні моду висвітлювали 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, переважно видавав у столиці Київський будинок моделей одягу. Певні спроби організації виходу свого «Журналу мод» здійснив Львівський будинок моделей одягу [247, арк. 16]. В 1959 році Будинок моделей випустив 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 [307, с. 9]. У виданнях подібного типу друкували моделі одягу та короткі пояснення з зазначенням автора виробу.

У 1970 році почали видавати журнал «Краса і мода» [598, с. 30]. На відміну від своїх попередників, 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 шиє, рекомендації щодо догляду за собою, благоустрою житла, кулінарні рецепти тощо. Тобто за змістом він був близьким до сучасних глянцевого журналу. Він виходив 4 рази на рік за сезонами (весна, літо, осінь, зима) та був досить великим за обсягом (48 сторінок).

Кожен випуск містив додаток з викрійками моделей одягу. Досить часто в журналі мод публікували матеріали з чоловічої моди [450, с. 43; 498, с. 32–33]. Варто зазначити, що всі моделі одягу перед публікацією в 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 несаможиттєвість часопису в прийнятті рішень щодо візуального контенту.

Відносно текстового наповнення, оскільки це був саме журнал мод, то, звичайно, порівняно зі згаданими журналами «Радянська жінка» і «Перець», він мав значно більше матеріалів, пов'язаних із модою. Метою публікацій було пропагування радянської моди та виховування смаку, показ переваг «своєї» моди на протигагу західній. Канони «правильної» та «доступної» радянської моди були на шпальтах кожного випуску. Як зазначала радянський мистецтвознавець І. Андрєєва: «У нас є своя мода. І головна її риса – вона адресується всім без винятку» [377, с. 6].

Підсумовуючи, зазначимо, що органи цензури (Головліт та облліти) жорстко контролювали періодику УРСР. Політико-ідеологічний контроль здійснювався відповідно 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 публікували. Тому можемо стверджувати, що був 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. Від переважно негативного сприйняття явища, притаманного винятково «західному» способу життя, вона поступово набула позитивних рис. Її доцільно розділити на соціалістичну (радянську) та капіталістичну (західну). Західну моду, як і раніше, критикували, радянська – стала її антиподом та протиставлялась західній культурі та способу життя.

Журнальна періодика була однією з найважливіших 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 й 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 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, сторінки моди, листи, викрійки, карикатури тощо. Листам надавалося особливе значення, оскільки вони виступали важливим каналом взаємодії з читачами. Якщо у видання «Краса і мода» і «Радянська жінка», крім листів-скарг, також часто надходили листи інформаційного характеру чи прохання, то в сатиричний журнал «Перець» переважно надходили тільки скарги. Серед іншого були і скарги на одяг і взуття радянського виробництва, тобто, опосередковано критикували й радянську моду. Але тут відразу варто зазначити, що це робили з профілактичною метою, 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 радянських речей: «Пилосос не електричний, а сатиричний» («Радянська жінка») і «Ширнетреба» («Перець»). Це повинно було стимулювати керівництво швацьких і взуттєвих підприємств, фахівців ательє індошиву виготовляти більш якісний одяг для населення і тим піднімати радянську моду на більш високий рівень. Для презентації ефективності журналу в розв'язанні проблемних питань, на сторінках публікували рубрики-звіти («Пропилососили», «“Перець” допоміг» тощо). Статистика щодо заходів,

спрямованих на розв'язання проблем, також велася в редакціях, а відповідні звіти регулярно відправляли в ідеологічний відділ ЦК КПУ.

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

3.3. Висвітлення моди в сатиричних виданнях (на прикладі журналу «Перець»)

Загалом сатири та, зокрема, сатиричним журналам у Радянському Союзі відводилась надзвичайно важлива роль, через висміювання та публічний осуд вони виступали інструментом критики негативних проявів у суспільстві, формували певні стереотипи, погляди, образи в населення. Вони була контрольовані владою та виконували певне політико-ідеологічне замовлення. Одним із таких негативних явищ, на думку керівництва країни, була мода, яку здебільшого розуміли в контексті західного впливу.

Для розуміння моди в УРСР є важливим розгляд офіційного дискурсу на прикладі сатиричного журналу «Перець» 1956–1985 років та зіставлення результатів одержаних у ході аналізу контенту журналу з архівними матеріалами. До дослідження були залучені архівні матеріали ЦДАМЛМ, ЦДАГО, ДАЛО, ЦДАВО, ЦДКФФА, РДАНІ, РДАЕ та ГДА СБУ.

Матеріали журналу використовуються як джерело, що відображає гротескне зображення дійсності і дає «нормативне» уявлення про сприйняття тенденцій моди в країні очима сучасників. Це можливість побачити, які стереотипи закріплювалися в масовій свідомості населення, визначити і зрозуміти спрямованість офіційної пропаганди в сфері радянської та західної моди.

У фондах ЦДАМЛМ зберігаються матеріали щодо відомих українських художників-фейлетоністів, які працювали в сатиричному виданні «Перець», а саме Коган, Крижанівський, Ковінька, Козюренко, Бе-Ша. Але найбільшу цінність становить Ф. 668 Маківчука Федора Юрійовича, який був головним редактором журналу майже 40 років. У цьому фонді є довідки про роботу журналу до відділу пропаганди і агітації КПУ, про засудження матеріалів і неопублікованих листів журналу «Перець», звіти щодо аналізу редакційної пошти, зв'язку з читачами, організацій, установ та осіб, які були піддані найбільшій критиці у виступах «Перця», листи особисто до Ф. Маківчука від читачів з відгуками на гуморески і фейлетони, опубліковані в журналі «Перець».

Варто зазначити, що сам Маківчук уважав редакційну пошту «своєрідним барометром, що з найбільшою точністю показує, наскільки широкі й міцні зв'язки того чи того друкованого органу з своїми читачами, з широкими масами трудящих» [99, арк. 1.]. Тому їй приділялась велика увага і неодноразово зазначалось у звітах, що редакція журналу відповідає на кожен лист і реагує на кожну проблему. Найбільш «гострі» й важливі листи друкували в журналі.

Наголошувалось, що більшість керівників організацій і установ швидко й «по-партійному» реагували на виступи «Перця», на листи й скарги читачів. Про тих, хто не реагував, доводилось до відома партії. Виходячи з цього, ми можемо стверджувати не тільки про міцний зв'язок із читачами, але і з партійними керівними органами.

У ЦДАГО, для цього дослідження насамперед важливий Ф. 243 «Видавництво «Радянська Україна» ЦК КПУ», в якому видавався журнал «Перець». Вагомими є Ф. 1. «ЦК КПУ» та Ф. 7 «ЦК ЛКСМУ», в яких містяться звіти, стенограми, довідки відділів ЦК КПУ, листи обкомів, райкомів партії, зокрема і щодо питань друку. Також розглядаються питання про розкрадання й розтрати соціалістичної власності (хабарництво,

спекуляції), боротьба з «хіпі», «стилягами» та іншими «паразитичними елементами» в радянському суспільстві.

З ЦДАВО були залучені Ф. Р-2 «Рада Міністрів УРСР. Виконавча влада» та Ф. 572 «Міністерство легкої промисловості УРСР», які містять матеріали щодо розвитку легкої промисловості, її недоліки.

З ДАЛО був використаний Ф. 3 «Львівський обком КПУ», в якому, зокрема, було взято до аналізу інформацію про реагування на факти хибних політичних дій окремої частини молоді Львівською обласною комсомольською організацією (матеріали щодо викриття групи молоді, яка іменувала себе «хіпі») [10]. Також долучений Ф. Р-1352 «Профспілка працівників текстильної і легкої промисловості» (звіти по роботі легкої промисловості). Відомості по боротьбі з львівськими «хіпі» також містяться в Ф. 16 «Секретаріат ГПУ–КГБ УРСР» ГДА СБУ.

У ЦДКФФА України імені Г. С. Пшеничного варто передусім відзначити матеріали кіножурналу «Радянська Україна». Цей кіножурнал був розрахований на показ останніх досягнень Радянської України, зокрема і в сфері легкої промисловості, моди. Але неодноразово в цьому джерелі траплялися матеріали щодо осуду того чи того підприємства легкої промисловості, низькій якості виробів тощо [130; 148]. Також у кіножурналі є матеріали щодо засіданню редколегії «Перця», роботи художників тощо [132; 182].

У РДАНИ (Ф. 5. «ЦК КПСС») та РДАЕ (Ф. 523 «Общесозный дом моделей одежды» та Ф. 9480 «Государственный научно-технический комитет») переважнорозглядались стенограми, листування з різними відомствами та міністерствами з питань легкої промисловості, вищезначених соціальних проблем у радянському суспільстві. Варто зазначити, що в цьому архіві досі дуже багато матеріалів засекречені.

Взятий до аналізу журнал містить візуальні й текстові матеріали, пов'язані з темою моди, одягом, зовнішнім виглядом радянської людини, та

становить генеральну сукупність, тобто включає всі 702 випуски журналу «Перець» за період лютий 1956 – квітень 1985 років. Матеріали досить різнопланові: карикатури, вірші, сатиричні памфлети, замітки, оголошення і навіть листи-скарги. Для оброблення й систематизації інформації в досліджуваних графічних і текстових матеріалах було створена реляційну базу даних у рамках СУБД MS Access.

З усієї сукупності матеріалів з моди, які представлені в журналі «Перець», 90 % становлять візуальні матеріали (каркатури) і 10 % – текстові (фейлетони, замітки, листи тощо) (див. додаток С. 3). Примітно, що семантичні категорії, пов'язані з одягом, стосуються різних аспектів, які прагнув висміяти «Перець». Ці категорії можна умовно розділити на дві підкатегорії – західна (81 %) та радянська (19 %) мода (див. додаток С. 4). До першої належить образ «модника» і проблеми, пов'язані з тим, як позиціонувалася частина радянської молоді, спрямована на Захід, вираженням чого була гонитва за «брендами», модними речами західного виробництва. Друга підкатегорія містить одяг та взуття радянського виробництва та його сприйняття радянськими громадянами.

Вивчаючи матеріали щодо західної моди, можна визначити 10 соціальних проблем, які існували в радянському суспільстві, 14 образів і 12 асоціативних образів. За матеріалами, що стосувалися радянської моди, можна виявити 6 соціальних проблем (див. додаток В. 1).

У процесі контент-аналізу визначали частота згадуваності та ступінь значущості семантичних категорій. Виходячи з результатів аналізу графічних матеріалів, представлених на сторінках журналу «Перець», були виділені найбільш значущі проблематики й образи за кожною підкатегорією за весь період 1956–1985 років у відсотковому співвідношенні, а також виділені панівні семантичні категорії окремо за періодами «відлиги» та «застою».

У матеріалах про західну моду найбільш характерні риси «модників» були пов'язані з 10 соціальними проблемами. Розглянемо детальніше п'ять основних соціальних проблем (див. додаток С. 5). За весь період 1956–1985 років найпопулярнішою проблемою був згубний вплив Заходу (37 %). До цієї категорії належали, передусім представники західної субкультури – «стиляги», «хіпі», а також люди, для яких першочерговою необхідністю була гонитва за «брендами», модними речами західного виробництва (див. додаток D. 1). Наступною є проблема шкідливих звичок (18 %), зокрема паління та вживання спиртних напоїв. Зазвичай це були зображення молоді в модному костюмі з цигаркою в руках або з келихом алкогольного напою в ресторані, барі чи клубі (див. додаток D. 2). Третьою за значущістю була проблема взаємовідносин «батьки й діти» (12 %). Вона стосувалася таких аспектів, як неповага до батьків і людей похилого віку (бабусь, дідусів) та життя за рахунок батьків (див. додаток D. 3). Досить актуальною є проблема «суспільного осуду» (11 %). Передусім осуд стосувався одягу, аксесуарів, зовнішнього вигляду, а також аморальної поведінки в суспільстві (див. додаток D. 4). Далі йде проблема дармоїдства (8 %): молодь нічого не робить і ухиляється від будь-якої роботи і відповідальності (див. додаток D. 5).

На сторінках журналу також висвітлювалась така категорія як «блат» (все вирішується за допомогою зв'язків та грошей чи відіграє роль зовнішність людини, наприклад, під час прийому на роботу) та хуліганство (порушення порядку та аморальна поведінка в суспільстві) (див. додаток D. 6).

На основі зовнішнього вигляду модників та виходячи із соціальних проблем були сформовані певні семантичні образи. Розглянемо детальніше найбільш яскраві образи за окремими періодами. За весь період 1956–1985 років переважав образ жертви моди, «хіпі», людини зі шкідливими звичками, дармоїда та «стиляги» (див. додаток С. 6).

Загалом образ жертви моди був популярний протягом усього періоду, хоча найбільший сплеск припав на період «застою». Жертвою моди зазвичай зображали дівчину, для якої найголовнішою метою в житті було слідувати останнім модним тенденціям (див. додаток D. 7). Наприклад, зі спогадів респондентів, одна жіночка після перегляду фільму «Бабетта іде на війну» дуже хотіла слідувати головній героїні і, щоб зробити собі на голові зачіску «бабетта», підклала консервну банку в волосся. Як наслідок, вона потрапила в лікарню з травмованою головою [335].

Образ «хіпі» є найбільш актуальним у період «застою» (див. додаток D. 8). Варто зазначити, що цей субкультурний напрям був справді популярним на території Радянської України, зокрема Західної частини. Про це свідчать архівні матеріали ЦДАГО, ЦДАЛО та ГДА СБУ. Наприклад, були знайдені матеріали щодо викриття групи львівських «хіпі», яка йменувала себе «партія свободи хіпі» [10, арк. 1–18; 242, арк. 35–51]. В інформації «Про наслідки проведеної роботи з групою молоді, яка називала себе «хіпі» зазначалось, що група молоді почала створюватись 1970 року і до неї входили студенти політехнічного інституту, робітники, учні, переважно молоді люди 1950–1953 років народження. Акцентувалось, що деякі з них в той час не працювали. Всі вони цікавились західною музикою (поп-музика, біг-бітова музика), проблемами руху «хіпі» на Заході [10, арк. 2]. Спочатку група об'єднувалась під лозунгами: добре ставлення до дівчат, невживання спиртних напоїв, осуд порушень громадського порядку. В. Єресько («президент» організації) висунув ідею про прийняття статуту з такими пунктами, як допомога другу в біді, боротьба за мир, спілкування людей без будь-яких канонів, без нав'язування волі однієї людини іншій тощо. Однак, на думку партійних чиновників, згодом він почав «проповідувати явно антисупільні, антирадянські погляди, викликав своїми виступами ненависть до дружинників» [10, арк. 2], заявляв, що комсомол складається з «п'яниць, пройдисвітів, хуліганів» [10, арк. 16].

Після викриття згаданої групи обком комсомолу провів нараду з секретарями міськкому, райкомів ЛКСМУ м. Львова та секретарями комітетів комсомолу на правах райкомів, на якій було рекомендовано гостро зреагувати на виявлені факти «аморальної, аполітичної поведінки» членів групи «хіпі» та вжити заходів, які б виключали подібні прояви надалі. Всі безробітні члени групи відразу після їх виявлення були працевлаштовані.

В усіх первинних комсомольських організаціях, де працювали чи навчалися учасники групи, було проведено комсомольські збори та засідання комітетів комсомолу за участі працівників райкомів, міськкому та обкому комсомолу, секретарів партійних бюро та комітетів, керівників підприємств, установ та навчальних закладів. Відбулось засідання комітету комсомолу політехнічного інституту, бюро райкомів комсомолу м. Львова та обкому комсомолу. У низці організацій пройшли партійні збори, педради та батьківські збори. Були розглянуті персональні справи всіх учасників групи «хіпі», виявлені недоліки ідейно-виховної роботи в колективах, накреслені шляхи поліпшення «політичного, класового загартування» юнаків та дівчат. Частина членів групи «хіпі» була виключена з рядів ВЛКСМ, частині – оголошено сувору догану із занесенням в облікову комсомольську картку. Студенти політехнічного інституту, які входили в склад групи «хіпі», були виключені з інституту [10, арк. 17]. Всі ці заходи були проведені під контролем та за дієвого сприяння обласного, міського та районних комітетів партії.

Львівський міський комітет комсомолу, проаналізувавши причини створення групи молоді, дійшов висновку, що це стало можливим тому, що комсомольські організації в своїй політичній виховній роботі серед молоді «не доходять до кожного юнака і дівчини, не проявляють піклування про цілеспрямованість, дієвість і оперативність політичної агітації, яка нерідко має поверховий характер» [10, арк. 15.].

За даними органів КДБ осередки «хіпі» існували в багатьох містах України, а саме: Києві, Харкові, Львові, Дніпропетровську, Одесі, Донецьку, Ворошиловграді, Запоріжжі, Сімферополі, Рівному, Полтаві, Кіровограді, Сумах та Чернівцях [8, арк. 322]. Вони почали з'являться у 1968 році на базі «фарцувальників» та «бітломанів» – частини молоді, яка займалася скупкою та перепродажем іноземних товарів і захоплювалася «біт-музикою». В основу групи «хіпі» входили школярі старших класів, студенти вузів та технікумів, молоді робітники та непрацююча молодь [6, арк. 302; 8, арк. 322].

Найбільшу небезпеку працівники КДБ вбачали не стільки в зовнішньому вигляді «хіпі» (джинси, довге волосся тощо), а в тому, що вони мали власну ідеологічну платформу. Вона полягала у перегляді морально-етичних форм соціалістичного суспільства, створенні власного еталону моральності, критиці партії та всього радянського [6, арк. 302–313]. Тому за цим субкультурним напрямом партійні органи активно слідкували та вели статистику, перешкоджали їх зборам та з'їздам, критикували у періодичних виданнях тощо.

Так, станом на 1979 рік органами КДБ на території Радянської України було виявлено 80 осіб, які належали до угруповання «хіпі»: у Львівській (48), Донецькій (6), Кримській (5), Полтавській (5), Запорізькій (5), Дніпропетровській (4), Київській (2), Херсонській (2), Тернопільській (2) та Чернігівській (1) областях. Серед них 65 осіб віком від 16 до 25 років, 15 осіб віком від 26 до 30 років. За гендерною ознакою – 65 чоловіків та 16 жінок [9, арк. 117]. Виходячи з цієї статистики, значну частину «хіпі» складали юнаки 16-25 років, які проживали в західних областях. Осередком руху було місто Львів.

Варто зазначити, що в Центрі міської історії Центрально-Східної Європи у Львові наразі зберігається велика колекція фото і відеоматеріалів щодо львівських «хіпі» [310]. Окрім того, в цей період часу у Львові існує

спільнота «хіпі», яка веде свій початок від 1970-х років. З 2011 року вони почали випускати альманах «Хіппі у Львові» – спогади радянських «хіпі» [739–741]. Слід зазначити, що вже є багато досліджень щодо львівських хіпі, зокрема й закордонних дослідників, наприклад, В. Ріш та М. Йоффе [764; 774].

«Стиляги» є виключно продуктом періоду «відлиги» (див. додаток Д. 9). Напевне, це найбільш популярний субкультурний образ радянського періоду, про який є багато досліджень і навіть знято фільм. Вперше слово «стиляга» було вжито 1949 року в сатиричному журналі «Крокодил» (фейлетон «Стиляги», автор Д. Біляєв) [387, с. 10]. Згодом воно поширилось і на терени Радянської України.

Судячи зі стенограми наради редакторів комсомольських сатиричних газет УРСР 1957 року, в другій половині 1950-х років «стиляги» були досить поширені на території УРСР, зокрема в Києві [258, арк. 1–130]. Головний редактор «Перцю» Ф. Маківчук зазначав, що в Києві цей напрям процвітає, і підкреслював, що треба вести більш активну боротьбу проти «стиляг». Він наголошував: «Дуже мало наші сатиричні видання борються з таким жахливим явищем у нашому молодому середовищі, з такою пліснявою, як наші стиляги. Що це за болячка така? Що це за гнійник такий? Зараз на Заході ще гніздяться націоналістичні організації, які в своїй програмі підривної діяльності в Радянському Союзі і особливо на Україні чорним по білому записали – робити ставку в боротьбі проти Радянської влади на Україні на молодь, яка демонструє свою неповагу до народних звичаїв, до народних традицій, до народних пісень, до народної музики, яка одягається по-західному стилю, дівчатка ходять у штанях, без головних уборів, хлопці – в штанях у дудочку, в чоботах на таких підшвах, з такими гривами. На жаль, вони вже поширені. Але, товариші, найбільше лихо – це в Києві, і мені здається, що наші київські комсомольські організації і київські вікна сатири проти цих стиляг ніякої боротьби не ведуть. Коли говорити про

виховання молоді, про боротьбу зі стилягами, на яку вже робить ставку іноземна розвідка, наші люті вороги, то я раджу за це взятися і в першу чергу нашій сатири. Розпинати їх треба з прізвищами, з малюнками. Малювати їх треба так, як тільки в голову влізе. Цих щадити не можна. Тут не може бути договору про ненапад, про співдружбу. Їх треба витягувати на наші вікна сатири, їх треба розпинати, як тільки можна. А, на жаль, коли проглядаєш сатиричні вікна, то бачиш, що про цих самих стиляг дуже мало матеріалу» [258].

Осередок «стиляг» був і Харкові. Неформальна організація була створена 1957 року й отримала назву «Голубая лошадь» («Блакитний кінь»). Її «президентом» та одночасно «гетьманом» українських «стиляг» став Є. Гребенюк. Переважно до її складу входила «золота молодь» – діти радянських чиновників, партійних діячів, а також і комсомольські активісти. Організація була викрита 1958 року після невдалого розіграшу приїзду М. Хрущова до Харкова. Оскільки одним зі «стиляг» був син міністра транспорту, вони скористалися нагодою розіграти приїзд Першого секретаря ЦК КПРС, використавши автомобільний кортеж. Як наслідок, ця інформація дійшла до М. Хрущова, тож було дано вказівку жорстоко покарати тих, хто «кинув тінь на партію та Першого секретаря особисто» [456]. В ході обшуку була знайдені докази антирадянської діяльності, серед яких спроби налагодити контакти з країнами Заходу.

Справа «Блакитного коня» набула розголосу в США, де «стиляг» оголосили дисидентами та конгрес США виділив 20 мільйонів доларів на допомогу організації. На їхній захист також виступило радіо «Голос Америки» та Асоціація студентів США [456]. У разі прийняття допомоги членів організації погрожували судити як західних агентів, лідерів нелегальної антирадянської організації. Зрештою, відбулася угода між лідером «стиляг» Є. Гребенюком та органами КДБ – амністія більшості

учасників, пом'якшення вироку, відновлення в рядах партії батьків порушників.

Судове засідання проводилось закритим, в ході якого основних фігурантів справи було ув'язнено на 3,5 роки [559]. Також у місцевих газетах були написані розгромні статті з характерними заголовками. Зокрема, стаття «Куда прискакали «голубые лошади»», надрукована в газеті «Комсомольская правда», містила багато особистих деталей про порушників та їхніх батьків. Зазначались прізвища та імена, місце роботи або навчання, взаємини з батьками, критикувалось проведення дозвілля та давалась власна негативна оцінка «стилягам» та «стиляжництву» загалом. В якості висновку, кореспонденти журналу наголосили: «Комсомольці схопили «блакитних коней» за вуздечку. Правильно! Тепер від них самих залежить їхнє майбутнє. Тільки через працю вони зможуть вийти на правильну дорогу в житті» [588, с. 3].

Образ дармоїда – людини, яка ухиляється від будь-якої роботи, не працює та сидить на шиї у батьків, найбільшої популярності здобув у період «відлиги», хоча загалом був актуальним у період всього досліджуваного періоду (див. додаток D. 10). Те саме ми можемо сказати і про порушника порядку.

Для боротьби з антигромадськими «паразитичними елементами» органи внутрішніх справ залучали громадські організації. Створювали спеціальні комісії з організації боротьби з дармоїдами та іншими особами, які ведуть антигромадський спосіб життя. До складу цих комісій були введені працівники радянських органів, прокуратури, міліції, представники місцевого активу [242, арк. 24–28]. Проводилась роз'яснювальна робота серед населення щодо створення атмосфери нетерпимості до осіб, які ухиляються від праці на користь суспільства. До цієї роботи активно долучились партійні, профспілкові, комсомольські організації. Наприклад, за чотири місяці в 1970 році тільки у Вінницькій, Донецькій, Чернівецькій

областях серед населення проведено понад трьох тисяч бесід, лекцій і доповідей, надруковано 144 статті в місцевій пресі, організовано 40 виступів по радіо і телебаченню [693]. Дармоїди, які злісно ухилялись від суспільно корисної праці засуджувались до позбавлення волі або до виправних робіт. У кращому разі їх відправляли на роботу.

Про порушників порядку в докладних записках Міністру внутрішніх справ УРСР наголошувалось, що велика кількість карних злочинів вчиняє молодь віком до 25 років. Зокрема, із 65 162 притягнутих до кримінальної відповідальності в 1957 році за карні злочини 32 785 осіб, або 50,4 %, становила молодь. Із загальної кількості притягнутих до кримінальної відповідальності за злочини – 26 710 осіб, або 23,3 % від загального числа притягнутих, ніде не працювали.

Міністерством внутрішніх справ УРСР здійснювався комплекс заходів, спрямованих на попередження злочинів та правопорушень проти іноземних громадян [242, арк.109–111]. Для організації боротьби з правопорушеннями проти іноземців створювалися спеціальні відділи, а з метою попередження крадіжок особистого майна іноземців органами внутрішніх справ спільно з адміністрацією готелів, кемпінгів, турбаз періодично проводились перевірки стану охорони місць їхнього проживання та устаткування камер схову речей. Систематично здійснювалися рейди по готелях, барах і ресторанах по встановленню та вилученню осіб, які вступають в контакт з іноземними громадянами [242, арк. 109].

Образ «фірмача» характерний виключно для періоду «застою». Він стосувався частини молоді, для якої головним було дістати фірмову річ із певним надписом, наприклад, «Adidas», «Montana», «Canada» тощо (див. додаток D. 11). Цікавим є образ «дами з собачкою», який втілював один із характерних споживацьких ідеалів – для щастя треба мати «дачку, тачку і собачку» (див. додаток D. 12) [670].

З образів випливають асоціативні (порівняльні) образи модників. А саме, порівняння з тваринами, дівчиною, людиною похилого віку, первісною людиною та іноземцем (див. додаток С. 7). Так, чоловіка-хіпі з довгим волоссям асоціювали з дівчиною; хіпі з довгою бородою порівнювали з чоловіком похилого віку (див. додаток D. 13). Популярним було порівняння «модника» з первісною людиною, а також із іноземцем – «модна» молодь прагнула одягатися виключно в «західний» одяг (див. додатки D. 14, 15). Примітною є карикатура, на якій зображені два гачки: на одному гачку як наживка – черв'як із лейблом «made in...», а на другому – звичайний черв'як. В такому разі фактично всі риби, вбачаючи наживку із західним лейблом, пливають до неї (див. додаток D. 16). Ймовірно, цим зображенням автор хотів показати споживчі схильності радянських модників, для яких головним пріоритетом у виборі одягу був лейбл «made in...».

Серед порівняльних образів також популярним було асоціювання модника з різними видами тварин (найбільш часто трапляються – вівця і мавпа) і рослинами (бур'ян) (див. додаток D. 17). Дівчата, які палять, зазвичай порівнювались із «копченою рибою» або попільничкою.

Місця дії різні: музей, зоопарк, вулиця, будинок, природа, ресторан, кафе, перукарня, бібліотека, РАГС тощо. У п'ятірку найбільш популярних місць, де зображували модників, входять вулиця, будинок, ресторан, перукарня і громадський транспорт.

Отже, смішно намальована, влучно спрямована карикатура була гострою зброєю радянської влади, яка всіляко засуджувала образ радянського «модника». Невід'ємними рисами «модника» були такі: деградація в суспільстві через «згубний вплив» Заходу, наявність шкідливих звичок, неповага до батьків, життя їхнім коштом, при цьому, всіляке ухилення від роботи та відповідальності; «блат», внаслідок чого «модники» без проблем вступали до вищого навчального закладу та легко складали

сесії. Слідуючи позиції журналу, можна дійти висновку, що цінності «суспільства споживання» поширювалися, в першу чергу, з-поміж такої молоді, яка прагнула володіти модним одягом західного походження, прикрасами й супутніми атрибутами західного життя (магнітофон, автомобіль тощо). Така форма критики та осуду частково досягала своєї мети, формуючи негативний образ «радянського модника» в очах значної частини населення. Проте в молодіжному середовищі потяг до модного одягу, атрибутів західного життя продовжували існувати і дали сплеск у другій половині 1980-х років.

Як уже зазначалось, піддавалась осуду не тільки західна мода, але і радянська. Інший напрям «критичних стріл» журналу стосувався одягу та взуття радянського виробництва та його сприйняття радянськими громадянами. Він відбивав недоліки зокрема і щодо одягу. Виходячи з аналізу візуальних матеріалів, найбільш поширеними були такі проблеми (див. додаток С. 8). За весь період 1956–1985 років найголовнішими недоліками політики партії були поганий сервіс, низька якість речей, тіньова економіка, відставання радянської моди, розкрадання соціалістичної власності та дефіцит. У період «відлиги» найбільш актуальними були низька якість речей, погане обслуговування та тіньова економіка. В період «застою», окрім вищезазначених, було характерним відставання радянської моди, розкрадання соціалістичної власності та дефіцит. Зупинимось на означених соціальних проблемах більш детально.

Поганий сервіс розуміється як послуги індивідуального пошиття одягу, ремонту взуття чи одягу, хімчистки, які виконані неякісно. Наприклад, ситуація, коли костюм, який замовляє клієнт у кравця в ательє, зшитий неякісно, має закороткі або задовгі рукава, поганий крій тощо [525; 538; 547].

Потрібно відзначити, що проблема низького рівня обслуговування часто порушувалася на сторінках періодичних видань (див. додаток D. 18).

У більшості регіонів відзначалося, що мережа пошивних і ремонтних майстерень у містах абсолютно недостатня, терміни виконання замовлень тривалі, якість роботи низька, а ціни високі й часто встановлюються довільно. Зокрема, журнал «Вопросы экономики» повідомляв, що «вартість пошиття і реставрації одягу <...> продовжує залишатися високою, іноді навіть перевищуючи роздрібну ціну готового виробу в магазинах, а також плату, що стягується за аналогічні послуги приватними особами. Наприклад, у майстерні Велико-Бурлуцького району Харківської області вартість пошиття бавовняного костюма перевищувала 25 крб, тоді як в магазині такий же костюм можна було купити за 17–18 крб» [573, с. 153]. Виготовлення в державних майстернях затягувалося на тривалий час, вимагало великої кількості примірок і досить часто давало зіпсовану річ. Приміром, газета «Известия», посилаючись на лист однієї зі своїх читачок, повідомляла: «В одному з московських ательє взялися їй зшити сукню. І шили її три місяці. Шість примірок витримала самовіддана замовниця! А коли переконалася, що сукня зіпсована, попросила повернути гроші. Зібралася, як водиться, комісія. «Комісія – пише нам читачка, – замість того, щоб розбиратися в бракуванні, почала критичний розбір моєї фігури. Вийшло так, що моя фігура не відповідає сукні»» [646, с. 327]. Тому раз фігура замовниці не відповідає зшитій сукні, то зрозуміло, що «винна» сама замовниця.

За матеріалами інтерв'ю, навпаки, відзначався високий рівень обслуговування та пошиття одягу, але у приватних кравчинь. Респондентки стверджують, що головне знайти хорошого майстра [335; 352].

Низька якість речей стосується як одягу, так і взуття (див. додаток Д. 19). Архівні матеріали повністю підтверджують той факт, що, попри розвиток легкої промисловості і постійні постанови на її покращення, здебільшого товари народного вжитку були поганої якості [64, арк. 1–5, 79–81, 153–154; 65, арк. 1–5]. Наприклад, 1962 року в листуванні з Радою

Міністрів УРСР зазначалось, що «якість одягу у багатьох ситуаціях не відповідала вимогам споживачів, про що свідчили часті повернення торговельними організаціями виробів на дороблення й переведення їх в нижчі сорти» [65, арк. 20]. Зокрема, із перевірених «Укроптторгоглядом» у Херсонському раднаргоспі 26 491 виробів було переведено в нижчі сорти і повернено 8 313, або 31,4 %, від загальної кількості виробів. Як наслідок, фабрики зазнавали значних втрат від зниження сортності, витрати за доробками і штрафними санкціями за погану якість товарів. Оптові бази припиняли приймання окремих видів неякісних виробів від 30 підприємств [65, арк. 20].

Однією з причин того, що попит населення на високоякісний одяг не задовольнявся, ставало те, що промисловість станом на початок 1960-х років випускала лише 20 % одягу вищої якості, решта одягу виготовлялась за технологією масового пошиву.

У зв'язку з непорядкованістю матеріально-технічного постачання фабрики часто змушені були шити вироби з наявних тканин, не маючи змоги виконувати погодженого з торговельними організаціями асортименту. В зв'язку з цим, а також внаслідок того, що деякі керівники підприємств не звертали належної уваги на питання якості й зовнішнього вигляду виробів, значна їх частина осідала на складах фабрик і тривалий час не реалізувалась [65, арк. 21].

Зокрема, на фабриці імені Воровського Дніпропетровського раднаргоспу систематично через указані причини осідали швацькі вироби, наднормативні залишки їх становили, наприклад, на липень 1962 року 2,3 млн крб. В зв'язку з випуском продукції поганої якості цій фабриці держінспекцією з якості було заборонено в лютому-березні указанного року продаж костюмів чоловічих, хлопчикових та інших виробів. На Львівській швацькій фабриці №4 з 1960 року не реалізовувались 2 500 штук хусток зі штапелю, 500 штук сорочок чоловічих, 400 штук плащів із саржі та інші. На

складах швацького об'єднання Одеського раднаргоспу станом на липень 1962 року раднаргоспні залишки готових виробів осідали на 650 тис. крб [65, арк. 21]. Значні наднормативні залишки систематично осідали на швацькій фабриці імені Тінякова Харківського раднаргоспу й низці інших фабрик.

Аналогічні недоліки були в роботі взуттєвої промисловості. Наведемо декілька прикладів. Підприємства Вінницького, Луганського і Херсонського раднаргоспів недовиконували план поставки шкіряного взуття на 1,1 млн. крб. Низка підприємств раднаргоспів взуття випускали без достатнього врахування сезонності і замовлення торговельних організацій, тому значна кількість його тривалий час не реалізовувалась. Станом на липень 1962 року на фабриці Одеського взуттєвого об'єднання осідало взуття, яке мало обмежений попит (переважно комбіноване чоловіче взуття) на 693 тис. крб. Крім того, повернено торговельними організаціями бракованого взуття на 74 тис. крб. На Кременчуцькій взуттєвій фабриці з лютого 1961 року лежало 28 тис. пар напівчеревиків чоловічих зі свинячого хрому на суму 225 тис. крб. Це взуття могло бути продане лише після значного зниження ціни. Малоходове взуття на значні суми накопичувалось на державній фабриці № 9 Дніпропетровського раднаргоспу, № 1 та № 4 взуттєвих фабриках Київського раднаргоспу тощо. При цьому не задовольнявся попит населення на жіноче хромове взуття та інші вироби [65, арк. 21].

Внаслідок невиконання багатьма підприємствами раднаргоспів завдань з виробництва товарів широкого вжитку, які мали підвищений попит, і недопоставки їх торговельним організаціям не задовольнялись потреби населення на ці товари, що негативно впливало на виконання плану товарообігу і грошового обігу. Варто зазначити, що подібних довідок, звітів про недоліки в якості товарів широкого вжитку, зокрема одягу та взуття, досить багато і протягом усього досліджуваного періоду.

Траплялись і листи-скарги радянських споживачів з приводу неякісних товарів, зокрема взуття. Наприклад, 1967 року до Голови Ради Міністрів Української РСР звернулася громадянка Н. Печенникова зі скаргою, що «туфлі виробництва київської фабрики «Шоста» вартістю 17 крб з копійками, вона одягла один раз, і вони вийшли з ладу, втративши всяку пристойність» [68, арк. 7]. Її головною вимогою було «зобов'язати фабрику вислати справжнісінькі якісні туфлі, і щоб надалі вони випускали якісне взуття» [68, арк. 7].

Хоча за деякими звітами вказувалось, що УРСР – республіка з розвиненою взуттєвою промисловістю. Питома вага України в загальносоюзному обсязі виробництва взуття станом на початок 1960-х років становила близько 20 %. У республіці функціонувало понад 50 взуттєвих фабрик [64, арк. 144].

До тіньової економіки належить неофіційна торгівля дефіцитними речами, контрабанда, спекуляція, «фарцування» (див. додаток Д. 21). За даними КДБ, найбільш популярними місцями діяльності «фарцувальників» у Києві була площа перед Софійським музеєм, Володимирська гірка, площа Ленінського комсомолу, головна вулиця міста – Хрещатик, парк Вічної слави, тобто, місця, які найбільш часто відвідували іноземці [7, арк. 310]. Їхню поведінку було складно назвати ввічливою, іноземець Т. Лавоті скаржився: «Ввечері 20 липня (1972 року) біля готелю “Дніпро” я був атакований групою фарцувальників. Вони були дуже грубі, хапали за руки, вимагали поміняти гроші і продати речі» [7, арк. 312].

Органи міліції МВС УРСР проводили низку заходів для посилення боротьби зі спекуляцією, організовували спеціальні оперативні групи з працівників міліції. До роботи також залучався комсомольський актив та бригади сприяння міліції. За спекуляцію заарештовували або штрафували, а також конфісковували предмети спекуляції. Наголошувалось, що одночасно

зі здійсненням адміністративних заходів необхідно проводити бесіди серед населення, публікувати в пресі статті і кореспонденції про спекуляції тощо.

Однак дії працівників міліції в боротьбі з представниками тіньової економіки були не завжди ефективні, про що свідчить відгук італійця Е. Антаніоні: «Викликає подив, що ви до сих пір не покінчили зі спекуляцією валютою і проституцією. Дивно й те, що ви з цим навіть і не боретесь. Вдень, в найбільш людних місцях міста, до нас підходили по кілька разів спекулянти валютою і дівчата легкої поведінки. Вони нікого і нічого не боялися, робили свої пропозиції абсолютно відкрито. При цьому, поруч стояли міліціонери, які, звичайно, все прекрасно розуміли, але байдуже відверталися» [7, арк. 312].

Проблема відставання радянської моди від загальних тенденцій на сторінках журналу «Перець» почала висвітлюватись лише з другої половини 1960-х років, хоча була надзвичайно актуальною і в 1950-х роках. Відставання радянської моди розуміється як те, що одяг, який випускався на фабриках для масового споживання, значно відставав у новизні і якості від того, який випускали будинки моделей (див. додаток D. 20).

Ще 1964 року головний художник Київського будинку моделей О. Архіпеч підкреслювала: «Для масового виробництва наші моделі неприйнятні. На швацьких фабриках моделювання ведеться своїми силами, але часто дуже погано, некваліфіковано. Розрив між моделюючими організаціями і промисловістю – основна біда нашої роботи» [462, с. 21]. Це висловлювання пояснює появу такої категорії, як «відставання моди від загальних тенденцій» на сторінках сатиричного журналу «Перець».

За архівними матеріалами також простежується ця проблематика. У звіті «Про наслідки перевірки роботи будинків моделей республіки» до Голови Ради Міністрів УРСР В. Щербицького в 1962 році зазначалось, що серед недоліків будинків моделей, однією з функцій яких було розроблення технічної документації для швацьких фабрик, відбувалося затягування

виготовлення зазначеної документації на тривалий час [65, арк. 49]. Як наслідок, нові моделі впроваджувались у виробництво незадовільно, а підприємства швейної і трикотажної промисловості були змушені самі здійснювати розроблення нових конструкцій, фасонів і моделей. У деяких ситуаціях будинки моделей розроблювали моделі одягу з тканин, які не надходили на швацькі фабрики, і разом з тим мало розроблювали нові види й конструкції одягу з наявних достатніх груп тканин, які слід було більш широко впроваджувати для пошиву одягу.

Наприклад, із розроблених Львівським будинком моделей у 1961 році 924 моделей швацьких виробів було виготовлено технічної документації та зразків за замовленням швацьких підприємств тільки на 672 моделі, а впроваджено з них на підприємствах раднаргоспу – 331 [65, арк. 50].

Окрім затримки технічної документації, слід також відзначити проблеми з сировиною (тканиною, фурнітурою, шкірою) на підприємствах масового пошиву одягу та взуття. Неодноразово фабрики звертались зі скаргами в Міністерство легкої промисловості ЦК КПУ з приводу незадовільного постачання сировини та пропозиціями щодо поліпшення якості сировини [254, арк. 22, 31–33; 255, арк. 5–6; 256, арк. 50–55; 257, арк. 33–41].

Розкрадання соціалістичної власності характерне для всього періоду (див. додаток D. 22). У прокуратурі УРСР наголошувалась недостатня боротьба в цьому напрямі. Зазначалось, що: «Форми і методи розкрадання соціалістичної власності стали витонченими і замаскованими. Прагнучи ухилитись від кари, розкрадачі діють шляхом обману споживача і створення за цей рахунок надлишків, зниженням якості продукції, злочинних комбінацій на цінах, на пересортиці, зв'язку зі спекулятивними елементами тощо. Звичайні ревізії здебільшого цих форм розкрадання не можуть викрити. Для цього потрібна активна оперативна робота органів ОБХСС МВС УРСР. Треба проте сказати, що ці органи працюють ще незадовільно.

На їх обов'язку лежить попередження розкрадань і в цьому напрямку робиться дуже мало».

Органи прокуратури теж мали низку серйозних недоліків в роботі з боротьби з розкраданням. За окремими справами цієї категорії затримувались розслідування, допускалась низька якість слідства. Проблема дефіциту – відсутності якісних товарів широкого вжитку (одягу, взуття) була характерного для всього періоду, але на сторінках журналу фрагментарно цю тему почала порушувати лише з 1970–1980-х років. (див. додаток D. 23). На наш погляд, це пов'язано з цензурою з боку радянської влади, адже дефіцит вказував на прямі прорахунки керівництва країни, а не на окремих осіб чи підприємств.

Аналізуючи редакційну пошту за 1957–1958 роки, відповідальний редактор журналу «Перець» Ф. Маківчук у листі до відділу пропаганди та агітації ЦК КПУ вказував на велику кількість одержаних листів (19 639 шт.) [247, арк. 31–39]. Здебільшого це листи про недоліки в роботі установ та організацій, але значна частина листів були особисті скарги трудящих [247, арк. 31]. Він зазначав, що порівняно з минулими роками зросла кількість скарг трудящих на непорядки в торгівлі, особливо – у крамницях споживчої кооперації. Зокрема, в 1 187 листах до редакції читачі «Перця» повідомляли про факти порушення правил радянської торгівлі, про зловживання працівників прилавку, відсутність обов'язкового асортименту товарів повсякденного вжитку тощо. Протягом визначеного періоду найбільше скарг надходило з Сумської, Київської, Черкаської і Кіровоградської областей. Найменше критичних матеріалів і скарг трудящих було одержано з Закарпатської області (209 шт.) [247, арк. 32].

Говорячи про аналіз тексту, ми можемо сказати, що загалом соціальні проблеми збігаються з вищезазначеними. Суспільний осуд – як головна мета журналу, дармоїдство та згубний вплив Заходу (див. додаток С. 9).

Варто зазначити такий негативний момент як надання детальної інформації на сторінках сатиричного журналу, не тільки у вигляді прізвища та ім'я, але місця навчання або ж і повної адреси проживання «шкідників» радянського ладу. У разі появи такої інформації на шпальтах журналу працівники комсомолу робили перевірки, рейди, могло бути переслідування з боку громадськості.

Текстові матеріали з радянської моди передусім стосувалися низької якості речей (див. додаток С. 11). У редакцію журналу з цього приводу приходило багато листів-скарг, деякі публікували. Потім, за результатами скарг, були звіти в рубриці «Перець допоміг». Єдиний раз у журналі, був схвальний відгук у статті «Краса – діло серйозне» 1961 року в адресу Харківської швацької фабрики імені Тінякова, яка ставилась як приклад іншим як фабрика, одяг якої завжди хорошої якості і навіть схожий на закордонний. Завдяки використанню комп'ютеризованої програми MAXQDA ми бачимо підтвердження вищезазначених проблем як щодо західної, так і щодо радянської моди (див додаток С. 13).

Отже, сатирико-гумористичний журнал «Перець» є вагомим джерелом для вивчення моди та ставлення до неї. Його слід розглядати як джерело, що характеризує «викривлення» в реалізації політики держави в галузі ідеології і встановлених норм моралі в повсякденному житті радянських людей. На основі візуальних і текстових матеріалів, пов'язаних із модою, було розглянуто офіційну позицію радянського керівництва щодо радянської та західної моди. В ході ретельного аналізу було виявлено низку соціальних проблем, що існували в радянському суспільстві, образи, з якими асоціювались радянські модники та асоціативні образи.

З одного боку, джерело виступало інструментом критики західного стилю життя, прищеплювало певні негативні образи і стереотипи західної моди і модників. З другого – критика також стосувалися і радянської моди, недоліки якої переважно виражалися в поганій якості речей. Попри це,

говорячи про радянську моду, варто зазначити, що критикувалися не самі недоліки державного керівництва, а окремі підприємства, особи. Архівні матеріали повністю підтверджують той факт, що попри розвиток легкої промисловості і постійні постанови на її покращення, здебільшого товари народного вжитку були низької якості. Створення бази даних та її аналіз дозволили виявити механізми конструювання образу модника і проблем, які були пов'язані з радянською і західною модою, визначити їх значущість у радянському суспільстві протягом 1950–1980-х років.

Висновки до розділу 3

Офіційно транслиувалася мода, яка не підлягала осуду на державному рівні. Вона виступала для демонстрації переваг радянського способу життя, зокрема й у сфері моделювання одягу. Неофіційними були західні зразки моди, які підлягали осуду, але мали неоднозначну оцінку в середовищі модельєрів та мистецтвознавців.

Окремо слід розглянути механізми трансляції радянської та західної моди. До основних механізмів трансляції радянської моди належить періодика, фільми, література про моду і смак, публічні лекції відомих радянських модельєрів і мистецтвознавців, виставки одягу, покази мод та ательє мод. Найбільший вплив на населення мала періодика, адже періодичні видання були в кожній сім'ї (на деякі була обов'язкова передплата). Публікації про моду були не тільки в спеціалізованих журналах мод, але і в суспільно-політичних журналах (наприклад, «Радянська жінка», «Работница»). Радянські фільми, диктори на телебаченні також створювали певний образ радянської людини. Одяг часто намагались копіювати з екранів телевізорів. Досить широко популяризувалась література про моду і смак, покази мод проходили не тільки в будинках мод, але і на виробництві, швацьких підприємствах, в ательє, університетах тощо.

Разом із періодичними виданнями значний вплив мали зарубіжні фільми та література. Героїв кінокартин та музикантів наслідували, ними захоплювались і, звичайно, копіювали манери, поведінку та стиль одягу. В період 1950–1980-х років виникла велика кількість кумирів, на яких прагнули бути схожі («The Beatles», «Boney M» тощо). З періодичних видань найбільшим попитом користувався німецький журнал мод «Burda», який містив не тільки останні тенденції моди, але і велику кількість викрійок.

Проведення таких заходів, як виставки та покази зарубіжних мод всередині країни стимулювали попит на речі закордонного виробництва. «Діставати» імпорتنі речей стало загальнорадянським трендом. Цьому сприяв розвиток тіньової економіки, іноземний туризм, закордонні поїздки, наявність комісійних та спеціалізованих магазинів з імпортними речами на кшталт «Березка» та «Каштан». Закордонні відправлення від родичів перетворилися на ще один засіб отримання побутових речей з західних країн. Імпорتنі речі потрапляли у домівки радянських людей всупереч жорсткому контролю відправлень з боку влади на всіх рівнях.

Журнальна періодика була однією зі складових, що безпосередньо й чи не найбільше впливала на моду. Завданням журналів було виявлення всіх вад західної моди, чужої для радянської ідеології, і відображення переваг «своєї» моди. Досліджувані періодичні видання – суспільно-політичний «Радянська жінка», сатиричний «Перець» і журнал мод «Краса і мода» активно залучали свої ресурси для створення серед населення «потрібних» поглядів на моду, «правильні акценти» в цій сфері загалом. 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 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, сторінки моди, листи, викрійки, карикатури тощо. Листам надавалося особливе значення, оскільки вони виступали важливим каналом взаємодії з читачами. Якщо до видань «Краса і мода» і «Радянська жінка», крім листів-скарг, також часто надходили листи інформаційного характеру чи прохання, то до сатиричного журналу «Перець» переважно надходили тільки скарги. Серед іншого були скарги на одяг і взуття радянського виробництва, тобто опосередковано критикували й радянську моду.

Крім цього, в журналах були спеціальні рубрики, в яких у сатиричній формі висвітлювалася інформація щодо бракованих радянських речей: «Пилосос не електричний, а сатиричний» («Радянська жінка») і «Ширнетреба» («Перець»). Це повинно було стимулювати керівництво швацьких і взуттєвих підприємств, фахівців ательє індпошиву виготовляти більш якісний одяг для населення і тим самим покращувати рівень радянської моди. Для демонстрації ефективності журналу в розв'язанні проблемних питань, на сторінках публікували рубрики-звіти («Пропилососили», «“Перець” допоміг» тощо).

Відповідно коли журнали критикували певні аспекти, пов'язані з виробленим у СРСР одягом, вони допомагали населенню у розв'язанні проблем та притягненні до відповідальності виробників, які продукували неякісний товар. Це дозволяє зробити висновок про те, що найбільш популярні українські часописи чинили значний вплив на модні тенденції та повсякденне життя в УРСР.

Враховуючи вищезазначене, журнал «Перець» можна використовувати як джерело, що характеризує «викривлення» в реалізації політики держави в галузі ідеології і встановлених норм моралі в повсякденному житті радянських людей. Текстові та візуальні матеріали

«Перцю» дозволили дослідити офіційну позицію партійної номенклатури стосовно моди в СРСР та на Заході. Ґрунтовний аналіз допоміг виявити соціальні проблеми, що існували в радянському суспільстві, ўобрази, з якими асоціювались радянські модники та асоціативні ўобрази.

З одного боку, джерело виступало інструментом критики західного стилю життя, прищеплювало певні негативні образи і стереотипи західної моди і модників. З другого – критика також стосувалася і радянської моди, недоліки якої переважно виражалися в поганій якості речей. Попри це, говорячи про радянську моду, варто зазначити, що критикували не самі недоліки державного керівництва, а окремі підприємства, особи. Архівні матеріали повністю підтверджують той факт, що, попри розвиток легкої промисловості і постійні постанови на її покращення, товари народного вжитку здебільшого були поганої якості.

За допомогою створеної бази даних та її аналізу вийшло виявити засоби конструювання образу «модної людини» в УРСР, пов'язані як із загальнорадянською, так і з міжнародною модою, з'ясувати їхню значущість для радянського суспільства у періоди «відлиги» та «застою».

ВИСНОВКИ

На основі узагальненого осмислення наукових досягнень історіографії, виявленого, вивченого і залученого до наукового дослідження комплексу джерел та застосування різноманітних методологічних підходів ми висвітлили досліджену тему та дійшли таких висновків:

1. Огляд історіографічної бази дослідження засвідчив, що вивчення моди в Радянській Україні, як на державно-інституційному, так і на соціально-побутовому рівні є недостатньо дослідженою проблемою. Аналіз історіографічного доробку показує, що дотепер немає жодної історичної роботи, яка би досліджувала розвиток моди в УРСР у період 1950–1980-х років.

У дисертаційній роботі було використано архівні та опубліковані документи, інтерв'ю, речові джерела, періодичні видання, кіно-, фото-, фонодокументи тощо. Джерела доповнюють і уточнюють одне одного, а переважну більшість з них вперше введено до наукового обігу. Методи дослідження дають змогу проаналізувати моду в УРСР протягом 1956–1985 років та механізми впливу держави на формування радянської парадигми моди в українському суспільстві.

2. Мода є важливим чинником розвитку будь-якого суспільства. В радянський період ставлення до моди та політика щодо її розвитку мали суперечливий і неоднозначний характер. В умовах хрущовської «відлиги» та лібералізації суспільства було взято курс на поступове покращення матеріального добробуту його громадян, що спричинило збільшення бюджетного фінансування легкої промисловості та споживчого попиту суспільства.

Ці тенденції сприяли появі товарів, які мали широкий попит. Попри це, недостатнє бюджетне фінансування легкої промисловості (за залишковим принципом) було уповільнювальним чинником у розвитку модної індустрії

УРСР. Радянська планово-централізована економіка, орієнтована насамперед на задоволення військових потреб, не мала змоги оперативно реагувати на зміни модних запитів у суспільстві та насичувати споживчий ринок модними та якісними товарами так, як це відбувалось у розвинутих ринкових економіках світу.

3. З'ясовано, що процес впровадження моди в Радянському Союзі був досить суперечливим. Від початку існування радянської влади її заперечували й розглядали як елемент, чужий радянській ідеології, адже впродовж 1920–1940-х років нагальною проблемою було забезпечення речами першої необхідності.

У другій половині ХХ століття значно покращився добробут, культурно-освітній рівень, зросла зацікавленість споживачів в модному та якісному одязі. Тема моди знову актуалізувалася, поступово стаючи все більш впливовим чинником життя, а «модність» одягу стала однією з її ключових характеристик.

4. Наведені в дисертації дані дають змогу визначити два етапи в розвитку моди – періоди «відлиги» та «застою». В умовах хрущовської «відлиги» відбувається певне послаблення ідеологічного контролю та часткове відкриття «залізної завіси», що сприяло пожвавленню культурних зв'язків із зовнішнім світом (міжнародні фестивалі, покази мод, закордонна співпраця в галузі моди). Це, своєю чергою, стимулювало розвиток інституцій, які відповідали за моду, та оформлення концепції радянської моди.

На другому етапі відбувається подальший розвиток радянської модної індустрії, зокрема відкриваються профільні будинки моделей та Український інститут асортименту виробів легкої промисловості та культури одягу. Протягом цього періоду покращилися культурні зв'язки з Заходом, про що свідчить чимала кількість закордонних виставок і показів мод та спроби налагодження співробітництва з провідними західними модними фірмами

(«Christian Dior», «Levi Strauss»). В обох періодах значний вплив на моду УРСР мали субкультурні напрями – «стиляги» в період хрущовської лібералізації та «хіпі» за часів «застою».

5. Доведено, що оформлення концепції «радянської моди», наукове вивчення законів її функціонування і можливостей регулювання на державному рівні, активний сплеск у розвитку моди припав на другу половину 1950-х – 1960-ті роки, що значно пізніше, ніж у більшості розвинутих капіталістичних країн.

Основні постулати радянської моди сформувалися в ході дискусій між представниками різних галузей знань. Характерними рисами моди стали простота, скромність, зручність, доречність та чуття міри. Одночасно в офіційному дискурсі вибудовувалася концепція «гарного смаку», створення одягу в ансамблі, звернення до народних традицій.

Ідеологічною метою радянської моди стало сприяння створення нового сучасного комуністичного суспільства, а саме формування образу радянської людини та її життєвих цінностей. Радянська мода також виступала як протиположна західній моді і мала демонструвати переваги соціалізму та соціалістичного способу життя.

6. Виявлено, що для розвитку індустрії моди та її пропагування в СРСР було створено мережу державних інституцій (будинки моделей, науково-дослідні та контролюючі організації). Велику роль у створенні офіційної «радянської» моди та формуванні модного напрямку загалом відіграли художники-модельєри, а повний контроль над її затвердженням мали художні ради.

Будинки моделей виступали основними трансляторами моди. Ці державні інституції створювали у столицях та великих містах радянських республік, методичним центром яких був Загальносоюзний будинок моделей одягу в Москві. Вони поділялись на швацькі та профільні.

Завданням будинків моделей було як проектування і розроблення одягу для промислового виробництва, так і виготовлення моделей для представлення країни за кордоном, публікації в журналах мод, проведення модних показів та виховання радянського суспільства за допомогою ознайомлення з «правильними», ідеологічно витриманими канонами радянської моди.

7. Доведено, що УРСР була одним із центрів розвитку та пропагування моди в СРСР. На території Радянської України було шість швацьких будинків моделей одягу, розташованих у найбільших містах.

Першим будинком моделей одягу став Київський, створений 1944 року, дещо пізніше, 1954 року, відкрився Львівський. Протягом 1958–1960-х років було створено Одеський, Донецький, Харківський та Дніпропетровський будинки моделей одягу. Кожен із них мав певну спеціалізацію за асортиментом продукції. Київський та Львівський будинки моделей розробляли весь асортимент та були провідними моделювальними центрами Радянської України.

Упродовж 1960–1980-х років в УРСР також відкрилися профільні будинки моделей, а саме Республіканський будинок моделей взуття, Республіканський будинок шкіргалантерейних виробів, Республіканський будинок моделей трикотажних виробів, Республіканський будинок моделей спецодягу та Республіканський будинок моделей побуту.

Виявлено, що співпраця будинків моделей зі швацькими фабриками полягала в розробленні та наданні технічної документації виробів, допомозі в їхньому впровадженні на промислових підприємствах. Понад 70 відсотків усієї промислової колекції виготовляли у спеціалізованих будинках моделей.

Однак у суспільстві з'явився стійкий стереотип щодо сірості, одноманітності та низької якості радянського одягу промислового виробництва, який існує дотепер не тільки у свідомості широких верств населення, але і серед науковців.

Це пояснюється тим, що в Радянському Союзі була диспропорція у розвитку важкої та легкої промисловостей. Звідси й недостатня потужність та технічна відсталість технологічної бази легкої промисловості. Окрім цього, не всі швацькі підприємства мали змогу відшивати моделі одягу у варіанті, що був прописаний у технічній документації через нестачу сировини.

Як наслідок, відбувалося пристосування певної моделі до виробничих умов на фабриці, адаптація до наявної тканини та фурнітури. Крім того, в умовах планової економіки відбувалася орієнтація більше на кількісні показники, аніж на якісні. Це спричиняло затоварювання продукцією низької якості та дефіцит високоякісних, модних речей на полицях магазинів.

8. Встановлено, що художні ради відігравали важливу роль у формуванні модного напрямку та розвитку радянської моди загалом. У складі художніх рад були представники Міністерства торгівлі, легкої промисловості, Держплану, науково-дослідних інституцій, будинків моделей та великих швацьких фабрик.

Усі моделі одягу перед випуском мали бути обов'язково узгоджені та затверджені художньою радою. Зображення моделей одягу, які друкували в періодиці, також проходили попередню перевірку та затвердження художньою радою перед їхньою публікацією в журналі.

Усе це свідчить про значний вплив художніх рад на розвиток моди в країні, а також про бюрократизацію процесу та жорстке цензурування цього напрямку.

9. Виявлено, що протягом усього досліджуваного періоду були суперечності між тим, що декларувалося в офіційному дискурсі, та повсякденними практиками. З одного боку, в офіційному дискурсі спостерігався всебічний осуд західної моди та її протиставлення радянській, а з другого боку – схвалення, доказом чого є низка офіційних відряджень радянських модельєрів до передових капіталістичних країн і звіти, які містять переважно схвальні відгуки про модні тенденції та інновації Заходу.

Закордонні відрядження в галузі моди жорстко регламентувало керівництво країни, проте вони слугували трансфером знань про західну моду. Найбільш важливими стали поїздки до Франції, метою яких було вивчення організації та управління французькою індустрією моди та впровадження найкращих «капіталістичних» досягнень у СРСР.

Велику прихильність до своїх радянських колег проявляла фірма «Christian Dior», яка вбачала в СРСР ринок для збуту своїх товарів. Не менш важливим було відрядження службовців до США для вивчення виробництва джинсів, насамперед «Levi's», та спроба налагодити співробітництво з цією фірмою.

Матеріали звітів радянських фахівців у галузі моди підтверджують, що концептуальні відмінності між «радянською» і «капіталістичною» модою, на яких наголошувалося в офіційному дискурсі, не мали значного впливу на реальну практику радянських художників-модельєрів.

10. Встановлено, що основними механізмами трансляції радянської моди стали періодика, фільми, література про моду і смак, публічні лекції відомих радянських модельєрів і мистецтвознавців, виставки одягу, покази мод та ательє мод.

Одночасно, насамперед неофіційними каналами, до УРСР потрапляла західна мода. Вона транслювалась через періодику, фільми, музику, літературу, міжнародні фестивалі, виставки та покази мод. Між тим були практики «діставання» західних речей («фарцування», іноземний туризм, посилки від родичів з-за кордону) та формувалися молодіжні субкультурні напрями («стиляги», «хіпі»).

11. Закцентовано увагу на помітному впливі журнальної періодики на населення та безпосередньо на моду. Одним із завдань журналів було висвітлення негативних рис західної моди та протиставлення їй радянській.

Досліджувані періодичні видання – суспільно-політичний «Радянська жінка», сатирико-гумористичний «Перець» і журнал мод «Краса і мода»

активно залучали свій інструментарій для формування «необхідних» уявлень про моду і розстановки «правильних» акцентів.

Вони мали найбільшу популярність серед республіканських журналів та через свою специфіку впливали на широку аудиторію. Для покращення довіри читачів видання використовували опитування, анкети, заочні конференції, конкурси, листи, а також консультації для читачів у приміщенні редакції, семінари, лекції на підприємствах тощо. Отже, вони завойовували авторитет і довіру свого читача доступними їм способами.

Матеріали, пов'язані з модою, були різноплановими: статті, сторінки моди, листи, викрійки, карикатури тощо. Листи були важливим каналом взаємодії з читачами, тому їм надавалося особливе значення. Переважно, це були листи інформаційного характеру, прохання чи скарги. Серед іншого скаржилися на одяг і взуття радянського виробництва, тобто опосередковано критикували й радянську моду.

У журналах також були спеціальні рубрики, в яких у сатиричній формі висвітлювали інформацію щодо бракованих чи неякісних радянських речей. Це мало стимулювати керівництва швацьких та взуттєвих підприємств виготовляти більш якісні товари.

12. З огляду на мільйонні тиражі та впливовість, журнал «Перець» є важливим джерелом для дослідження формування уявлень щодо моди та характеристики «викривлень» у нормах моралі та повсякденному житті радянського суспільства.

Ретельний аналіз візуальних і текстових матеріалів, пов'язаних із модою, дав змогу виявити низку соціальних проблем, які були в радянському суспільстві, образи, з якими асоціювались радянські модники, та асоціативні образи.

Серед важливих завдань журналу була критика західного стилю життя, прищеплення негативного образу західної моди та модників. Критика також стосувалася радянської моди, насамперед низької якості речей. Попри це,

критикували не недоліки державного керівництва, а окремі підприємства або їхніх співробітників.

Досліджені архівні матеріали пояснюють значну кількість публікацій «Перцю» щодо низької якості товарів масового вжитку, загострюючи увагу суспільства до цієї проблеми, яка продовжувала існувати попри поступовий розвиток легкої промисловості та регулярні постанови щодо покращення якості речей масового виробництва.

Створення бази даних та її аналіз дозволили виявити механізми конструювання образу модника та проблем, пов'язаних із радянською і західною модою в українському суспільстві, визначити їхню значущість у повсякденному житті 1950–1980-х років. Теми, пов'язані з модою, висвітлювались майже в кожному випуску часопису, що свідчить про актуальність цього явища в радянському суспільстві протягом усього досліджуваного періоду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

І. ДЖЕРЕЛА

Архівні матеріали:

Відділ районного трудового архіву в м. Луцьк

Ф. 56. Львівський будинок моделей одягу «Галмода»

Оп. 1

1. Спр. 1. Прикази по дому моделей за 1968 год. 204 арк.
2. Спр. 15. Прикази по дому моделей за 1969 год. 160 арк.
3. Спр. 105. Прикази по дому моделей за 1978 год. 181 арк.
4. Спр. 106. Прикази по дому моделей за 1978 год. 106 арк.

Галузевий державний архів Служби безпеки України

Ф. 16. Секретаріат ГПУ–КГБ УРСР

Оп.1

5. Спр. 937. Інформаційне повідомлення заступника голови КДБ при РМ УРСР Головченка І. Х. начальникам УКДБ при РМ УРСР про пропагандистську діяльність СРСР в світі та відгуки на політичну ситуацію в СРСР антирадянськи налаштованих релігійних організацій. Арк. 148–152.
6. Спр. 1009. Інформаційне повідомлення голови КДБ при РМ УРСР Федорчука В. В. на адресу керівництва ЦК КПУ про виникнення в містах України груп «хіпі». Арк. 302–313.
7. Спр. 1055. Доповідна записка голови КДБ при РМ УРСР Федорчука В. В. до ЦК КПУ про активізацію у м. Києві діяльності фарцовщиків, спекулянтів валютою та жінок легкої поведінки. Арк. 310–315.

8. Спр. 1055. Доповідна записка голови КДБ при РМ УРСР Федорчука В. В. на адресу першого секретаря ЦК КПУ Щербицького В. В. щодо виявлення серед молоді міст України груп, які іменують себе послідовниками течії «хіппі». Арк. 322–328.
9. Спр. 1162. Доповідна записка голови КДБ УРСР Федорчука В. В. на адресу першого секретаря ЦК КПУ Щербицького В. В. про активізацію послідовників буржуазного руху «хіппі» і заходи протидії цьому явищу як ідеологічній диверсії супротивника стосовно молоді. Арк. 116–120.

Державний архів Львівської області

Ф. П-3. Львівський обком Компартії України

Оп. 19

10. Спр. 115. Информации отделов обкома партии, обкома комсомола, секретариату обкома Компартии Украины о результатах проведенной работы с группой молодежи под названием «хиппи», некоторых тенденциях положительного и отрицательного характера, выявленных при подведении итогов выборов в Верховный Совет УССР и местных Советов депутатов трудящихся и др. 42 арк.

Ф. П-4. Львівський міський комітет Компартії України

Оп. 1

11. Спр. 865. Справки горкома партии о состоянии идейно-воспитательной работы среди студентов вузов. 39 арк.

12. Спр. 867. Справки, докладные записки горкома партии об усилении борьбы с преступностью, состоянии торговли в гор. Львове, рассмотрении писем и заявлений граждан. 14 арк.

Ф. Р-1352. Профспілка працівників текстильної і легкої промисловості**Оп. 1**

13. Спр. 448. Материалы о проведенной работе по улучшению качества выпускаемой продукции обкомом профсоюза (справки, газетные статьи) за 1965 г. 54 арк.
14. Спр. 646. Материалы по празднованию дня работников легкой промышленности (план, доклад, программы концертов, газетные статьи и др.). 59 арк.
15. Спр. 648. Материалы об улучшении воспитательной работы с молодежью, подростками и детьми на предприятиях (мероприятия, информации, справки и др.). 58 арк.
16. Спр. 693. Справки об организаторской и воспитательской работе на хлопкопрядильной фабрике и фирме «Прогресс» по мобилизации трудящихся на улучшение использования резервов производства и усиления режима экономии. 38 арк.
17. Спр. 717. Справки и отчеты о приеме и обслуживанию иностранных туристов и о выезде за границу работников текстильной и легкой промышленности за 1970 год. 16 арк.
18. Спр. 734. Стенограмма семинара по культуре производства на Львовской швейной фирме «Маяк» (24 июня 1971 г.). 54 арк.
19. Спр. 746. План социального развития коллектива Львовской швейной фирмы «Весна» на 1971–1975 гг. 87 арк.
20. Спр. 810. Стенограмма семинара по культуре производства (22 сентября 1972 года). 43 арк.
21. Спр. 864. Стенограмма Республиканского семинара-совещания председателей ФЗМК и председателей областных секций НТО обувной, кожевенной промышленности и Республиканского производственного

объединения по производству фурнитуры колодок и вспомогательного оборудования (1–2 марта, 1973 г.). 165 арк.

Ф. Р-1923. Львівська взуттєва фірма «Прогрес»

Оп. 1

22. Спр. 1. Постановления Львовского Совнархоза о создании обувной фирмы «Прогресс». 29 арк.

23. Спр. 2. Устав и знаки фирмы за 1961 год. 14 арк.

24. Спр. 3. Приказы по фирме за 1961 год. 111 арк.

Ф. Р-2002. Львівська швейна фірма «Маяк»

Оп. 1

25. Спр. 1. Устав фирмы «Маяк» за 1962 г. 13 арк.

26. Спр. 2. Постановления, приказы, директивные указания по Управлению легкой промышленности Львовского Совнархоза за 1962 г. 75 арк.

27. Спр. 16. Статистические отчеты о численности рабочих по профессиям, тарифным разрядам и формам оплаты труда по фирме и филиалам за 1962 г. 160 арк.

28. Спр. 32. Отчет о работе по техинформации и обмену передовым опытом по фирме «Маяк» и филиалам за 1962 год. 53 арк.

29. Спр. 55. Переписка дирекции фирмы «Маяк» с иностранными фирмами за 1963 год. 6 арк.

30. Спр. 275. Отчеты о поездках в творческие командировки за 1966 год. 54 арк.

31. Спр. 352. Приказы и директивные указания Министерства легкой промышленности за 1967 год. 141 арк.

32. Спр. 423. Отчет о выпуске изделий на уровне лучших отечественных и зарубежных образцов за 1968 г. по фирме «Маяк». 118 арк.

Ф. Р-3254 Львівська швейна фабрика «Весна»

Оп. 1

33. Спр. 1. Устав фирмы. 18 арк.
34. Спр. 2. Приказы по фирме (общие) за 1965 год. 94 арк.
35. Спр. 157. Справка об опыте работы фирмы со времени ее образования по 1971 год. 12 арк.

Оп. 2

36. Спр. 75. Документы о присвоении звания «Объединение высокого качества продукции» (справка, итоговые показатели и др.). 18 арк.

Ф. Р-3568. Львівський комітет комсомолу Політехнічного інституту

Оп. 1

37. Спр. 88. Протоколы заседания комитета ЛКСМУ Львовского Политехнического института № 7 – № 25. 119 арк.

Державний архів міста Києва

Ф. Р-1219. Київський Будинок моделей Головного управління швейної промисловості Міністерства легкої промисловості УРСР.

Оп.1.

38. Спр. 25. Книга отзывов и предложений за 1951 г. 18 арк.
39. Спр. 30. Справки доклады о работе Дома моделей за 1952–1953 гг. 58 арк.
40. Спр. 31. Протоколы заседания Художественного совета Министерства (31 октября – 13 ноября 1952 г.). 18 арк.

41. Спр. 38. Протоколы творческого совещания с художниками-модельерами (15 июля – 14 декабря 1953 г.). 52 арк.
42. Спр. 40. Протоколы совещаний Дома моделей (21 апреля – 25 ноября 1953 г.). 22 арк.
43. Спр. 46. Стенограмма конференции художников-модельеров и конструкторов Дома моделей с работниками швейной промышленности и госторговли (2 ноября 1953 г.). 37 арк.
44. Спр. 62. Материалы (акты, отчеты и др.) по оказанию помощи швейным фабрикам Украины за 1954 г. 192 арк.
45. Спр. 68. Переписка с Главным Управлением швейной промышленности по вопросам производственной деятельности Дома моделей (19 февраля – 15 декабря 1955 года). 90 арк.
46. Спр. 69. Справка о работе Дома моделей за 1955 г. 81 арк.
47. Спр. 89. Справки о работе Дома моделей за 1956 г. 27 арк.
48. Спр. 96. Материалы (информации, справки и др.) по участию в XII методическом Всесоюзном совещании (1956 г.). 49 арк.
49. Спр. 104. Приказы Министерства легкой промышленности. 58 арк.
50. Спр. 106. Тематический план и материалы к конгрессу моды на 1957 г. 20 арк.
51. Спр. 107. Протоколы заседаний художественного совета Министерства (25 января – 30 декабря 1957 г.). 115 арк.
52. Спр.110.Стенограмма просмотра и отбора изделий для Брюссельской выставки 1957 года (21 ноября 1957 г.). 17 арк.
53. Спр. 111. Стенограмма от 17 июня 1957 года и коммюнике VIII Международного конгресса моды. 32 арк.
54. Спр. 112. Материалы (справки, информации и др.) подготовки проведения международного конкурса одежды 1957 г. 36 арк.
55. Спр.113. Материалы оказания помощи швейным фабрикам и отчеты по командировкам за 1957 г. 27 арк.

56. Спр. 142. Отчеты о творческой командировке по обмену опытом в Венгерскую Народную Республику и г. Ригу (1959 г). 24 арк.
57. Спр. 161. Отчеты о творческой командировке по обмену опытом в г. Москву и Ленинград 1960 г. 12 арк.
58. Спр.162. Стенограмма Совещания работников Украинских домов моделей по обсуждению конструкции мужского костюма (1960 г.). 20 арк.
59. Спр. 178. Протоколы заседаний Художественного совета Дома моделей за 1961 г. 133 арк.
60. Спр. 189. Годовой отчет по основной деятельности за 1961 г. 146 арк.

**Центральний державний архів вищих органів влади та управління
України**

Ф. Р-2. Рада Міністрів УРСР. Виконавча влада.

Оп. 9.

61. Спр. 4916. Листування з центральними установами СРСР та УРСР про участь республіки у міжнародних ярмарках і виставках (25 грудня 1957 – 23 квітня 1958). 105 арк.
62. Спр. 9226. Листування з Радою Міністрів СРСР, міністерствами та центральними установами СРСР і УРСР про прискорення розвитку виробництва тканин, взуття і одягу в 1961–1965 рр., заходи до подальшого піднесення текстильної промисловості тощо. 306 арк.

Оп. 10.

63. Спр. 634. Листування з Держпланом УРСР, Раднаргоспами, міністерствами та іншими республіканськими організаціями про збільшення виробництва, розширення асортименту, і поліпшення якості швейних виробів, роботу будинків моделей, покращення роботи

Чернівецької прядильної фабрики, поліпшення якості шкірсировини тощо (19 липня – 15 грудня 1962 р.). 171 арк.

64. Спр. 958. Листування з Держпланом УРСР та іншими республіканськими організаціями з питань легкої промисловості (28 грудня 1961 – 12 серпня 1962 р.). 189 арк.

65. Спр. 959. Листування з Держпланом УРСР та іншими республіканськими організаціями з питань легкої промисловості (19 липня – 15 грудня 1962 р.). 171 арк.

66. Спр. 960. Листування з раднаргоспами УРСР та їх підприємствами про уцінку виробів легкої промисловості застарілих фасонів і моделей, забезпечення устаткуванням і матеріалами підприємств легкої промисловості, поліпшення якості сировини, будівництво і реконструкцію підприємств легкої промисловості тощо (7 вересня 1961 р. – 29 грудня 1962 р.). 242 арк.

67. Спр. 983. Листування з міністерствами і центральними організаціями СРСР про поставку овочів, фруктів і винограду в загальносоюзний фонд з урожаю 1962 р., додаткове виробництво і поставку товарів народного споживання 1962 р., проведення уцінки товарів застарілих фасонів і моделей, боротьбу з розтратами і крадіжками в торгових організаціях Міністерства торгівлі УРСР тощо. 198 арк.

Оп. 13.

68. Спр. 2301. Листування з питань заяв і скарг трудящих про надання жилої площі, про погану якість взуття, про загибель риби у водоймищах тощо (12 липня – 18 вересня 1967 р.). 30 арк.

Ф. 572. Міністерство легкої промисловості УРСР.

Оп. 4.

69. Спр. 330. Отчет группы специалистов швейной промышленности Министерства о результатах командировок в Австрию с целью ознакомления с моделированием, конструированием и производством мужской и женской верхней одежды на швейных фабриках за 1967 г. 63 арк.
70. Спр. 332. Отчет Киевского Дома моделей об участии в работе Советской секции на Всемирной выставке в г. Монреале (Канада) 25 июля – 5 сентября 1967 г. 78 арк.
71. Спр. 433. Отчет группы специалистов Министерства легкой промышленности СССР и Министерства легкой промышленности УССР во Францию для ознакомления с работой фирм Франции, изготавливающих кожгалантерейные изделия, с опытом работы кожевенных предприятий по отделке хромовых кож и опытом работы льнозаводов страны за 1968 г. 186 арк.
72. Спр. 435. Отчет группы специалистов фарфоро-фаянсовой, швейной и трикотажной промышленности Министерства в ФРГ, Австрию, Италию, ПНР и МНР за 1968 г. 99 арк.
73. Спр. 540. Сводные отчеты Министерства и отчеты главных управлений о результатах выполнения мероприятий, разработанных по заграничным командировкам специалистов легкой промышленности, о командировании специалистов легкой промышленности в зарубежные страны и о приеме в Советском Союзе специалистов зарубежных стран за 1-е и 2-е полугодие 1969 г. 121 арк.
74. Спр. 541. Отчет группы специалистов швейной промышленности СССР и УССР о результатах командировок во Францию с целью изучения способов обработки женского легкого платья из тканей различных волокон и формы организации технологических потоков и для ознакомления с технологией производства трикотажных полотен из химических видов сырья и изделий из них за 1969 г. 270 арк.

75. Спр. 648. Отчеты групп специалистов в легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок во Францию и Италию с целью приемки оборудования для производства обуви от фирмы «Анвер» и изучения способностей трикотажного полотна из высокообъемных химических нитей и пряжи, а также технологи изготовления изделий из них за 1970 г. 124 арк.
76. Спр. 1279. Отчеты групп специалистов легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок в Италию и Францию (14 апреля – 28 декабря 1975 г.). 150 арк.
77. Спр. 1447. Отчеты группы специалистов легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок в Италию, ФРГ, Швейцарию (26 февраля – 31 октября 1976 г.). 140 арк.
78. Спр. 1448. Отчеты группы специалистов легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок во Францию (9–18 февраля 1976 г.). 134 арк.
79. Спр. 1449. Отчеты группы специалистов легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок в Японию (14 мая–29 июля 1976 г.). 64 арк.
80. Спр. 1624. Отчеты группы специалистов легкой промышленности СССР и УССР в Англию, Италию, Францию, Голландию (9–30 января 1977 г.). 203 арк.
81. Спр. 1785. Отчеты группы специалистов легкой промышленности СССР и УССР в Англию, США, Голландию, Бельгию, Италию (10 января–17 ноября 1978 г.). 194 арк.
82. Спр. 1948. Отчеты групп специалистов легкой промышленности СССР и УССР о результатах командировок в Социалистическую Республику Румынию, США и ФРГ (28 января – 27 октября 1979 г.). 113 арк.

Центральний державний архів-музей літератури та мистецтва України

Ф. 668. Маківчук Федір Юрійович. 1912-1988.

Оп. 1.

83. Спр. 110. Листи від журналу «Крокодил». 10 арк.
84. Спр. 121. Лист від журналу «Перець». 2 арк.
85. Спр. 122. Лист від газети «Правда» (РРФСР). 25 арк.
86. Спр. 171. Листи від окремих літераторів з проханням відредагувати або надрукувати фейлетони, гуморески в журналі «Перець», або Бібліотечці «Перця». 73 арк.
87. Спр. 202. Листи до Маківчука Ф. Ю. від читачів з відгуками на гуморески і фейлетони, опубліковані в журналі «Перець». 169 арк.
88. Спр. 217. Довідка про роботу журналу «Перець» до відділу пропаганди і агітації КПУ. 4 арк.
89. Спр. 218. Огляд бюлетеню «На допомогу редакторів газети» до відділу пропаганди і агітації ЦК КПУ. 7 арк.
90. Спр. 229. Тези доповіді на нараді гумористів (1977 р.). 7 арк.
91. Спр. 231. Звіт про роботу редакції журналу «Перець». 3 арк.
92. Спр. 232. Зведення про кількість одержаних листів редакцією журналу «Перець» за 1949–1950 рр. 1 арк.
93. Спр. 233. Аналіз редакційної пошти журналу «Перець». 3 арк.
94. Спр. 234. Довідка про засудження по матеріалах і неопублікованих листах журналу «Перець» у 1950 році. 1 арк.

95. Спр. 235. Перелік організацій, установ і осіб, які були піддані найбільшій критиці у виступах «Перця» за 1950 р. 1 арк.
96. Спр. 236. Матеріали про розгляд заходів по поліпшенню роботи з листами і скаргами трудящих редакцією журналу «Перець». 4 арк.
97. Спр. 237. Довідка про надходження листів і скарг трудящих до редакції журналу «Перець» та використання їх у журналі за період 1954–1959 рр. 1 арк.
98. Спр. 238. Довідка про зв'язок з читачами «Перця» за 1958 р. 1 арк.
99. Спр. 242. Стаття-звіт відділу листів про зв'язки редакції з читачами. 5 арк.
100. Спр. 243. «Перцеві відповідають». Довідка про дійовість перчанських матеріалів за період 1954-1959 рр. 1 арк.
101. Спр. 244а. Доповідна записка Маківчука Ф. Ю. відділу пропаганди і агітації відносно членів редколегії журналу «Перець» тт. Михалевича, Козюренка, Громова, Довгаленка. 2 арк.
102. Спр. 246. Намітки до звіту про роботу «Перця». 14 арк.

**Центральний державний кінофотофоноархів України
імені Г. С. Пшеничного**

103. Од. обл. 199, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1945 р.
104. Од. обл. 232, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1945 р.
105. Од. обл. 298, кіножурнал «Радянська Україна», березень 1946 р.
106. Од. обл. 303, кіножурнал «Радянська Україна», березень 1946 р.
107. Од. обл. 639, кіножурнал «Радянська Україна», вересень 1949 р.
108. Од. обл. 718, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1950 р.

109. Од. обл. 1650, кіножурнал «Молодь України», лютий 1957 р.
110. Од. обл. 1665, кіножурнал «Україна сьогодні», 1958 р.
111. Од. обл. 1746, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1958 р.
112. Од. обл. 1747, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1958 р.
113. Од. обл. 1758, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1958 р.
114. Од. обл. 1766, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1958 р.
115. Од. обл. 1770, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1958 р.
116. Од. обл. 1810, кіножурнал «Піонерія», березень 1958 р.
117. Од. обл. 1824, кіножурнал «Молодь України», травень 1958 р.
118. Од. обл. 1826, кіножурнал «Молодь України», вересень 1958 р.
119. Од. обл. 1891, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1959 р.
120. Од. обл. 1907, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1959 р.
121. Од. обл. 1911, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1959 р.
122. Од. обл. 2534, кіножурнал «Радянська Україна», вересень 1962 р.
123. Од. обл. 2800, Збірник телесюжетів. Харківська студія телебачення, 1959 р.
124. Од. обл. 2819, Збірник телесюжетів. Харківська студія телебачення, 1959 р.
125. Од. обл. 2096, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1960 р.
126. Од. обл. 2119, кіножурнал «Радянська Україна», серпень 1960 р.
127. Од. обл. 2335, кіножурнал «Радянська Україна», липень 1961 р.
128. Од. обл. 2507, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1962 р.

129. Од. обл. 2534, кіножурнал «Радянська Україна», вересень 1962 р.
130. Од. обл. 2547, кіножурнал «Радянська Україна», грудень 1962 р.
131. Од. обл. 2562, кіножурнал «Піонерія», грудень 1962 р.
132. Од. обл. 2659, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1963 р.
133. Од. обл. 2707, кіножурнал «Радянська Україна», грудень 1963 р.
134. Од. обл. 2710, кіножурнал «Молодь України», січень 1963 р.
135. Од. обл. 2964, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1964 р.
136. Од. обл. 2993, кіножурнал «Радянська Україна», жовтень 1964 р.
137. Од. обл. 3009, кіножурнал «Молодь України», червень 1964 р.
138. Од. обл. 3083, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1965 р.
139. Од. обл. 3089, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1965 р.
140. Од. обл. 3090, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1965 р.
141. Од. обл. 3094, кіножурнал «Радянська Україна», березень 1965 р.
142. Од. обл. 3125, кіножурнал «Радянська Україна», жовтень 1965 р.
143. Од. обл. 3126, кіножурнал «Радянська Україна», листопад 1965 р.
144. Од. обл. 3129, кіножурнал «Радянська Україна», листопад 1965 р.
145. Од. обл. 3550, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1966 р.
146. Од. обл. 3553, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1966 р.
147. Од. обл. 3556, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1966 р.
148. Од. обл. 3560, кіножурнал «Радянська Україна», березень 1966 р.
149. Од. обл. 3575, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1966 р.

150. Од. обл. 3576, кіножурнал «Радянська Україна», липень 1966 р.
151. Од. обл. 3579, кіножурнал «Радянська Україна», липень 1966 р.
152. Од. обл. 3582, кіножурнал «Радянська Україна», серпень 1966 р.
153. Од. обл. 4760, кінофільм «Киевский Дом моделей предлагает», 1967 р.
154. Од. обл. 4215, кіножурнал «Радянська Україна», березень 1969 р.
155. Од. обл. 4477, кіножурнал «Радянська Україна», листопад 1970 р.
156. Од. обл. 5056, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1972 р.
157. Од. обл. 5064, кіножурнал «Радянська Україна», липень 1972 р.
158. Од. обл. 5093, кіножурнал «Радянська Україна», квітень 1972 р.
159. Од. обл. 5136, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1973 р.
160. Од. обл. 5180, кіножурнал «Радянська Україна», грудень 1973 р.
161. Од. обл. 5436, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1974 р.
162. Од. обл. 5481, кіножурнал «Піонерія», травень 1974 р.
163. Од. обл. 5495, кіножурнал «Радянська Україна», листопад 1974 р.
164. Од. обл. 5726, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1975 р.
165. Од. обл. 5729, кіножурнал «Радянська Україна», лютий 1975 р.
166. Од. обл. 5753, кіножурнал «Радянська Україна», листопад 1975 р.
167. Од. обл. 5759, кіножурнал «Піонерія», червень 1975 р.
168. Од. обл. 5800, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1975 р.
169. Од. обл. 6125, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1976 р.
170. Од. обл. 6133, кіножурнал «Радянська Україна», вересень 1976 р.

171. Од. обл. 6144, кіножурнал «Молодь України», червень 1976 р.
172. Од. обл. 6162, кіножурнал «Радянська Україна», жовтень 1976 р.
173. Од. обл. 6656, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1977 р.
174. Од. обл. 6878, кіножурнал «Радянська Україна», жовтень 1977 р.
175. Од. обл. 7005, кіножурнал «Сільське господарство України», 1976 р.
176. Од. обл. 7069, телефільм «Город Ровно», 1976 р.
177. Од. обл. 7212, кінофільм «Стратегия качества», 1976 р.
178. Од. обл. 7475, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1979 р.
179. Од. обл. 7541, кіноролик «Вышивка Украины», 1978 р.
180. Од. обл. 7606, кіножурнал «Радянська Україна», серпень 1979 р.
181. Од. обл. 7621, кіножурнал «Радянська Україна», січень 1980 р.
182. Од. обл. 7654, кінофільм «Друже Перче!», 1977 р.
183. Од. обл. 8017, кіножурнал «Радянська Україна», травень 1980 р.
184. Од. обл. 8019, кіножурнал «Радянська Україна», червень 1980 р.
185. Од. обл. 8029, кіножурнал «Радянська Україна», жовтень 1980 р.
186. Од. обл. 8302, кіножурнал «Радянська Україна», грудень 1981 р.
187. Од. обл. 0-34770. Сальникова К. – ткачиха ткацького цеха Одесської суконної фабрики, об'язавшись в честь 1 Мая дати сверх плану 350 м. сукна, за роботою, 3 апреля 1951 г.
188. Од. обл. 0-57914. Конструктор експериментального цеха Київської швейної фабрики імені І. Ф. Смирнова-Ласточкина Горевая Н. (слева) и

- лаборантки Сметана Л. И Дурас И. знакомятся с новыми моделями женского платья, январь 1954 г.
189. Од. обл. 0-85495. Мацяшек Л. – художник-модельер Центральной научно-экспериментальной лаборатории трикотажной промышленности, изготавливающей 2-ю партию моделей трикотажных изделий для Всемирной выставки в Брюсселе, производит примерку бального платья, г. Киев, 13 февраля 1958 г.
190. Од. обл. 0-85752. Демонстрация детского летнего платья в Киевском доме моделей, 20 апреля 1958 г.
191. Од. обл. 0-106943. Участок пошивочного цеха швейного объединения «Украина». На переднем плане швея, комсомолка Хромова Н. (слева) и мастер конвейера Семенец В. П. примеряют пальто, изготовленное из новой синтетической ткани «Богуславка» разработанной Украинским научно-исследовательским институтом трикотажной промышленности, 7 сентября 1964 г.
192. Од. обл. 0-110362. Конструктор-модельер экспериментального цеха Харьковской швейной фабрики им. Е. Д. Тинякова Сологуб С. и швея Воскобойникова Н. подбирают ткани для весенних пальто, 23 марта 1967 г.
193. Од. обл. 0-116886. Старший художник-модельер Киевского республиканского Дома моделей трикотажных изделий Попова Н. М., старший конструктор-модельер Щедрина Т. О. обсуждают новые модели, декабрь 1975 г.
194. Од. обл. 0-119472. Конструктор-художник Львовского Дома моделей Морозова Людмила и новых моделей одежды, г. Львов, 5 апреля 1968 г.

195. Од. обл. 0-120814. Посетители осматривают выставку моделей в г.Киеве, 1952 г.
196. Од. обл. 0-120964. Художники-модельеры Киевского Дома моделей обсуждают новые виды одежды, 1966 г.
197. Од. обл. 0-122267. Зал Киевского дома моделей во время демонстрации моделей одежды, февраль 1973 г.
198. Од. обл. 0-122268. Зал Киевского дома моделей во время демонстрации моделей одежды, февраль 1973 г.
199. Од. обл. 0-122269. Зал Киевского дома моделей во время демонстрации моделей одежды, февраль 1973 г.
200. Од. обл. 0-135640. Вышивальницы Львовской швейной фирмы «Весна» Петришина П. (слева направо), Кузько Е. и номеровщица Кулинич за работой, 9 июля 1973 г.
201. Од. обл. 0-154490. Художник-модельер Донецкого производственного трикотажного объединения Муромская Л. А. и главный инженер объединения Вирин Л. Я. разрабатывают новые модели одежды, 25 мая 1981 г.
202. Од. обл. 0-157361. Внутренний вид цеха № 3 Киевской швейной фабрики имени И. Ф. Смирнова-Ласточкина, г. Киев, октябрь 1975 г.
203. Од. обл. 0-158281. Художники-модельеры Киевского дома моделей одежды Руденко Ольга (слева) и Сарожинская Лариса обсуждают новые модели женского платья, 21 марта 1976 г.
204. Од. обл. 0-202965. Художник-модельер Київського будинку моделей одягу Мепен Г. М. в майстерні, м. Київ, січень 1990 р.

205. Од. обл. 0-207692. Народа членів художньо-технічної ради Київської швейної фабрики «Жовтень» виробничого об'єднання «Україна». Зліва направо: Борисбк Л. П., старший технолог Худякова В. Я., конструктор-модельєр Давидова В. М., головний інженер фабрики Мина Л. М., старший технолог експериментального цеху Владимірова М. В. і конструктор-модельєр Карпенко Г. П., 18 березня 1983 р.
206. Од. обл. 0-226875. Демонстрація дитячого одягу в Будинку моделей одягу у м. Києві, березень 1958 р.
207. Од. обл. 2-57035. Механический конвейер пошивочного цеха №4 Харьковской швейной фабрики им. Тинякова, 4 августа 1956 г.
208. Од. обл. 2-58922. Конвейер Киевской швейной фабрики «Украина», 1956 г.
209. Од. обл. 2-69625. Подвесной конвейер для улучшения качества готовых изделий на Киевской швейной фабрике «Украина», 7 апреля 1959 г.
210. Од. обл. 2-72358. Конвейер Киевской швейной фабрики имени Н. Ф. Смирнова-Ласточкина, 17 июня 1958 г.
211. Од. обл. 2-75686. Ударницы коммунистического труда Одесского швейного объединения им. В. В. Воровского комсомолки (слева направо) Канурина Т., Петрова В., Белкина Л. И Белованова Е., выполняющие норму на 130–150% в цехе, 12 ноября 1962 г.
212. Од. обл. 2-75749. Портной Харьковской мастерской индивидуального пошива мужской и женской рабочей одежды Баранник А. во время обеденного перерыва показывает рабочим электромеханического завода образцы производственной одежды, 17 ноября 1962 г.
213. Од. обл. 2-76719. Портной швейной мастерской с. Дмитровка Татарбунарского р-на Одесской области Аргиров Дмитрий Степанович

- принимает заказ у жительницы села Янчевой Анны Петровны, 7 апреля 1962 г.
214. Од. обл. 2-84552. Просмотр модели спортивного костюма, подготовленного Киевской швейной фабрикой «Украина» к весенне-летнему сезону, конструктором Демченко Евгенией Петровной (справа) и лаборанткой Яценко Марией Ивановной, 19 апреля 1963 г.
215. Од. обл. 2-88500. Общий вид салона Киевского Дома одежды, 7 августа 1964 г.
216. Од. обл. 2-91364. Выставочный зал Дома одежды в г. Киеве, 6 августа 1964 г.
217. Од. обл. 2-94544. Художник-модельер Киевской фабрики индивидуального пошива № 2 Горская Галина, модельер Новиков Геннадий и Гуржий Тамара за разработкой нового фасона летнего пальто, февраль 1968 г.
218. Од. обл. 2-98033. Демонстрация моделей одежды в Киевском доме моделей, февраль 1965 г.
219. Од. обл. 2-109980. Демонстрация моделей одежды в Октябрьском дворце культуры в г. Киеве, 5 марта 1962 г.
220. Од. обл. 2-111619. Группа художников-модельеров Киевского дома моделей обсуждает новые образцы одежды, 29 ноября 1967 г.
221. Од. обл. 2-119476. Художники-модельеры Львовского дома моделей за обсуждением перспективных моделей. Слева направо: Козаровский Т. В., Хоменко Р. Н., Лахманюк А. С., 26 сентября 1973 г.
222. Од. обл. 2-137208. Обсуждение новых фасонов одежды на Киевской швейной фабрике имени И. Ф. Смирнова-Ласточкина, 7 октября 1971 г.

223. Од. обл. 2-143652. Швея Киевской швейной фабрики имени И. Ф. Смирнова-Ласточкина, Герой Социалистического Труда Быченков Т. В. Делится опытом работы с молодыми работницами, 1982 г.

Центральный державний архів громадських об'єднань України
Ф. 1. Центральный комитет Коммунистической партии Украины (ЦК КПУ),
1917-1991.

Оп. 24.

224. Спр. 778. Печать. Работа издательств газет, журналов, художественных, научных и технических зданий. 467 арк.
225. Спр. 4157. Копия исходящего письма ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, письма обкомов, райкомов партии, Главного управления по охране военных и государственных тайн в печати при СМ УССР – вопросы печати. 522 арк.
226. Спр. 4195. Про приїзд зарубіжних делегацій, туристів, та відправка делегацій за кордон. 62 арк.
227. Спр. 4258. Проекты постановлений ЦК КПУ, справки отделов ЦК КПУ, постановления обкомов КПУ, письма Главного управления по охране военных и государственных тайн в печати при СМ УССР, заводов и других организаций – по вопросам печати. 371 арк.
228. Спр. 4340. Копии исходящих писем ЦК КПСС, справки ЦК КПУ, документы УОКСа, Министерств и других организаций – о посылке делегаций за границу, командировки за границу (30 января – 29 июня 1956 г.). 295 арк.
229. Спр. 4604. Справки отделов ЦК КП Украины, постановления бюро обкомов КП Украины, информации, письма обкомов партии, Главного

- управления по охране военных и государственных тайн в печати при СМ УССР и других организаций – по вопросам печати. 175 арк.
230. Спр. 4608. Копия исходящего письма в ЦК КПСС, информации, постановления горкомов, обкомов КПУ и других организаций – по вопросам работы культурологов, идеологической работы; об участниках VI Всемирного фестиваля молодежи и студентов в г. Москве и проведении IV конгресса в г. Киеве; вопросы научно-атеистической пропаганды. 146 арк.
231. Спр. 4626. Докладные записки, справки обкомов КПУ, МВД УССР и других организаций – о результатах работы учреждений милиции по борьбе с детской беспризорностью и безнадзорностью, о происшествиях и другим вопросам. Копия исходящего письма в ЦК КПСС, письма, справки обкомов КПУ, МВД УССР – о мерах улучшения работы органов прокуратуры, МВД УССР и другим вопросам. 157 арк.
232. Спр. 4717. Копии писем в ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, письма, постановления обкомов КПУ, СМ УССР, ЦК ЛКСМУ и других организаций – по вопросам работы комсомольских, профсоюзных и советских организаций среди молодежи. 124 арк.
233. Спр. 4733. Справки отделов ЦК КПУ, письма, постановления обкомов КПУ, прокуратуры УССР, Министерств УССР и других организаций – о хищениях и растратах социалистической собственности (о взяточничестве, спекуляции) и борьба с ними. 283 арк.
234. Спр. 4737. Копия письма в ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, информации, письма обкомов КПУ, СМ УССР, Прокуратуры УССР, Министерств УССР и других организаций – о нарушении общественного порядка и совершении преступлений военнослужащими на территории

- УССР, о состоянии борьбы с преступностью среди несовершеннолетних и другим вопросам. 180 арк.
235. Спр. 4738. Докладные записки административного отдела ЦК КПУ, информации обкомов КПУ – о ходе обсуждения проекта Закона «Об усилении борьбы с антиобщественными, паразитическими элементами в УССР». 120 арк.
236. Спр. 4740. Копия письма в ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, письма, информации обкомов КПУ, Комитета по радиовещанию и телевидению при СМ УССР – об антисоветских проявлениях и борьба с ними. 171 арк.
237. Спр. 4826. Справки отдела пропаганды и агитации ЦК КПУ, постановления бюро обкомов, информации, письма обкомов партии, Главного управления по охране военных и государственных тайн в печати при СМ УССР и других организаций – по вопросам печати. 332 арк.
238. Спр. 4926. Копия письма в ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, постановления, письма обкомов КПУ и других организаций – по вопросам литературы и искусства (театры радиовещание), о подготовке к Всемирному фестивалю молодежи и студентов; о работе партийной организации Союза советских художников Украины и другим вопросам. 98 арк.
239. Спр. 4989. Копии исходящих писем в ЦК КПСС, письма, информации Государственного комитета, по культурным связям с зарубежными странами при СМ СССР, обкомов КПУ и других организаций – о предстоящем культурном обмене с зарубежными странами по государственной линии, о мерах по улучшению командировок советских специалистов и других лиц за границу и об упорядочении приглашений

иностранных делегаций и работы с ними в Советском Союзе и другим вопросам. 394 арк.

240. Спр. 5024. Справки отделов ЦК КПУ, постановления, письма обкомов КПУ, Главного управления по охране военных и государственных тайн в печати при СМ УССР – о деятельности органов цензуры УССР за 1958 год, вопросы печати. 136 арк.

Оп. 25.

241. Спр. 17. Копии исходящих писем в ЦК КПСС, справки отдела пропаганды и агитации ЦК КПУ, письма, постановления обкомов партии, КГБ при СМ УССР и других организаций по вопросам печати. 122 арк.

242. Спр. 397. Исходящее письмо в ЦК КПСС, справки отделов ЦК КПУ, письма, информации обкомов КПУ, министерств УССР и других организаций – о состоянии борьбы с самогонварением и пьянством, с особами, которые ведут паразитический способ жизни, об организации так называемой группы «хиппи» в гг. Киеве, Львове, о происшествиях, хулиганстве, о самоубийстве Калиты Ф. И. 138 арк.

243. Спр. 2050. Переписка с ЦК КПСС, записки отделов ЦК КПУ и других организаций о работе издательств и книжной торговли, о недостатках в распространении периодической печати в республике. 48 арк.

Оп. 32.

244. Спр. 1146. Информации отдела в ЦК КПСС и отдельных обкомов партии в ЦК КПУ о работе редакций газет и журналов за 1976 год. 73 арк.

245. Спр. 2567. Інформації, листи, довідки ЦК КПКР, ЦК КПУ, його відділів, партійних, військових органів, міністерств, видавництв редакцій журналів і газет про основні проблеми перебудови засобів масової інформації, роботу видавництв, редакцій журналів і газет. 232 арк.

Оп. 70.

246. Спр. 2384. Просьбы организаций об увеличении лимита на газеты и журналы, информации обкомов КП Украины об итогах подписки на газеты и журналы. 99 арк.
247. Спр. 2385. Листи редакцій журналів і видавництв про роботу республіканських журналів. 128 арк.
248. Спр. 2413. Информации обкомов КПУ о выполнении постановлений ЦК КПУ «О фактах неправильного использования гонорарных фондов и нарушения финансовой дисциплины в некоторых редакциях областных газет и областных издательств республики», «О ликвидации избыточности газет и журналов республики», «О повышении партийной принципиальности в деятельности газет, журналов и издательств» (6 марта – 31 декабря 1959 г.). 224 арк.
249. Спр. 2473. Письма и справки о работе редакций журналов, письма и справки по вопросам полиграфии, 84 арк.
250. Спр. 2575. Письма обкомов КПУ, «Союзпечати» УССР и других организаций по вопросам книжной торговли, подписки и доставки газет и журналов; вопросы обеспечения бумагой и полиграфическим оборудованием (4 января – 28 декабря 1965 г.). 146 арк.
251. Спр. 2576. Письма обкомов КПУ и других организаций по вопросу издания книг, брошюр, плакатов, открыток и другой периодической литературы, а также переписка редакций журналов об изменении названий, составе редколлегии и другие материалы. 182 арк.

Оп. 78.

252. Спр. 549. Информации, письма, телеграммы обкомов, горкомов КП Украины, швейных фабрик – о ходе выполнения социалистических обязательств, взятых коллективами легкой промышленности, о развитии швейного производства, о плохой поставке тканей фабрикам и т.д. 146 арк.
253. Спр. 566. Докладные записки, справки, телеграммы, письма обкомов КПУ, Министерств, Укрпромсовета – о работе предприятий легкой и пищевой промышленности, о выполнении планов, о недостающих материалах и др. (7 февраля – 3 ноября 1958 г.). 197 арк.
254. Спр. 588. Письма, справки, телеграммы, информации обкомов, горкомов, райкомов, совнархозов, Госплана – предложения по специализации швейных предприятий, о выделении средств на окончание строительства предприятий, о неудовлетворительном качестве поставляемого сырья для швейных фабрик, об оказании помощи в реализации швейных изделий. 196 арк.
255. Спр. 589. Письма, телеграммы, справки, информации, докладные обкомов, горкомов, райкомов, Укробтоторга, фабрик, Госплана – о трудностях с реализацией обуви, о неудовлетворительной поставке кожтоваров, предложения по улучшению качества сырья, о недостаточных фондах на нитрокрасители для кожзаводов. 40 арк.
256. Спр. 597. Листи, довідки, телеграми, інформації обкомів, райкомів, міськкомів, раднаргоспів, інститутів, Держплану – про реалізацію виробів текстильної і трикотажної промисловості; про спеціалізацію швейних підприємств, про подання допомоги в реалізації швейних виробів; пропозиції по покращенню якості сировини для взуттєвих фабрик та ін. 148 арк.

257. Спр. 604. Листи, довідки, телеграми, інформації обкомів, райкомів про реалізацію продукції текстильної і трикотажної промисловості, про забезпечення сировиною, про виділення обладнання; про спеціалізацію швейних підприємств, про незадовільну якість сировини для швейних фабрик та ін. (25 січня – 8 грудня 1962 р.). 42 арк.

Ф. 7. Центральний Комітет Ленінської Комуністичної Спілки Молоді України (ЦК ЛКСМУ).

Оп. 17.

258. Спр. 348. Стенограма наради редакторів комсомольських сатиричних газет (24 – 25 січня 1957 р.). 130 арк.

259. Спр. 362. Стенограма наради секретарів по пропаганді і агітації обкомів ЛКСМУ, редакторів республіканських журналів та обласних молодіжних газет (11 лютого 1960 р.). 57 арк.

260. Спр. 560. Довідки про деякі питання ідеологічної роботи в Львівській міській комсомольській організації, про хід звітно-виборної кампанії та роботу комсомольських організацій вузів м. Львова (січень–грудень 1956 р.). 16 арк.

261. Спр. 574. Інформації обкомів ЛКСМУ про виконання постанови ЦК ЛКСМУ «Про незадовільну участь ряду комсомольських організацій вузів, міськкомів та обкомів комсомолу в забезпеченні явки молодих спеціалістів за призначенням» (1960 р.). 42 арк.

Ф. 243. Видавництво ЦК Компартії України «Радянська Україна». 1938-1991.

Оп. 1.

262. Спр. 534. Докладные записки, справки, письма в ЦК КПУ по вопросам основной деятельности издательства. 261 арк.

263. Спр. 706. Справки, докладные записки в ЦК КПУ о реконструкции и расширении существующей полиграфической базы издательства, выпуске периодической литературы и другим вопросам. 29 арк.
264. Спр. 2417. Письма, справки, информации, докладные записки в ЦК КПУ, Совет Министров УССР и другие организации по вопросам работы издательства и комбината печати (1 января – 21 декабря 1962 г.). 69 арк.
265. Спр. 2588. Справки, информации, переписка с ЦК КПСС, ЦК КПУ о состоянии выхода газет и журналов, освоении средств для промышленного и жилищного строительства и другим вопросам основной деятельности издательства и комбината печати. 45 арк.
266. Спр. 2745. Стенограмма нарады журнальных працівників, скликаної ідеологічним відділом ЦК КП України (14 березня 1964 року). 73 арк.

Российский государственный архив новейшей истории.

Ф. 5. Аппарат ЦК КПСС (1949-1991 гг.).

Оп. 14.

246. Спр. 20. Об откомандировании советских специалистов в Республику Куба, США, Индонезию и др. страны в связи с планом развития культурного и научного сотрудничества. 89 арк.

Оп. 36.

267. Спр. 114. О проведении Международного кинофестиваля в Москве. 56 арк.
268. Спр. 129. Об участии советской кинематографии в международных кинофестивалях. 178 арк.

Оп. 43.

269. Спр. 6. Записки, письма, телеграммы местных партийных органов, мин- в промышленных товаров широкого потребления, Госконтроля СССР, заявлений отдельных лиц о состоянии и мерах по улучшению строительства предприятий легкой и хлопчатобумажной промышленности и оснащении их современной техникой. 196 арк.
270. Спр. 38. Проекты постановлений ЦК КПСС, записки, письма, справки Отдела промышленных товаров широкого потребления о ходе выполнения Министерством легкой промышленности СССР постановления от 25 января 1954 г. «О серьезных недостатках в работе партийного и государственного аппарата». 105 арк.
271. Спр. 55. Записки, письма и справки Отдела промышленных товаров широкого потребления. 185 арк.
272. Спр. 56. Письмо в ЦК КПСС от Заместителя заведующего Отделом промышленных товаров широкого потребления и продовольственных товаров ЦК КПСС – М. Романов и Заместитель заведующего Отделом машиностроения ЦК КПСС – В.Фролов (1.04.1958) «О неудовлетворительном обеспечении технологическим оборудованием отраслей легкой и пищевой промышленности». Арк. 41–49.
273. Спр. 59. Письмо в ЦК КПСС от Министра внутренних дел СССР – Дудорова (15 мая 1959 г.). Арк. 26–30.
274. Спр. 69. Проект постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О мерах по улучшению работы швейной промышленности и торговли одеждой». 128 арк.
275. Спр. 73. Письмо в ЦК КПСС (г. Москва) 5 августа 1959 года от секретаря Одесского обкома КП Украины А. Чернявского. Арк. 8–10.

276. Спр. 73. Письмо в ЦК КПСС 6 августа 1959 г. от секретаря ЦК КП Украины О. Иващенко. Арк. 38–39.
277. Спр. 77. О направлении советских специалистов в Париж на просмотр новых моделей одежды. 38 арк.
278. Спр. 80. Информации ЦК компартий и СМ союзных республик, некоторых обкомов КП Украины. 238 арк.
279. Спр. 105. Письмо секретарю ЦК КПСС Н. В. Подгорному от Н. Тарасова, А. Асташева, Ф. Холостова, В. Лебедева, Г. Уварова, А. Домитеева, С. Трифонова, Н.Рюмина, М. Медведева, Н. Золотарева. Арк. 3–17.
280. Спр. 113. Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. от прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко). Арк. 50–51.
281. Спр. 116. Об установлении «Дня работников текстильной и легкой промышленности», об организации экспериментальной фирмы «Моды». 78 арк.

Оп. 55.

282. Спр. 56. О психологической войне как средстве государственной политики США. 87 арк.

Российский государственный архив экономики

Ф. 198. Государственный комитет по легкой промышленности при Госплане СССР (7 декабря 1962 г. – 6 октября 1965 г.).

Оп. 1.

283. Спр. 49. Доклады, докладные записки, справки и письма, направленные в ЦК КПСС по развитию отраслей легкой промышленности (8 января – 31 декабря 1964 г.). 273 арк.
284. Спр. 85. Доклады, докладные записки, справки и письма, направленные в ЦК КПСС по развитию отраслей легкой промышленности (6 января – 11 сентября 1965 г.). 44 арк.
285. Спр. 321. Отчет о командировке делегации специалистов на Международную выставку трикотажного оборудования в г. Атлантик-Сити (США). 76 арк.
286. Спр. 323. Отчет группы специалистов по командировке в Японию для ознакомления с металлизацией тканей. 255 арк.
287. Спр. 333а. Отчет группы специалистов о командировке на советскую торгово-промышленную выставку (Италия, г. Генуя – апрель 1964 г.). 41 арк.
288. Спр. 337. Отчет советской делегации о заграничной командировке в Англию с 27 по 21 января 1965 года. 110 арк.
289. Спр. 338. Отчет о командировке на советскую торгово-промышленную выставку в Данию г. Копенгаген (ноябрь–декабрь 1965 г.). 113 арк.

Ф. 523. Общесоюзный Дом моделей одежды МЛП СССР.

Оп. 1.

290. Спр. 111. Материалы по организации VIII Международного конгресса мод в г. Москва в июле 1957 г. (протоколы, сведения, переписки). 153 арк.
291. Спр. 192. Стенограмма VI заседания постоянной рабочей группы по вопросам культуры одежды постоянной комиссии СЭВ по легкой промышленности (г. Москва, 20 мая 1964 г.). 98 арк.

292. Спр. 205. Отчет о поездке во Францию группы специалистов с целью ознакомления с моделированием и производством одежды, а также выпуском новых рисунков и структур тканей для швейной промышленности. 66 арк.
293. Спр. 211. Годовой отчет за 1966 год. ОДМО. 87 арк.
294. Спр. 221. Годовой отчет за 1967 год. ОДМО. 111 арк.
295. Спр. 223. Предложения ОДМО по проекту оформления и организации Международной выставки швейных изделий, Москва – 1967. 78 арк.

Ф. 9480. Государственный научно-технический комитет Совета Министров СССР.

Оп. 3.

296. Спр. 1417. Переписка с министерствами, ведомствами и другими организациями по вопросам заграничных командировок во Францию (30 декабря 1957 г. – 7 сентября 1958 г.). 391 арк.
297. Спр. 1418. Переписка с министерствами, ведомствами и другими организациями по вопросам заграничных командировок в Италию (30 августа 1957 – 21 октября 1958 г.). 257 арк.
298. Спр. 1420. Переписка с посольствами, торгпредствами и советскими учреждениями по вопросу заграничных командировок по ФРГ (30 сентября 1957 – 28 мая 1958 г.). 194 арк.
299. Спр. 1566. Переписка с посольством, торгпредством и советскими учреждениями по командированию в США (переписка по соглашению между СССР и США на 1960–61 гг. и дискриминационная политика Госдепартамента). 173 арк.

300. Спр. 1567. Переписка с посольствами, тогпредствами и советскими учреждениями по вопросу заграникомандировок в США и страны Латинской Америки (25 февраля – 12 марта 1960 г.). 87 арк.

301. Спр. 1628. Переписка с посольствами, тогпредством и советскими учреждениями по сбору информации по США (30 декабря 1960 г. – 8 сентября 1961 г.). 333 арк.

Оп. 9.

302. Спр. 195. Переписка с посольством, тогпредством, советскими и иностранными организациями и фирмами по вопросам командирования советских специалистов и ученых в США. 221 арк.

303. Спр. 2646. Отчеты министерств и ведомств о выполнении годового плана научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами и мероприятий по внедрению результатов научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами за 1972 год. 123 арк.

304. Спр. 2699. Отчеты министерств и ведомств о выполнении годового плана научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами и мероприятий по внедрению результатов научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами за 1973 год. 148 арк.

305. Спр. 2781. Отчеты министерств и ведомств о выполнении годового плана научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами и мероприятий по внедрению результатов научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами за 1975 год. 218 арк.

306. Спр. 2785. Отчеты министерств и ведомств о выполнении годового плана научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами и мероприятий по внедрению результатов научно-технического сотрудничества СССР с зарубежными странами за 1975 год. 157 арк.

**Архівні матеріали Міського медіаархіву Центру міської історії
Центрально-Східної Європи.**

307. Залеская Е. История Львовского Дома моделей одежды. *Міський медіаархів Центру міської історії Центрально-Східної Європи*. Львів, 1980. 16 с.
308. Інтерв'ю з Никифорук Надією Петрівною. *Міський медіаархів Центру міської історії Центрально-Східної Європи*. Львів, 2015. 23 с.
309. Інтерв'ю з Никифорук Надією Петрівною. *Міський медіаархів Центру міської історії Центрально-Східної Європи*. Львів, 2015. 28 с.
310. Колекція Григорія «Грега» Порицького. *Міський медіаархів Центру міської історії Центрально-Східної Європи*.

Особисті та сімейні архівні матеріали

311. Особиста колекція фотографій Авдеєвої Лідії.
312. Особиста колекція фотографій Матейко Катерини.
313. Особиста колекція фотографій Несміяна Володимира.
314. Особиста колекція фотографій Уваркіної Галини.
315. Особиста колекція фотографій Ясинської Олени.
316. Сімейний архів фотографій Азарх Ірини.
317. Сімейний архів фотографій Болденкова Павла.
318. Сімейний архів фотографій Дитятєвої Белли.
319. Сімейний архів фотографій Журавльова Дениса.
320. Сімейний архів фотографій Калашник Зінаїди.
321. Сімейний архів фотографій Марченко Марини.
322. Сімейний архів фотографій Маяк Ії.
323. Сімейний архів фотографій Муржі Павла.

Матеріали усної історії

324. Інтерв'ю з Авдеєвою Лідією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2017. 28 с.

325. Інтерв'ю з Азарх Іриною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2019. 7 с.
326. Інтерв'ю з Аксьоновою Наталією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 15 с.
327. Інтерв'ю з Бардолою Костянтинном. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 4 с.
328. Інтерв'ю з Бердутою Михайлом. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 4 с.
329. Інтерв'ю з Бородкіним Леонідом. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 13 с.
330. Інтерв'ю з Бріус Іриною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2013. 8 с.
331. Інтерв'ю з Бугасвою Наталією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 10 с.
332. Інтерв'ю з Вар'яш Іриною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 14 с.
333. Інтерв'ю з Волгіним Євгеном. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 8 с.
334. Інтерв'ю з Волосником Юрієм. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 8 с.
335. Інтерв'ю з Гарсковою Іриною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 6 с.
336. Інтерв'ю з Гевак Орисею. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Львів, 2018. 23 с.
337. Інтерв'ю з Горіною Людмилою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 12 с.
338. Інтерв'ю з Гуржієм Олександром. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2019. 15 с.

339. Інтерв'ю з Давиденко Міррою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 6 с.
340. Інтерв'ю з Добеніним Володимиром. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2013. 8 с.
341. Інтерв'ю з Духопельниковим Володимиром. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 5 с.
342. Інтерв'ю з Жуковою Оксаною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 10 с.
343. Інтерв'ю з Журавльовим Денисом. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 6 с.
344. Інтерв'ю з Казьміною Ольгою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 8 с.
345. Інтерв'ю з Калашник Зінаїдою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 8 с.
346. Інтерв'ю з Кобзар Оленою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2013. 6 с.
347. Інтерв'ю з Корпаном Олексієм. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Лозова, 2013. 8 с.
348. Інтерв'ю з Кречетовою Галиною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 6 с.
349. Інтерв'ю з Куделко Сергієм. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 7 с.
350. Інтерв'ю з Ляшенко Любов'ю. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2013. 6 с.
351. Інтерв'ю з Матейко Катериною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Львів, 2018. 23 с.
352. Інтерв'ю з Маяк Ією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 15 с.

353. Інтерв'ю з Мінаковою Іриною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 8 с.
354. Інтерв'ю з Несміяном Володимиром. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2017. 42 с.
355. Інтерв'ю з Никифороук Надією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Львів, 2018. 17 с.
356. Інтерв'ю з Піскіжовою Владленою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2019. 4 с.
357. Інтерв'ю з Польовою Аллою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 5 с.
358. Інтерв'ю з Посоховим Сергієм. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 8 с.
359. Інтерв'ю з Прохоровою Людмилою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2020. 21 с.
360. Інтерв'ю з Пугачем Євгеном. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 6 с.
361. Інтерв'ю з Романенко Станіславом. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Одеса, 2019. 7 с.
362. Інтерв'ю з Руденко Анжелікою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 5 с.
363. Інтерв'ю з Ручинською Оксаною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 6 с.
364. Інтерв'ю з Смирновою Оленою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 6 с.
365. Інтерв'ю з Соловей Тетяною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 6 с.
366. Інтерв'ю з Соломатіною Софією. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 8 с.

367. Інтерв'ю з Станчевим Михайлом. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2014. 8 с.
368. Інтерв'ю з Токар Мартою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Львів, 2018. 29 с.
369. Інтерв'ю з Тучковим Іваном. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 6 с.
370. Інтерв'ю з Уваркіною Галиною. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2017. 7 с.
371. Інтерв'ю з Філіповим Ігорем. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 12 с.
372. Інтерв'ю з Фоломєєвою Людмилою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2013. 4 с.
373. Інтерв'ю з Функом Дмитром. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Москва, 2014. 8 с.
374. Інтерв'ю з Юровою Ларисою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Харків, 2012. 5 с.
375. Інтерв'ю з Ясинською Оленою. *Особистий архів Корнієнко О. В.* Київ, 2018. 25 с.

Опубліковані джерела

376. Алексеева В. Витрины магазинов. *Декоративное искусство СССР.* 1959. № 4. С. 16.
377. Андреева І. Красиво, зручно, практично. *Краса і мода.* 1981. Осінь. С. 6–7.
378. Андреева І. Мода країн соціалізму. *Краса і мода.* 1986. Осінь. С. 2–3, 6–7.
379. Анкета. *Радянська жінка.* 1973. № 9. С. 32.
380. Анкета. *Радянська жінка.* 1975. № 11. С. 31–32.
381. Анкета. *Радянська жінка.* 1979. № 6. С. 32.

382. Архипець О. Одягайтесь красиво. *Радянська жінка*. 1964. № 12. С. 30–31
383. Архипова Л. В. Мода и ее влияние на спрос населения: дис. ... канд. экономич. наук. Москва, 1977. 214 с.
384. Аршавская Н. М., Щербакова Л. С. Мода, вкус и красота. Москва, 1991. 221 с.
385. Барзам Ф. Мода и красота / Сокр. пер. с нем. И. Е. Зильбермана. Москва, 1967. 128 с.
386. Безвершук Ж. А. Потребности, вкусы, мода. Киев, 1987. 120 с.
387. Беляев Д. Г. Стиляга. *Крокодил*. 1949. № 7. С. 10.
388. Беляєва Р. У містечку новин. *Радянська жінка*. 1971. № 11. С. 24–25.
389. Битехтин Б. Трудности швейного производства. *Декоративное искусство СССР*. 1966. № 9. С. 12–13.
390. Бланк А. Ф., Горина Г. С., Зайцев В. М. Народные традиции в современном костюме. *Журнал мод*. 1975. № 4. С. 12–13.
391. *Божур*. София, 1971. № 50 (весна). С. 1.
392. Борисенко Л. Добре вдягнена жінка. *Радянська жінка*. 1983. № 5. С. 30–31.
393. Браверман А. Мода глазами экономиста. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 10. С. 12–13.
394. Бродский Б. Вдоль московских витрин. *Декоративное искусство СССР*. № 7. 1966. С. 11.
395. Брюки для дівчат. *Радянська жінка*. 1984. № 7. С. 30.
396. Варшавський А. Обслуговують по-новому. *Радянська жінка*. 1959. № 10. С. 30.
397. Ваша заявка. *Радянська жінка*. 1978. № 1. С. 30–31.
398. Ваша думка. *Радянська жінка*. 1983. № 4. С. 31.
399. Ви знаєте «Бориславку»? *Радянська жінка*. 1964. № 6. С. 16–17.

400. Візерунки для рушників, серветок, жіночого одягу. *Радянська жінка*. 1966. № 6. С. 33.
401. Вітаємо наш журнал. *Радянська жінка*. 1971. № 1. С. 1.
402. Волович М. Специальное художественно-конструкторское бюро. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 11. С. 6.
403. Володарська Д. Ательє мод «Шийте самі». *Радянська жінка*. 1962. № 10. С. 30.
404. Воробйова А. Тетяна Гапон малює моду. *Радянська жінка*. 1978. № 4. С. 28–29.
405. Всі моделі, крім поганих. *Радянська жінка*. 1969. № 2. С. 30.
406. Вчителеві. *Радянська жінка*. 1967. № 9. С. 32–33.
407. Гардероб солідної жінки. *Радянська жінка*. 1971. № 5. С. 3.
408. Голыбина А. Г. Вкус и мода. Москва: Знание, 1974. 159 с.
409. Голыбина А. Г. Искусство одеваться. Ленинград: Лениздат, 1959. 246 с.
410. Голубова В. Самі собі шиємо. *Радянська жінка*. 1959. № 6. С. 29.
411. Горбачева Р. М. «Я надеюсь...». Москва: Книга, 1991. 256 с.
412. Грамоліна О. Моді. Рига. *Радянська жінка*. 1965. № 11. С. 27.
413. Гранов В. Д. В лабиринтах буржуазного сознания: критика концепций духовного манипулирования. Москва: Международные отношения, 1978. 232 с.
414. Гусовська Л. Досвід, примножений досвідом. *Радянська жінка*. 1980. № 11. С. 4–5.
415. Данилина Л. VIII Международный конгресс моды. *Советская женщина*. 1957. № 9. С. 42.
416. Дитячі моди. *Радянська жінка*. 1959. № 12. С. 31.
417. Діор живе...у Москві. *Радянська жінка*. 1968. № 6. С. 30.
418. Дискуссия о моде и стиле. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 1. С. 27.
419. Для невисоких, повновидих. *Радянська жінка*. 1968. № 7. С. 30–31.

420. Для чоловіків. *Радянська жінка*. 1965. № 8. С. 28.
421. Довлатов С. Д. Собрание сочинений в 4 томах. Том 3. Санкт-Петербург, 2000. 400 с.
422. До літнього відпочинку. *Радянська жінка*. 1963. № 7. С. 33.
423. Домашній одяг. *Радянська жінка*. 1957. № 7. С. 31.
424. Дружников Ю. И. Я родился в очереди. Москва: Хроникер, 2002. 430 с.
425. Ефремова Л. Заметки о моде. *Модели сезона*. 1959–1960. Осень–зима. С. 2.
426. Ефремова Л. К. Мода двух столиц. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 4. С. 34–35.
427. Ефремова Л. К. Модельер работает для промышленности. *Декоративное искусство СССР*. 1965. № 4. С. 16–19.
428. Ефремова Л. К. Париж и мода. *Декоративное искусство СССР*. 1960. № 10. С. 40–42.
429. Ешин С. З. Духовный маразм: буржуазная «массовая культура» и ее реакционная сущность. Минск, 1976. 127 с.
430. Єжова Г. З чого почати? *Радянська жінка*. 1970. № 1. С. 18.
431. Ємець Г. Наймолодша галузь. *Радянська жінка*. 1975. № 6. С. 16.
432. Жінки великої хімії. *Радянська жінка*. 1964. № 1. С. 1–2.
433. Жуков Н. Воспитание вкуса. Заметки художника. *Новый мир*. 1954. № 10. С. 159–179.
434. Жукова Ю. Надихаюче слово «Комунарки». *Радянська жінка*. 1980. № 11. С. 4–5.
435. *Журнал мод*. Москва, 1959. № 4. С. 2.
436. *Журнал мод*. 1983. № 2. С. 1.
437. «Журнал–читач». *Радянська жінка*. 1983. № 5. С. 27.
438. Задум і втілення. *Радянська жінка*. 1971. № 6. С. 30–31.
439. Зайцев В. М. Такая изменчивая мода / Лит.запись А. Васильева, М. Кранса; Рис. В. Зайцева. Москва: «Молодая гвардия», 1980. 206 с.

440. Заочна конференція читачів журналу «Радянська жінка». *Радянська жінка*. 1963. № 11. С. 27–28.
441. Заочний «круглий стіл» з питань якості виробів ширвжитку. *Радянська жінка*. 1974. № 1. С. 13.
442. Зачіски. *Радянська жінка*. 1962. № 7. С. 32.
443. Зекономлений брак. *Радянська жінка*. 1974. № 11. С. 28
444. Знайомтесь: Виставка 1972. *Радянська жінка*. 1972. № 3. С. 28.
445. Зовнішній вигляд. *Радянська жінка*. 1966. № 3. С. 24.
446. Зручність, а не екзотика. *Радянська жінка*. 1983. № 1. С. 30–31.
447. І вдома будьте нарядними. *Радянська жінка*. 1969. № 5. С. 28.
448. Иванова Е. Л. О вкусах спорят. Кишинев, 1963. 47 с.
449. Иванова Г. Про виховання смаку. *Радянська жінка*. 1961. № 10. С. 22.
450. Ігманд О. Корисні поради чоловікам. *Краса і мода*. 1981. Осінь. С. 43.
451. Искусство одеваться. Сборник / Сост. Н. Г. Новосад. Свердловск, 1989. 316 с.
452. Калашнікова Н. Як одягатись зі смаком. *Радянська жінка*. 1958. № 4. С. 30.
453. Кантор К. М. Мода как стиль жизни. *Мода: за и против. Сборник статей* / общ. ред. и сост. В. И. Толстых. Москва, 1973. С. 141–203.
454. Кати – мисс и манекенщица. *Siluet*. 1989. № 3. С. 1, 18–19.
455. Київські моди у Пловдиві. *Радянська жінка*. 1963. № 8. С. 33.
456. Клёва А. Дело «голубой лошади». URL: <https://kkk-bluelagoon.ru/loshadi.htm> (дата звернення: 22. 09. 2019).
457. Козлов А. Козел на саксе. URL: <http://www.musiclab.ru/Capter%205.html> (дата звернення: 10. 05. 2019).
458. Концевая Е. Об авторитете художественного совета. *Декоративное искусство СССР*. 1960. № 2. С. 6–7.
459. Костянтинов А. У гонитві за модою. *Радянська жінка*. 1970. № 11. С. 29.

460. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. Т.8. Москва, 1985. 542 с.
461. КПСС о формировании нового человека. Сборник документов и материалов (1965–1976). Москва, 1976. 456 с.
462. Крамаренко Л. Об искусстве одежды. *Декоративное искусство СССР*. 1964. № 5. С. 21.
463. *Краса і мода*. Київ, 1976. Літо. С. 1.
464. Крик моди. *Радянська жінка*. 1972. № 9. С. 27–28.
465. Кукаркин А. В. Буржуазная массовая культура: теории, идеи, разновидности, образы. Москва: Политиздат, 1978. 350 с.
466. Лапокниш Л. В. Буржуазна «масова культура»: теоретичні та соціальні основи. Київ: Наук. думка, 1982. 104 с.
467. Лауреатами не народжуються. *Радянська жінка*. 1971. № 1. С. 31.
468. Левіна С. Молодіжний одяг. *Радянська жінка*. 1970. № 5. С. 30–31.
469. Липатов В. Лида Вараксина. URL: http://books.ru/authors/vi_lipatov/lida-var_921.html (дата звернення: 10. 08. 2019).
470. Лукеренко В. Л. Два світи – два способи життя. Київ, 1976. 48 с.
471. Малечі. *Радянська жінка*. 1969. № 6. С. 32.
472. Малікова Г. Моди 1965 року. *Радянська жінка*. 1965. № 9. С. 28–29.
473. Манучарова Н. Український народний одяг. *Радянська жінка*. 1960. № 11. С. 28.
474. Маскулия А. В гости, в театр и концерт. *Журнал мод*. 1958. № 3. С. 24–25.
475. Материалы мартовского Пленума Центрального Комитета Компартии Украины. Киев, 1978. 32 с.
476. Маца И. Погоня за модой вредит искусству. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 4. С. 27–28.
477. Мацейко С. «Служба побуту і ми». *Радянська жінка*. 1967. № 6. С. 11.
478. Мерцалова М. Что чересчур, то плохо. *Работница*. 1964. № 11. С. 30.

479. Міні-богатир. *Радянська жінка*. 1977. № 1. С. 26.
480. *Мода*. Київ: «Реклама», 1985. 44 с.
481. *Мода: за и против*. Сборник статей / общ. ред. и сост. В. И. Толстых. Москва: Искусство, 1973. 288 с.
482. *Мода – 1973. Краса і мода*. 1973. Весна. С. 6–7.
483. *Мода і виробництво. Краса і мода*. 1979. Літо. С. 36.
484. *Мода 78. Методические рекомендации Киевского дома моделей одежды*. Киев, 1978. 16 с.
485. *Мода. Методические рекомендации Министерства Легкой промышленности УССР, Украинского института ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды*. Киев, 1983. 21 с.
486. *Мода социалистических стран. Мода стран социализма*. 1973. С. 2–3.
487. *Моди. Радянська жінка*. 1957. № 8. С. 31.
488. *Моди. Радянська жінка*. 1970. № 12. С. 33.
489. *Моди*. Київ, 1968. С. 1.
490. *Моди*. Київ, 1969. 48 с.
491. *Моди*. Київ, 1970. С. 1.
492. *Моди*. Київ: «Жовтень», 1970. 29 с.
493. *Моди. VIII Міжнародний конгрес мод. Радянська жінка*. 1957. № 8. С. 31.
494. *Моди. Виробничий одяг. Радянська жінка*. 1956. № 4. С. 31.
495. *Моди. Одяг вчительки. Радянська жінка*. 1961. № 9. С. 31.
496. *Моди. Одяг для роботи. Радянська жінка*. 1962. № 9. С. 31.
497. *Модно те, що до лиця. Радянська жінка*. 1979. № 1. С. 28–29.
498. *Молодим чоловікам і юнакам. Краса і мода*. 1976. Літо. С. 32–33.
499. Мотяшов В. П. *Потребляющий мир: за и против. Человек в океане вещей, материальное и духовное в жизни общества*. Москва: Молодая гвардія, 1976. 272 с.
500. *Нам двадцять років. Радянська жінка*. 1966. № 1. С. 14.

501. Наш гість – «Журнал мод». *Радянська жінка*. 1970. № 11. С. 30–31.
502. Наші гості – «Siluett». *Радянська жінка*. 1963. № 12. С. 31.
503. Незабаром випускний бал... *Радянська жінка*. 1966. № 3. С. 32–33.
504. Нерода Ф. Зв'язки міцніють. *Радянська жінка*. 1964. № 5. С. 30.
505. Новорічний маскарад. *Радянська жінка*. 1964. № 11. С. 16–17.
506. *Оборудование для легкой промышленности*. 1964. № 1. С. 1.
507. Одяг для роботи. *Радянська жінка*. 1964. № 8. С. 33.
508. Окунев И. Как одеваются советские женщины. *Советская женщина*. 1956. № 4. С. 46.
509. Олексієнко Л. Для найменших. *Радянська жінка*. 1970. № 6. С. 30–31.
510. Олексієнко Л. Навіть у лютому – сонячність. *Радянська жінка*. 1970. № 2. С. 30–31.
511. Олексієнко Л. Святкові будні. *Радянська жінка*. 1968. № 2. С. 30–31.
512. Олексієнко Л. У Москву, на виставку. *Радянська жінка*. 1962. № 8. С. 30–31.
513. Олена Карпович. *Радянська жінка*. 1969. № 1. С. 1, 32.
514. Панасенко Т. Ательє мод їде в колгосп. *Радянська жінка*. 1963. № 8. С. 31.
515. Панкова О. Це ми пошили самі. *Радянська жінка*. 1958. № 5. С. 24–26.
516. Патюліна Н. Львівський будинок моделей. *Радянська жінка*. 1959. № 5. С. 30–31.
517. Патюліна Н. Традиції і сучасність. *Радянська жінка*. 1967. № 9. С. 28–29.
518. Перед тим, як вийти в світ. *Радянська жінка*. 1976. № 5. С. 32.
519. Передплата на журнал «Радянська жінка». *Радянська жінка*. 1966. № 10. С. 32.
520. *Перець*. Київ, 1956. № 10. С. 9.
521. *Перець*. Київ, 1957. № 10. С. 7.
522. *Перець*. Київ, 1960. № 13. С. 7.

523. *Перець*. Київ, 1965. № 6. С. 1.
524. *Перець*. Київ, 1966. № 5. С. 11.
525. *Перець*. Київ, 1967. № 8. С. 7.
526. *Перець*. Київ, 1968. № 23. С. 15.
527. *Перець*. Київ, 1970. № 11. С. 5.
528. *Перець*. Київ, 1972. № 17. С. 8.
529. *Перець*. Київ, 1973. № 16. С. 9.
530. *Перець*. Київ, 1974. № 20. С. 14.
531. *Перець*. Київ, 1974. № 23. С. 7.
532. *Перець*. Київ, 1975. № 23. С. 4.
533. *Перець*. Київ, 1976. № 4. С. 13.
534. *Перець*. Київ, 1977. № 7. С. 5.
535. *Перець*. Київ, 1977. № 15. С. 4.
536. *Перець*. Київ, 1978. № 9. С. 1
537. *Перець*. Київ, 1978. № 19. С. 13.
538. *Перець*. Київ, 1978. № 20. С. 15.
539. *Перець*. Київ, 1979. № 4. С. 9.
540. *Перець*. Київ, 1979. № 14. С. 1.
541. *Перець*. Київ, 1979. № 17. С. 11.
542. *Перець*. Київ, 1980. № 5. С. 14.
543. *Перець*. Київ, 1983. № 3. С. 11.
544. *Перець*. Київ, 1984. № 10. С. 11.
545. *Перець*. Київ, 1984. № 13. С. 1.
546. *Перець*. Київ, 1985. № 3. С. 15.
547. *Перець*. Київ, 1987. № 15. С. 15.
548. *Перець*. Київ, 1988. № 16. С. 6.
549. Плаття для повних жінок. *Радянська жінка*. 1959. № 2. С. 31.
550. Плаття для повних жінок. *Радянська жінка*. 1960. № 1. С. 31.
551. Подчекаєва М. Чоловікам. *Радянська жінка*. 1983. № 9. С. 30.

552. Показ международных мод на VI Всемирном фестивале молодежи и студентов. *Работница*. 1957. № 11. С. 32.
553. Показує Львів. *Радянська жінка*. 1969. № 9. С. 30–31.
554. Постанова ЦК КПРС «Про дальше поліпшення ідеологічної, політико-виховної роботи». Київ, 1979. 192 с.
555. Прозоров Б. Л. Идеологическая диверсия против советской молодежи: расчеты и просчеты буржуазных советологов. Ленинград: Лениздат, 1986. 220 с.
556. *Радянська жінка*. 1958. № 3. С. 1.
557. *Радянська жінка*. 1983. № 3. С. 1.
558. Разумовский В. Фестиваль дружбы. *Искусство и кино*. 1962. № 10. С. 133.
559. Рахлин Ф. Голубая Лошадь. Судебная быль. URL: <https://www.proza.ru/2011/06/09/767> (дата звернення: 22. 09. 2019).
560. Реклама и формирование потребительского спроса в социалистических странах. *Торговля за рубежом*. 1964. № 1. С. 44–47.
561. Рекламная печать социалистических стран. *Торговля за рубежом*. 1964. № 7. С. 55–58.
562. Рівна Т. Карнавальні костюми. *Радянська жінка*. 1958. № 11. С. 33.
563. Рік народження 1920-й. *Радянська жінка*. 1975. № 1. С. 7.
564. Ризький будинок моделей в гостях у «Радянської жінки». *Радянська жінка*. 1961. № 3. С. 30.
565. Ровна Т. Ансамбль – це модно. *Радянська жінка*. 1976. № 1. С. 31–33.
566. Ровна Т. Високим і худорлявим. *Радянська жінка*. 1968. № 8. С. 29–31.
567. Ровна Т. За народними мотивами. *Радянська жінка*. 1967. № 7. С. 33.
568. Ровна Т. Медалі за кращий одяг. *Радянська жінка*. 1956. № 10. С. 32–33.
569. Ровна Т. Мода сьогодні і завтра. *Радянська жінка*. 1967. № 7. С. 30–31.

570. Ровна Т. Моді цього року. *Радянська жінка*. 1966. № 2. С. 29–30.
571. Ровна Т. Скоро відпустка... *Радянська жінка*. 1964. № 7. С. 17.
572. Ровна Т. Як одягатися на роботу. *Радянська жінка*. 1960. № 3. С. 32.
573. Розе М., Хайфец С. О быстрейшем развитии и удешевлении бытового обслуживания. *Вопросы экономики*. 1962. № 7. С. 153.
574. РСФСР. *Журнал мод*. 1977. № 3 (129). С. 23.
575. Руденко О. Нев'януха краса. *Радянська жінка*. 1982. № 3. С. 24–25.
576. Румянцева Н. Мода країн соціалізму. *Краса і мода. Збірник*. 1987. С. 2–6.
577. Русанова О. Б. Раздумья о красоте и вкусе. Москва: Знание, 1962. 168 с.
578. Савельева Н. Т. Мода и массовый вкус. Москва: Легкая индустрия, 1966. 59 с.
579. Салтыков А. Опыт социологического изучения посуды. *Декоративное искусство СССР*. 1973. № 3. С. 30–32.
580. Самобутність і краса. *Радянська жінка*. 1967. № 12. С. 16–17.
581. Свято моди. *Радянська жінка*. 1978. № 7. С. 30–31.
582. Скатерщиков В. К. К спорам о моде (вместо заключения). *Мода: за и против. Сборник статей / ред. сост. В. И. Толстых*. Москва, 1973. С. 266–286.
583. Советское моделирование и промышленность – для народа. *Журнал мод*. 1977. № 3 (129). С. 2–3.
584. Сокович П. Друге життя вашого плаття. *Радянська жінка*. 1973. № 9. С. 29.
585. Сокович П. Змагаються чарівники. *Радянська жінка*. 1974. № 5. С. 29.
586. Соловьева Е. Форум моды. *Мода стран социализма*. 1964. С. 2–3.
587. Социалистическая торговля на новом этапе. *Торговля за рубежом*. 1964. № 3. С. 37–41.

588. Стародуб А., Удовенко Г. Куда прискакали «голубые лошади». *Комсомольская правда*. 1959. № 10 (10335). С. 3.
589. Степанова О. З чого починати? *Радянська жінка*. 1967. № 1. С. 17.
590. Стриженова Т. , Темерин С. Советский костюм за 50 лет. Часть II. *Журнал мод*. 1967/1968. № 4 (90). С. 1 (приложение).
591. Структура жіночих рад. *Радянська жінка*. 1970. № 2. С. 23.
592. Сукні для урочистого вечора. *Радянська жінка*. 1971. № 7. С. 33.
593. Таранюк А. У модельєрів Молдавії. *Радянська жінка*. 1966. № 10. С. 28.
594. Толстых В. И. Мода как социальный феномен. *Мода: за и против. Сборник статей/ ред. и сост. В. И. Толстых. Москва, 1973. С. 7–39.*
595. Турчановская Л. Молодой и спортивный стиль нашей одежды. *Мода стран социализма*. 1965. С. 2–3.
596. Трактористкам. *Радянська жінка*. 1969. № 7. С. 29.
597. У найурочистіший день. *Радянська жінка*. 1968. № 9. С. 26–27.
598. У нас в гостях «Краса і мода». *Радянська жінка*. 1974. № 4. С. 30–31.
599. Украина. *Журнал мод*. 1977. № 3 (129). С. 25–26.
600. Ульянова Л. Художнє рукоділля. *Радянська жінка*. 1966. № 10. С. 16–17.
601. Федосеева Г. Донецький будинок моделей у гостях у «Радянської жінки». *Радянська жінка*. 1965. № 7. С. 32–33.
602. Французькі моди. *Радянська жінка*. 1956. № 11. С. 31.
603. Французькі моди. *Радянська жінка*. 1957. № 2. С. 31.
604. Харитонова О. Одяг і взуття для літніх жінок. *Радянська жінка*. 1959. № 1. С. 26.
605. Хімія все може. *Радянська жінка*. 1964. № 4. С. 22–23.
606. Хімія і побут. *Радянська жінка*. 1964. № 3. С. 4.
607. Хоружий Г. Ф. Человек: потребности, потребление, потребительство. Киев: Молодь, 1985. 159 с.

608. Хохлов Г. Пальта. *Радянська жінка*. 1964. № 4. С. 19.
609. Хочеш бути красивим? *Радянська жінка*. 1964. № 4. С. 19.
610. XXVI съезд Коммунистической партии Украины 10-12 февраля 1981 г.: Стеногр. отчет. Киев, 1981. 373 с.
611. Чекалов А. Через моду формируется стиль. *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 3. С. 13–17.
612. Чернопятова Г. «Работаю манекенщицей». *Журнал мод*. 1988. № 1. С. 16.
613. Чого панікувати. *Радянська жінка*. 1980. № 3. С. 28.
614. Чоловікам. *Радянська жінка*. 1970. № 12. С. 33.
615. Чоловічий костюм для відпочинку. *Радянська жінка*. 1966. № 2 (додаток).
616. Чудесні перевтілення. *Радянська жінка*. 1964. № 7. С. 15.
617. Швейпромбрак. *Радянська жінка*. 1980. № 6. С. 29.
618. Шили-строчили. *Радянська жінка*. 1978. № 2. С. 29.
619. Шрагин Б. Мода или стиль? *Декоративное искусство СССР*. 1963. № 1. С. 29–31.
620. Що пропонує мода. *Радянська жінка*. 1965. № 8. С. 29.
621. Шушуріна Л. Реальні перспективи. *Радянська жінка*. 1983. № 9. С. 18–20.
622. Якуб Э. О новом советском костюме. *Работница*. 1936. № 1. С. 18–19.
623. Якщо вам за тридцять. *Радянська жінка*. 1969. № 11. С. 30–31.
624. Якщо у вас повна фігура... *Радянська жінка*. 1962. № 1. С. 31.
625. Яновський В. Тут друкується наш журнал. *Радянська жінка*. 1962. № 8. С. 23.
626. *Banga*. Vilnius, 1973. С. 1.
627. *Modern*. Bucuresti, 1970. № 55. Р. 1.
628. Moscow missions for guys and gals. *LIFE*. July 6, 1959. Р. 32–33.
629. *Pramo*. Leipzig, 1969. № 2. Р. 1.

630. *Rigas Modes*. Riga, 1974. № 1. С. 1.
631. *Siluet*. 1971. № 1. С. 1.
632. Sochurek H. Dior in Moscow. *The LIFE Picture Collection*. URL: <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/photographer-howard-sochurek-news-photo/53372548> (дата звернення: 21.10.2019).
633. *Swiat Mody*. Warszawa, 1971. Wiosna. P. 1.
634. *Zena+Moda*. Praha, 1968. № 4. P. 1.

II. ЛІТЕРАТУРА

635. Барт Р. Система моди. Статті по семиотике культури / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. Москва: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
636. Бартлетт Дж. Fashion East: призрак, бродивший по Восточной Европе / пер. с англ. Е. Кардаш. Москва, 2011. 360 с.
637. Бартлетт Дж. Давайте оденем их в беж: мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма. *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2007. № 3. С. 187–232.
638. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва: Добросвет. 2000. 387 с.
639. Бойко В. М. Українські народні традиції в сучасному одязі. Київ: Живопис і культура, 1970. 198 с.
640. Вайль Л. П., Генис А. А. 60-е. Мир советского человека. Москва, 1998. 368 с.
641. Вайнштейн О. Б. «Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды. *Неприкосновенный запас*. 2004. № 5 (37). С. 88–96.

642. Вайнштейн О. Б. Полные смотрят вниз. Идеология женской телесности в контексте российской моды. *Художественный журнал*. 1995. № 7. С. 49–53.
643. Вайнштейн О. Б. Улыбка чеширского кота: взгляд на российскую модницу. *Женщина и визуальные знаки* / ред. А. Альчук. Москва, 2000. С. 30–40.
644. Валерко А. Жанри та стилі журналів «Перець» та «Перчиця» в роки Великої Вітчизняної війни. *Літературознавчі студії: збірник наукових праць*. Київ, 2010. Вип. 29. С. 74–79.
645. Васильев А. Европейская мода. Три века. Москва: «Слово», 2006. 438 с.
646. Васильев А. Русская мода. 150 лет в фотографиях. Москва: «Слово», 2004. 448 с.
647. Васильев А. Русский fashion. *Beauty*. 2005. № 9. С. 162.
648. Винниченко И. В. Адаптация модных образцов в повседневной жизни советского общества. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение*. 2012. № 12. С. 48–56.
649. Винниченко И. В. Механизмы трансляции моды в СССР в период «оттепели». *Омский научный вестник. Серия: общество, история, современность*. 2008. № 6. С. 50–53.
650. Винниченко И. В. Советская повседневность 50-х – середины 60-х гг. XX века: женский костюм в моделях одежды и бытовой практике. Омск, 2010. 233 с.
651. Винниченко И. В. Советская повседневность 50-х – середины 60-х XX века: женский костюм в моделях одежды и бытовой практике: дис. ... канд. историч. наук. Омск, 2009. 299 с.
652. Галитбарова М. И. Мода как феномен культуры: дис. ... канд. культуролог. наук. Челябинск, 2004. 150 с.

653. Герасимов Г. И. Общество потребления: мифы и реальность. Москва, 1984. 232 с.
654. Голофаст В. Б. Люди и вещи. *Социологический журнал*. 2000. № 1/2. С. 58–66.
655. Голяк В. Фарцовщики. Киев: Арий, 2013. 320 с.
656. Горина Г. С. Народные традиции в моделировании одежды. Москва: Легкая индустрия, 1974. 184 с.
657. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 208 с.
658. Градскова, Ю. Обычная советская женщина: обзор описаний идентичности. Москва : Компания «Спутник», 1999. 155 с.
659. Грусман М. В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: дис. ... канд. культуролог. наук. Санкт-Петербург, 2010. 146 с.
660. Гурова О. Ю. Идеология в вещах: социокультурный анализ нижнего белья в России (1917–1980-е гг.): автореф. дис....канд. культур. наук . Москва, 2004. 29 с.
661. Гурова О. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья. *Неприкосновенный запас*. 2004. № 2 (34). С. 78–83.
662. Гурова О. Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью. Москва: Новое литературное обозрение, 2008. 288 с.
663. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций. *Социологические исследования*. 2011. № 8. С. 72–82.
664. Дашкова Т. Ю. Мода – политика – гигиена: формы взаимодействия (на материале советских женских журналов и журналов мод 1920–1930-х годов). *Русская литература и медицина: Тело, предписания, социальная практика*. Москва: Новое издательство, 2006. С. 228–244.

665. Дашкова Т. Ю. «“Работницу” – в массы»: Политика социального моделирования в советских женских журналах 1930-х годов. *Новое литературное обозрение*. 2001. № 50. С. 184–192.
666. Дашкова Т. Ю. Телесность – идеология – кинематограф. Визуальный канон и советская повседневность. Москва: Новое литературное обозрение, 2013. 245 с.
667. Демиденко Ю. Народная мода в СССР: конкурсное проектирование в период между мировыми войнами. *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2007. № 3. С. 33–53.
668. Дергунова Л. А. Мода в условиях массовой культуры: дис. ... канд. философ. наук. Ростов-на-Дону, 1998. 128 с.
669. Добросмыслова И. Г. Молодежная мода как культурно-эстетический феномен второй половины XX века: дис. ... канд. философ. наук. Москва, 2000. 131 с.
670. Еремеева Е. «Формула счастья»: потребительский идеал в советских политических анекдотах. *Розпад Радянського Союзу та міжнародні інтерпретації завершення холодної війни: 20 років потому: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Запоріжжя, 2011. С. 30–38.
671. Еремеева К. Бити сатирою: Журнал «Перець» в соціокультурному середовищі Радянської України. Харків: Раритети України, 2018. 200 с.
672. Журавлев С., Гронов Ю. Власть моды и Советская власть: история противостояния. *Историк и художник*. 2000. № 1. С. 133–147; № 3. С. 100–113; № 4. С. 106–116.
673. Журавлев С. В., Гронов Ю. Мода по плану: история моды и моделирования одежды в СССР, 1917–1991. Москва: ИРИ РАН, 2013. 496 с.
674. Журавлева Н. Г. Феномен «модного» слова: динамический аспект. *Образование. Наука. Инновации: южное измерение*. 2010. № 11. С. 83–89.

675. Захарова Л. В. «Наиболее распространенной является форма пальто с одноботной застежкой»: о советской моде эпохи «оттепели». *Неприкосновенный запас*. 2006. №1 (45). С. 186–201.
676. Захарова Л. В. Дефилировать по-советски. *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2006-2007. Вып. 2. С. 59–74.
677. Захарова Л. В. Каждой советской женщине – платье от Диора!: (французское влияние в советской моде 1950–1960-х гг.). *Социальная история*. Москва, 2004. С. 339–366.
678. Захарова Л. В. Культурный трансфер дискурса о моде из французской прессы в советские журналы 1950–1960-х гг. *Социальная история: ежегодник*. 2010. Санкт-Петербург, 2011. С. 327–350.
679. Захарова Л. Советская мода 1950–1960-х годов: политика, экономика, повседневность. *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2007. № 3. С. 55–80.
680. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Москва, 1996. 671 с.
681. Калашникова Н.М. Использование народных традиций при создании современной одежды. *Швейная промышленность*. 1977. № 1. С. 26–29.
682. Калашникова Н. М. Народный костюм (семиотические функции). Москва: Сварог, 2002. 372 с.
683. Калашникова Н. М. Народный костюм в контексте культуры XX века. *Народный костюм и современная молодежная культура*. Архангельск, 1999. С. 18–28.
684. Кнабе Г. С. Вещь как феномен культуры. *Музеи мира*. Москва, 1991. С. 111–141.
685. Кокоріна Г. В. Мода 1940–1990: український літопис. *Вісник ХДАДМ «Історія мистецтв»*. № 5. 2017. С. 73–79.
686. Колесник І. І. Повернення до речей як перспектива історичних досліджень. *Український історичний журнал*. 2012. № 3. С. 183–209.

687. Колесник І. І. «Поворот до матеріального» як виклик української історичної науки. *Ейдос. Альманах теорії та історії історичної науки*. Київ: Ін-т історії України НАН України, 2012. Вип. 6. С. 8–12.
688. Колесник І. І. «Речі довкола нас»: чи готова історична наука до чергового повороту. *Ейдос. Альманах теорії та історії історичної науки*. Київ: Ін-т історії України НАН України, 2012. Вип. 6. С. 26–46.
689. Колесник І. І. Українська історіографія: концептуальна історія. Київ: Інститут історії України НАН України, 2013. 566 с.
690. Корнієнко О. В. Виховуючи смак: дискурс про моду в радянському суспільстві. *Гілея: збірник наукових праць*. 2018. Вип. 135 (№ 8). С. 59–63.
691. Корниенко О. В. Организация и система управления французскими предприятиями сферы модельного бизнеса глазами советских модельеров (по архивным материалам 1950–1960-х годов). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Караїзна. Серія «Історія»*. 2014. № 1134: Вип. 49. С. 218–229.
692. Корнієнко О. В. Періодика УРСР 1950–1980-х рр. як інструмент впливу на моду та повсякденне життя. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Караїзна. Серія: Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки*. 2018. Вип. 27. С. 77–88.
693. Корниенко О. В. Советская мода через призму сатирического журнала «Перець» (1964–1991 гг.): база данных, контент-анализ карикатур. *Историческая информатика*. 2014. № 4 (10). С. 50–67.
694. Корнієнко О. В. Структура й особливості функціонування індустрії моди в УРСР у II пол. XX століття. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Історичні науки*. 2018. Том 29 (68). С. 18–23.
695. Корнієнко О. В. У пошуках радянської моди: закордонні відрядження до країн – «законодавиць моди» у 1950–1960-х рр. *Вісник Харківського*

- національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки. 2016. № 22. С. 49–55.
696. Косміна О. Український народний костюм як полісемантична знакова система етносу. *Феноменологія українського народного мистецтва: форма і зміст*. Київ, 1998. С. 58–69.
697. Костельна М. В. Діяльність українських будинків моделей одягу в 60–80-х рр. ХХ ст.: концепції розвитку модних тенденцій. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2013. Вип. 24. С. 37–48.
698. Костельна М. В. Етнорегіональні особливості у колекціях українських будинків моделей 1960-х рр. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2013. Вип. 29. С. 67–73.
699. Костельна М. В. Локальна специфіка відображення етномотивів у колекціях дизайнерів українських Будинків моделей 1970-х років. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19 (1). С. 66–69.
700. Костельна М. В. Творчість дизайнерів українських будинків моделей середини ХХ – початку ХХІ ст.: етнічний напрям: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства. Київ, 2016. 19 с.
701. Костельна М. Творчий пошук Г. Забашти та М. Біласа у контексті розвитку українського моделювання костюму останньої третини ХХ ст. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія*. 2014. Вип. 15 (2). С. 258–266.
702. Костишина М. В. Буковинські традиційні мотиви в сучасному вбранні. *Народна творчість та етнографія*. 1976. № 6. С. 19–23.
703. Костишина М. В. Особливості традиційного жіночого одягу Буковинського Поділля. *Народна творчість та етнографія*. 1976. № 6. С. 63–68.
704. Лебина Н. Мужчина и женщина: тело, мода, культура. СССР – оттепель. Москва: Новое литературное обозрение, 2014. 208 с.

705. Лебина Н. Б., Чистиков А. Н. Обыватель и реформы: картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевского десятилетия. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин, 2003. 344 с.
706. Лебина Н. Б. Повседневная жизнь советского города: нормы и аномалии, 1920-1930-е годы. Санкт-Петербург: Журнал «Нева» – Издательско-торговый дом «Летний Сад», 1999. 320 с.
707. Лебина Н. Б. Энциклопедия банальностей. Советская повседневность: контуры, символы, знаки. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин, 2006. 444 с.
708. Леонтьева Т. Слово мода в русском языке. *Studia Slavica Hung.* 2016. Вып. 61/1. С. 69–84.
709. Матейко К. І. Український народний одяг. Київ: Наукова думка, 1977. 224 с.
710. Матейко К. І., Сидорович С. Й. Використання в сучасному одязі елементів традиційного вбрання. *Народна творчість та етнографія.* 1963. № 2. С. 14–20.
711. Михайлюк О. В. Соціокультурний підхід як методологія історичного дослідження. *Український селянин.* 2016. Вип. 16. С. 9–14.
712. Николаева Т. А. Народное моделирование одежды и применение его традиций в современной практике (на материалах Украины). *Советская этнография.* 1977. № 3. С. 72–90.
713. Ніколаєва Т. Історія українського костюма. Київ: Либідь, 1996. 176 с.
714. Ніколаєва Т. О., Забанова Т. М. Особливості розвитку народного вбрання за радянського часу // *Народна творчість та етнографія.* 1973. № 2. С. 67–89.
715. Ніколаєва Т. О., Кара-Васильєва Т. В. Особливості народного вбрання українського населення Прикарпаття. *Народна творчість та етнографія.* 1988. № 3. С. 56–73.

716. Норбоева Т. Б. Понятийный анализ моды как феномена культуры. *Общество. Среда. Развитие*. Санкт-Петербург, 2011. С. 159–161.
717. Орлова Г. Апология странной вещи: «маленькие хитрости» советского человека. *Неприкосновенный запас*. 2004. № 2 (34). С. 84–90.
718. Орлова Л. В. Мы и мода. Москва: Знание, 1982. 64 с.
719. Орлова Р. Мы жили в Москве: 1956-1980. Москва: Книга, 1990. 447 с.
720. Пармон Ф. Композиция костюма. Москва: Легпромбытиздат, 1985. 264 с.
721. Петров Л. В. Мода как общественное явление. Ленинград: Знание, 1974. 32 с.
722. Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история. Москва: Наука; 1979, 232 с.
723. Пыжиков А. В. Политические преобразования в СССР(50–60-е годы). Москва: Квадрат С : Фантера, 1999. 305 с.
724. Сизов С. Г. Омск в годы «оттепели»: жизнь города в контексте эпохи (март 1953–1964 гг.). Омск: Изд-во СибАДИ, 2003. 203 с.
725. Тарасенко В. І. Споживання і споживацтво. Київ: Політвидав України, 1988. 152 с.
726. Тард Г. Законы подражания Пер. с фр. Москва: Академический проект, 2011. 304 с.
727. Тихомирова А. «Модно одеваться – еще не значит быть современной»: социалистический проект «альтернативной современности» 1960-х годов (на примере журнала «Sibylle»). *Теория моды: одежда, тело, культура*. 2007. № 3. С. 233–250.
728. Тихомирова А. 280 километров от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960–1980-е годы). *Неприкосновенный запас*. 2004. № 5 (37). С. 101–110.
729. Тканко З. О. Мода в Україні ХХ століття. Львів: Вид-во «АРТОС», 2015. 236 с.

730. Тканко З., Коровицький О. Моделювання костюма в Україні ХХ століття: Навч. посібник. Львів: Брати Сиротинські і К, 2000. 96 с.
731. Тканко О. Здобутки львівської школи моделювання. *Образотворче мистецтво*. 2007. № 2 (62). С. 36–37.
732. Тканко О. Львівська школа моделювання костюму: традиції, здобутки, проблеми. *Вісник ХДАДМ*. 2007. Вип. 8. С. 127–132.
733. Тканко О. Д. Мистецтво костюму в Україні кінця ХХ – початку ХХІ століття: тенденції, школи, національна специфіка. Дис. ... канд. мистецтвознавства. Львів, 2009. 207 с.
734. Токар М. Акварель. Художній текстиль. Львів, 2010. 72 с.
735. Тяжельникова В. С. Женское рукоделие и производство одежды в городском домашнем хозяйстве: 1960–2000 годы. «*Советское наследие*». *Отражение прошлого в социальных и экономических практиках современной России*. Москва: Российская политическая энциклопедия, 2010. С. 321–322.
736. Уиддис Э. Костюм, predetermined ролью. Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 163–186
737. Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. Москва: Новое литературное обозрение, 2012. 288 с.
738. Ушаков С. А. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита. *Социологические исследования*. 1999. № 3/4. С. 187–214.
739. Хіппі у Львові. Альманах. Випуск 1. Львів: Тріада-плюс, 2011. 407 с.
740. Хіппі у Львові. Альманах. Випуск 2. Львів: Тріада-плюс, 2012. 520 с.
741. Хіппі у Львові. Альманах. Випуск 3. Львів: Априорі, 2015. 544 с.
742. Шкурко В. Ю. Модний образ як предмет наукового дослідження. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті: збірка наукових праць*. Харків: ХДАДМ, 2016. № 4. С. 104–111.

743. Эрнер Г. ЖЕРТВЫ МОДЫ? Как создают моду, почему ей следуют / Пер. с фр. Н. Кисловой. Санкт-Петербург: Изд-во Ивана Лимбаха, 2010. 272 с.
744. Юшкова А. Игманд: «Я одевал Брежнева...». Москва: Новое литературное обозрение, 2008. 160 с.
745. Ятина Л. И. Мода как фактор формирования стиля жизни: дис. ... канд. социологич. наук. Санкт-Петербург, 2001. 168 с.
746. Argote L., Ingram P. Knowledge transfer: a basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2000. Vol. 82. No. 1. P. 150–169.
747. Bal M. See Signs: The Use of Semiotics for the Understanding of Visual Art. *The Subjects of Art History : Historical Objects in Contemporary Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. P. 74–93.
748. Bartlett D. Fashion East: The Spectre that Haunted Socialism. London: MIT Press, 2010. 326 p.
749. Chernysheva N. Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era. New York: Routledge, 2013. 280 p.
750. Crane D. Fashion and its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing. Chicago: The University of Chicago Press, 2000. 294 p.
751. Davis F. Fashion, Culture, and Identity. Chicago: The University of Chicago Press, 1994. 233 p.
752. Gradszkova Yu. Soviet People with Female Bodies: Performing Beauty and Maternity in Soviet Russia in the mid 1930–1960s. Stockholm: Stockholm University Press, 2007. 347 p.
753. Gronov J., Zhuravlev S. Fashion meets socialism: Fashion industry in the Soviet Union after the Second World War. Helsinki, 2016. 306 p.
754. Hanson Ph. The Rise and Fall of the Soviet Economy: an Economic History of the USSR from 1945. New York: Longman, 2003. 279 p.

755. Kopytoff I. The cultural biography of things: Commoditization as process. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. P. 64–91.
756. Korniienko O. Soviet Fashion Under Iron Curtain: Official Discourse and Reality. *Scientific Discussion*. Praha, 2018. Vol. 1 (24). P. 10–11.
757. Landsman M. Dictatorship and demand : the politics of consumerism in East Germany. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2005. 310 p.
758. Mendes V., De la Haye A. 20th Century Fashion. London: Thames & Hudson, 2005. 288 p.
759. Nye J. S. Soft Power. The Means to Success in World Politics . New York: Public Affairs, 2004. 192 p.
760. Nye J.S. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York, 1990. 307 p.
761. Parks R. Listening to the past. *History today*. 2000. № 11. P. 35–41.
762. Reid S. Cold War in the Kitchen: Gender and the De-Stalinization of Consumer Taste in the Soviet Union under Khrushchev. *Slavic Review*. Vol. 61. No. 2. 2002. P. 211-252.
763. Riesman D. The Lonely Crowd: A study of the Changing American Character. New Haven: Yale University Press, 1950. 386 p.
764. Risch W. J. Soviet ‘Flower Children‘. Hippies and the Youth Counter-culture in 1970s L‘viv. *Journal of Contemporary History*. 2005. P. 565–584.
765. Rogers E. M. Diffusion of innovations. New York, 1983. 453 p.
766. Simmel G. The Metropolis and Mental Life. *On Individuality and Social Form. Selected writings*. Chicago, 1971. P. 324–339.
767. Stitzel J. Fashioning Socialism: Clothing, Politics, and Consumer Culture in East Germany. Oxford; N.Y.: Berg, 2005. 272 p.
768. Style and Socialism. Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe / S. Reid, D. Crowley, eds. Oxford; New York: Berg, 2000. 228 p.

769. The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective / Ed. by A. Appadurai. Cambridge University Press, 1986. 329 p.
770. Umberto E. A Theory of Semiotics. Bloomington and London: Indiana University Press, 1976. 365 pp.
771. Vainshtein O. Fashioning Women Dressmaker as Cultural Producer. *Parasites. A Casebook against Cynical Reason* / Ed. By G. Marcus. Chicago, 2000. P. 195–225.
772. Vassiliev A. Beauty in Exile: The Artists, Models, and Nobility Who Fled the Russian Revolution and Influenced the World of Fashion. New York: Harry N. Abrams, 2000. 480 p.
773. Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London: Virago, 1985. 290 p.
774. Yoffe M. Russian Hippie Slang, Rock-n-Roll Poetry and Stylistics: the Creativity of Soviet Youth Counterculture. Michigan, 1991. 367 p.
775. Zakharova L. Soviet fashion in the 1950s–1960s. Regimentation, Western influences, and consumption. *The Thaw. Soviet Society and Culture during the 1950s and 1960s*. Toronto: University of Toronto Press, 2013. P. 402–435.
776. Zakharova L. Dior in Moscow: A taste for luxury in Soviet fashion under Khrushchev. *Pleasures in Socialism, Leisure and Luxury in the Bloc*. Evenston: Northwestern University Press, 2010, P. 95–120.
777. Zhuk S. Rock and Roll in the Rocket City: The West, Identity, and Ideology in Soviet Dnepropetrovsk, 1960–1985. Baltimore: Johns Hopkins University Press. Washington, D.C.: Woodrow Wilson Center. 2010. 440 p.

ДОДАТКИ

Додаток А. Таблиці.

Додаток А. 1

Кількісний склад працівників будинків моделей в УРСР станом на 1962 рік

Найменування будинків моделей	Всього працівників	в тому числі		З них художників- модельєрів та конструкторів
		адміністративно- управлінського персоналу	цехового персоналу	
Донецький	152	32	48	32
Дніпропетровський	100	24	28	13
Київський швацький	298	58	99	77
Київський трикотажний	78	23	55	23
Львівський	370	36	147	74
Одеський	163	32	38	28
Харківський	145	32	52	35
Всього:	1306	237	467	282

Джерело: [65, арк. 46]

Структура Львівського будинку моделей одягу станом на 1968 рік

№	Відділ	Посада	Кількість	Заробітна платня (руб./місяць)
Адміністрація та управління персоналом				
1.	Адміністративно-управлінський відділ	директор	1	200
		зам. директора – головний інженер	1	180
		головний художній керівник	1	170
		головний механік	1	120
		головний конструктор	1	140
		старший інспектор по кадрам і 1-ї частини	1	90
		юрисконсульт	1	70
		секретар-машиністка	1	67–50
		кур'єр	1	60
2.	Бухгалтерія	головний бухгалтер	1	130
		заступник головного бухгалтера	1	96
		старший бухгалтер	2	80
		бухгалтер	1	75
		старший касир	1	75
3.	Демонстраційний зал	манекенник 5 розряду	14	
		манекенник 4 розряду	3	
		лаборант 5 розряду	1	
		лаборант 4 розряду	1	
4.	Матеріалознавча лабораторія	старший інженер-технолог	1	110
		технік-технолог	2	70
		лаборант 4 розряду	2	
Відділи				
5.	Планово-виробничий відділ	керівник відділу	1	130
		заступник керівника	1	117
		старший інженер	1	100
		інженер-економіст	3	100–95
6.	Відділ постачання і збуту	керівник відділу	1	115
		заступник керівника	1	95
		товарознавець	2	75–70
		зав. центральним	1	80

		складом готової продукції		
		зав. центральним складом сировини	2	75
		зав. Складом	1	75
7.	Відділ впровадження	керівник відділу	1	100
		інженер-технолог	4	95, 90, 80
8.	Відділ культури і пропаганди	керівник відділу	1	100
		художник-модельєр III категорії – методист	1	90
		художник-модельєр III категорії (зав. залами)	1	90
		художник-модельєр III категорії	1	80
Цехи				
9.	Модельно-конструкторський цех верхнього одягу	керівник цеху II групи	1	120
		старший технолог	1	130
		художник-модельєр I категорії		
		старший інженер-технолог	2	110
		інженер-технолог ОТК	1	95
		майстер ділянки III групи	1	90
		Машиністка	1	65–50
	Група чоловічого і хлопчачого одягу	старший технолог-конструктор I категорії	1	125
		технолог-конструктор I категорії	4	113–110
		технолог-конструктор III категорії	4	90–80
		технолог-художник-модельєр I категорії	5	118–113
		інженер-технолог	2	95
	Група жіночого та дівчачого одягу	старший технолог-конструктор I категорії	1	125
		технолог-конструктор II категорії	2	100
		технолог-конструктор III категорії	4	90–80
		технолог-художник-модельєр I категорії	5	118–113
		технолог-художник-модельєр II категорії	2	100

		інженер-технолог	2	95
		технолог-художник-модельєр з галантереї I категорії	1	110
		технолог-художник-модельєр головних уборів I категорії	1	110
	Робітники цеха верхнього одягу	кравець 6 розряду	14	
		кравець 5 розряду	9	
		кравець 4 розряду	1	
		старший комірник	1	70
10.	Модельно-конструкторський цех легкої сукні	керівник цеха II групи	1	120
		диспетчер	1	85
		старший інженер-технолог	1	110
		інженер-технолог ОТК	1	95
		майстер ділянки III групи	1	90
		технік-технолог	1	70
		технолог-художник з вишивки III кат.	1	80
		інженер-технолог	4	95–90
		технолог художник-модельєр зі взуття I кат.	1	110
		технолог художник-модельєр трикотажних виробів I кат.	1	115
	Робітники цеха легкої сукні	кравець 4 розряду	6	
		кравець 5 розряду	9	
		моторист 3 розряду	1	
		моторист 4 розряду	1	
		моторист 5 розряду	1	
		лаборант 5 розряду	1	
		розвідник лекал 5 розряду	2	
		фарбувальник 4 розряду	1	
		вишивальник 5 розряду	1	
		вишивальник 6 розряду	1	
		замальовник 5 розряду	3	
		розкрійник зразків 5 розряду	2	
		копіювальник 3 розряду	1	
		кравець трикотажу 5 розряду	1	

		фангувальник 6 розряду	1	
		швець 6 розряду	1	
11.	Цех нормування сировини й розробки техдокументації	керівник відділу цеха II групи	1	120
		інженер-технолог	1	90
		інженер-технолог з нормування	1	90
		Машиністка	1	67–50
	Робітники цеха нормування сировини	розкладальник-крейдувальник 6 розряду	6	
		промірник 4 розряду	2	
		лекальник 4 розряду	6	
		резервіст 4 розряду	2	
		комплектувальник 3 розряду	1	
		контролер техдокументації 4 розряду	1	
		контролер ОТК 5 розряду	2	
		копіювальник 3 розряду	1	
12.	Експериментально-методичний цех	старший технолог-конструктор I категорії	1	125
		технолог-художник III категорії – фотограф	1	85
		старший інженер-технолог	1	110
		старший інженер	1	110
		технолог-конструктор I категорії	2	118
		технолог художник-модельєр I категорії	1	110
		кравець 5 розряду	1	
13.	Експериментальне виробництво	керівник цеха I групи	1	140
		Диспетчер	1	95
		інженер-технолог	2	100
		майстер ділянки II групи	2	90
		старший бухгалтер	1	90
		зав. складом фурнітури	1	75
		Машиністка	1	67–50
14.	Бригада №1	кравець-бригадир 5 розряду	1	
		кравець 5 розряду	2	
		кравець 4 розряду	4	

		кравець 3 розряду	8	
		кравець 2 розряду	2	
15.	Бригада №2	кравець-бригадир 5 розряду	1	
		кравець 4 розряду	8	
		кравець 3 розряду	7	
		кравець 2 розряду	2	
16.	Бригада №3	кравець 5 розряду	6	
		кравець 6 розряду	2	
		кравець 4 розряду	5	
		кравець 3 розряду	21	
		прасувальник 6 розряду	2	
		спец мотористка 4 розряду	1	
17.	Бригада №4	кравець 5 розряду	5	
		кравець 4 розряду	12	
		кравець 3 розряду	18	
		кравець 6 розряду	2	
18.	Підсобні робітники	кочегар	4	60
		слюсар 5 розряду	1	
		електрик 4 розряду	1	
		електрик 5 розряду	2	
		столяр 5 розряду	1	
		столяр 4 розряду	1	
		шофер I класу	1	70
		штукатур 4 розряду	1	
		маляр 5 розряду	1	
		прибиральниця	9	60
		різноробочий 4 розряду	1	
		різноробочий 5 розряду	1	
		двірник 2 розряду	1	
		наладчик обладнання 6 розряду	2	
		наладчик обладнання 5 розряду	1	
Всього:			368	

Джерело: [1, арк. 16–31]

Структура Художньої ради Міністерства легкої промисловості УРСР

№	Художні ради	Кількісний склад
1.	Художня рада при Міністерстві легкої промисловості УРСР	43
Секції по напрямам легкої промисловості		
1.	Художня рада з шовкових тканин	34
2.	Художня рада з шерстяних тканин	30
3.	Художня рада з бавовняних, платтяних, костюмних, меблево-декоративних, лляних тканин і штучних виробів	41
4.	Художня рада зі швацьких виробів	28
5.	Художня рада з головних уборів	26
6.	Художня рада з трикотажних та панчішно-шкарпеткових виробів	33
7.	Художня рада з взуття	40
8.	Художня рада зі шкіряних товарів	24
9.	Художня рада зі шкіргалантереї	32
10.	Художня рада з текстильної галантереї	27
11.	Художня рада з сувенірів та подарункових виробів	41
12.	Художня рада з фарфору, фаянсу і майолиці	32
13.	Художня рада з взуттєвих колодок і каблуків	26
14.	Художня рада з фурнітури	29
15.	Художня рада зі щетино-щіткових виробів	21
16.	Художня рада зі спецодягу та спецвзуття	31
17.	Художня рада з маркування та упаковки	29
Всього:		567

Джерело: [31, арк. 10–12]

**Склад Художньої ради Міністерства легкої промисловості УРСР
станом на 1967 рік**

Посада у Художній раді	Фактична посада	Кількість
голова	Міністр легкої промисловості УРСР	1
заступник голови	заступник Міністра легкої промисловості УРСР	6
відповідальний секретар	заступник директора Республіканського будинку асортименту	1
члени ради	керівник Технічного управління МЛП УРСР	1
	заступник Міністра торгівлі УРСР	1
	заступник голови Укоопради	1
	заступник керівника Технічного управління МЛП УРСР	1
	керівник відділу Технічного управління МЛП УРСР	1
	директор Республіканського будинку асортименту	1
	керівник відділу планування промисловості Держплану УРСР	1
	керівник Укрголовтрикотажу	1
	керівник Укрголовшерсті	1
	керівник Укрголовбавовни	1
	керівник Укрголовфарфору	1
	керівник Укрголовіграшки	1
	керівник Укрголоввзуття	1
	керівник Укрголовшкірпрому	1
	керівник Укршкіргалантереї	1
	керівник Укртекстильгалантереї	1
	керівник Укрдетальфурнітури	1
	керівник Укрголовльонопенькопрому	1
	керівник Планово-виробничого управління МЛП УРСР	1
	директор УкрНДІПВ	1
директор УкрНДІШП	1	

	директор УкрНДІТП	1
	заступник директора УкрНДІшвейпрому	1
	директор УкрНДІЦП	1
	в.о. головного інженера Київського виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
	старший науковий співробітник сектору інтер'єру зонального Науково- дослідного інституту експериментального проектування м. Києва	1
	головний художній керівник Республіканського будинку моделей трикотажних виробів	1
	головний інженер Республіканського будинку моделей одягу	1
	головний художній керівник Республіканського будинку моделей взуття	1
	завідуючий сектором УкрНДІПВ	1
	провідний художник Республіканського будинку асортименту	1
	завідуючий художнім бюро Київського шовкового комбінату	1
	художник Спілки художників України	1
Членів ради:		43
Всього:		51

Джерело: [31, арк. 12–14]

**Склад секції Художньої ради зі швейних виробів УРСР
станом на 1967 рік**

Посада у секції Художньої ради	Фактична посада	Кількість
голова	заступник Міністра легкої промисловості УРСР	1
заступник голови	керівник Укрголовшвейпрому	2
	головний інженер Укрголовшвейпрому	
відповідальний секретар	керівник відділу швейних виробів і головних уборів Республіканського будинку асортименту	1
члени ради	директор Республіканського будинку асортименту	1
	керівник виробничого відділу Укрголовшвейпрому	1
	старший референт відділу легкої і швейної промисловості Управління справами Ради Міністрів УРСР	1
	керівник підвідділу відділу планування легкої промисловості Держплану УРСР	1
	старший економіст Управління торгівлі одягом і взуттям Міністерства торгівлі УРСР	1
	старший інженер виробничого відділу Укрголовшвейпрому	1
	головний конструктор Київського будинку моделей одягу	1
	заступник голови Комітету в Держплані УРСР	1
	заступник директора УкрНДШвейпрому	1
	головний інженер Київського будинку моделей одягу	1
	старший художник Київського будинку моделей одягу	1
	керівник відділу Республіканської оптово-роздрібною контори фірми «Одяг»	2
	старший інженер Технічного управління МЛП УРСР	1

завідуючий лабораторією УкрНДІшвейпрому	1
старший художник Республіканського будинку асортименту	1
художник Київського будинку моделей одягу	1
керівник експериментального цеху Київської швацької фабрики №5 виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
головний конструктор Київської швейної фабрики імені Горького виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
старший художник-модельєр Київської швацької фабрики імені Смирнова- Ласточкина виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
старший художник Республіканського будинку асортименту	1
Заступник головного інженера головного підприємства Київського виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
в.о. головного інженера Київського виробничого об'єднання швейної промисловості «Україна»	1
інспектор з якості Головного управління Держінспекції з якості товарів і торгівлі Міністерства торгівлі УРСР	1
Членів ради:	24
Всього:	28

Джерело: [31, арк. 17а–18]

Склад секції Художньої ради з трикотажних та панчішно-шкарпеткових виробів УРСР станом на 1967 рік

Посада у секції Художньої ради	Фактична посада	Кількість
голова	заступник Міністра легкої промисловості УРСР	1
заступник голови	керівник Укрголовтрикотажу	2
	головний інженер Укрголовтрикотажу	
відповідальний секретар	керівник трикотажного відділу Республіканського будинку асортименту	1
члени ради	керівник виробничо-технічного відділу Укрголовтрикотажу	1
	заступник керівника виробничо-технічного відділу Укрголовтрикотажу	1
	старший інженер виробничо-технічного відділу Укрголовтрикотажу	1
	директор Республіканського будинку асортименту	1
	головний художній керівник Республіканського будинку моделей трикотажних виробів	1
	завідувач сектором трикотажної лабораторії при УкрНДПВ	1
	заступник директора УкрНДПВ	1
	завідувач лабораторії панчішно-шкарпеткових виробів УкрНДПВ	1
	завідувач лабораторії Науково-дослідного інституту швейної промисловості	1
	керівник відділу управління торгівлі та промтоварів Міністерства торгівлі УРСР	1
	старший інспектор Головного управління Держінспекції з якості товарів і торгівлі Міністерства торгівлі УРСР	1
	заступник керівника відділу Республіканської оптово-роздрібної фірми «Одяг»	1

	заступник керівника трикотажного відділу Київського центрального універмагу	1
	старший інженер інспекції з якості продукції МЛП УРСР	1
	головний інженер Київської трикотажної фабрики імені Р. Люксембург	1
	старший художник Київської трикотажної фабрики імені Р. Люксембург	1
	головний інженер Київської трикотажної фабрики «Київлянка»	1
	завідувач виробничої лабораторії Київської трикотажної фабрики «Київлянка»	1
	старший художник Республіканського будинку асортименту	1
	старший інженер Республіканського будинку асортименту	1
	художник Одеської трикотажної фабрики імені Н. Крупської	1
	художник Республіканського будинку моделей трикотажних виробів	1
	старший інженер виробничого відділу Укрголовтрикотажу	1
	старший інженер Технічного управління МЛП УРСР	1
	народна артистка СРСР, артистка Київського драматичного театру імені І. Франка	1
	керівник відділу Планово-виробничого управління МЛП УРСР	1
	художник-модельєр Броварської фабрики верхнього дитячого трикотажу	1
	старший референт відділу легкої та харчової промисловості Управління справами Ради Міністрів УРСР	1
	інженер Технічного управління МЛП УРСР	1
Члени ради:		29
Всього:		33

Джерело: [31, арк. 19а–20]

Великі швацькі підприємства УРСР

Місто	Назва підприємства
Київ	Київська швацька фабрика імені Смирнова-Ласточкина
	Київська швацька фабрика «Жовтень»
	Київське виробниче об'єднання «Україна»
	Київський та Дарницький шовкові комбінати
	Київська трикотажна фабрика імені Р. Люксембург
	Київська трикотажне об'єднання «Киянка»
	Харків
Харків	Харківська швацька фабрика імені Тінякова
	Харківська трикотажна фабрика «Динамо»
	Львів
Львів	Львівська швацька фірма «Весна»
Вінниця	Вінницьке художньо-виробниче об'єднання «Вінничанка»
Дніпропетровськ	Дніпропетровська швацька фабрика імені Володарського
	Придніпровське швацьке об'єднання
Луганськ	Луганське виробниче швацьке об'єднання
Запоріжжя	Запорізьке виробниче швацьке об'єднання
Донецьк	Донецьке виробниче об'єднання «Донбас»
	Донецьке виробниче трикотажне об'єднання
Херсон	Херсонська швацька фабрика «Більшовичка»
Одеса	Одеське обласне виробниче об'єднання імені Воровського

Додаток В. Текст.**Додаток В. 1****Аналіз сатирико-гумористичного журналу «Перець».
Семантичні категорії.****Категорія «Західна мода»****Соціальні проблеми:**

1. Згубний вплив Заходу
2. Дармоїдство
3. Суспільний осуд
4. Батьки й діти
5. Блат
6. Шкідливі звички
7. Невігластво
8. Хуліганство
9. Шлюб за розрахунком
10. Відсутність сімейних цінностей

Образи:

1. Стиляга
2. Хіпі
3. Жертва моди
4. Фірмач
5. Дармоїд
6. Людина зі шкідливими звичками (ЛШЗ)
7. Меркантилістка
8. Невіглас
9. «Зразковий» сім'янин
10. Дама з собачкою
11. Блатний
12. Бабусине горе
13. Невдячні діти
14. Порущник порядку

Асоціативні образи:

1. Старий (порівняння чоловіка-хіпі з бородою з людиною похилого віку)
2. Дівчина (порівняння чоловіка-хіпі з дівчиною)
3. Первісна людина
4. Іноземець
5. Тварина (вівця, мавпа, вовк, осел, папуга тощо)
6. Чорт
7. Ангел
8. Опудало
9. Піп
10. Мухомор
11. Риба
12. Бур'ян

Категорія «Радянська мода»**Соціальні проблеми:**

1. Низька якість речей
2. Поганий сервіс
3. Відставання радянської моди від загальних тенденцій
4. Дефіцит
5. Тіньова економіка
6. Розкрадання соціалістичної власності

Усні спогади жителів УРСР та РРФСР. Питання інтерв'ю.

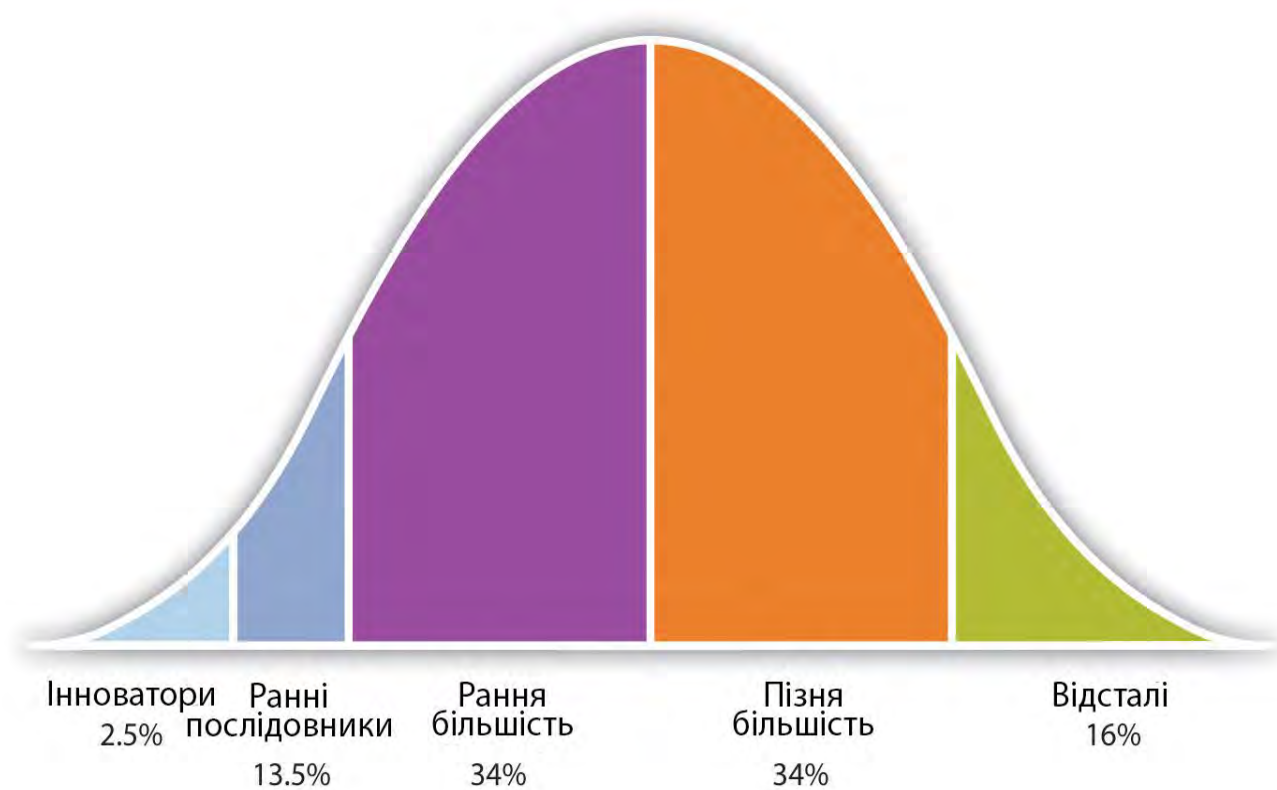
ПІБ, рік народження, професія, місце проживання (1950 – 1980-ті рр.).

1. Чи була тема моди актуальною в період 1950–1980-х рр.?
2. Чи шили Ви самостійно одяг?
3. Чи була у Вас швейна машинка?
4. Звідки виникали ідеї з перешиття одягу?
5. Чи був дефіцит тканин/одягу?
6. Наскільки дефіцит обмежував Вас в одязі?
7. Чи були конфлікти з батьками/ викладачами/начальством через Ваш одяг/зовнішній вигляд?
8. Наскільки просто було «дістати» імпортні речі?
9. Чи стежили Ви за тенденціями моди? Як часто вони змінювалися?
10. Якому стилю одягу Ви віддавали перевагу?
11. На чію думку Ви орієнтувалися у виборі одягу (батьки, друзі, кіноактори, журнали мод тощо)?
12. Чи передплачували Ви журнали мод?
13. Чи користувались Ви західними журналами мод? Якщо так, яким чином «діставали» їх?
14. Чи були у Вас кумири, на яких Ви прагнули бути схожі?
15. Чи належали Ви до якихось субкультур (стиляги, хіпі, панки)?
16. Чи користувались Ви послугами індпошиву?
17. Чи купували одяг за кордоном?
18. Чи був поділ на «офіційну» та «західну» (невідповідну нормам) моду?
19. Який, на Ваш погляд, вплив на радянську моду мали модні тенденції Заходу?
20. Чи можна сказати, що в період 1950 – 1980-х рр. достаток людини та соціальний статус в суспільстві можна було визначити за одягом?

Додаток С. Інфографіка.

Додаток С. 1

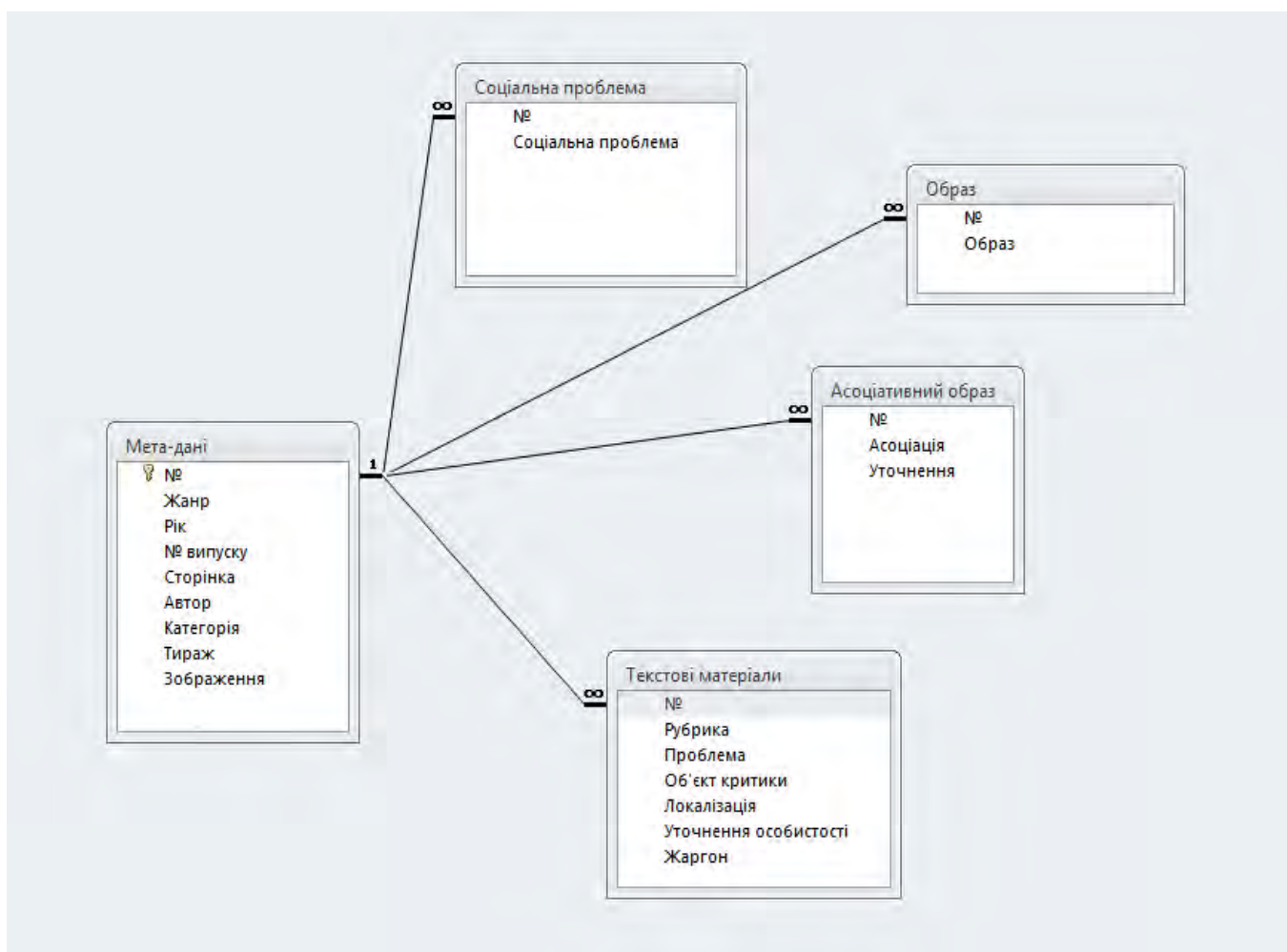
«Рівні прийняття» інновацій за Е. Роджерсом



Джерело: [765]

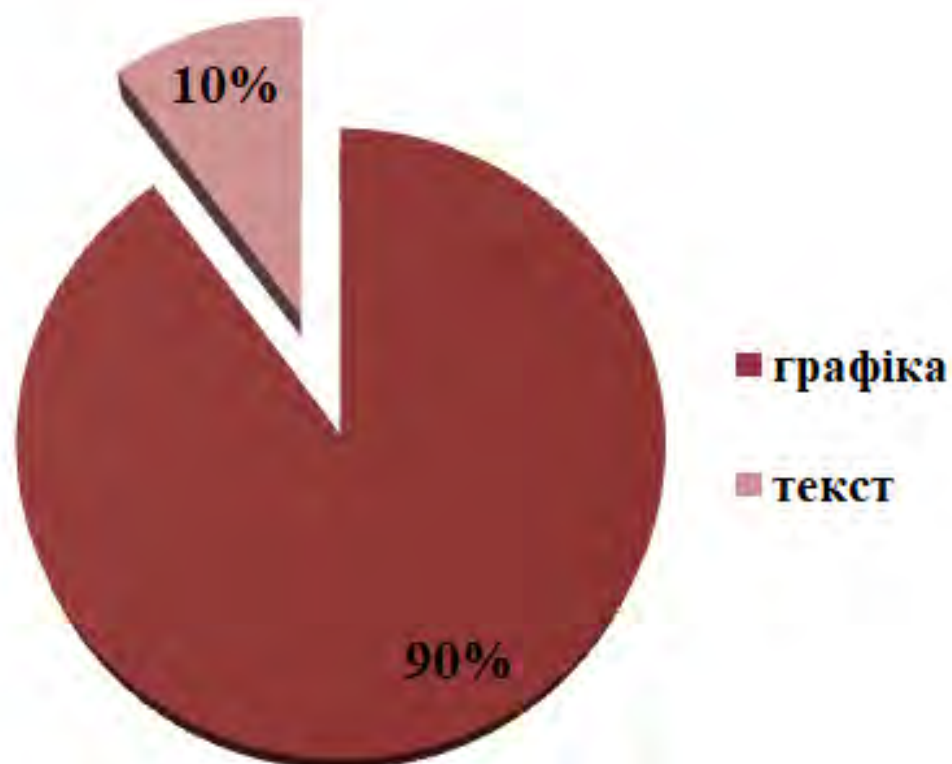
Додаток С. 2

Аналіз сатирико-гумористичного журналу «Перець». Схема бази даних.



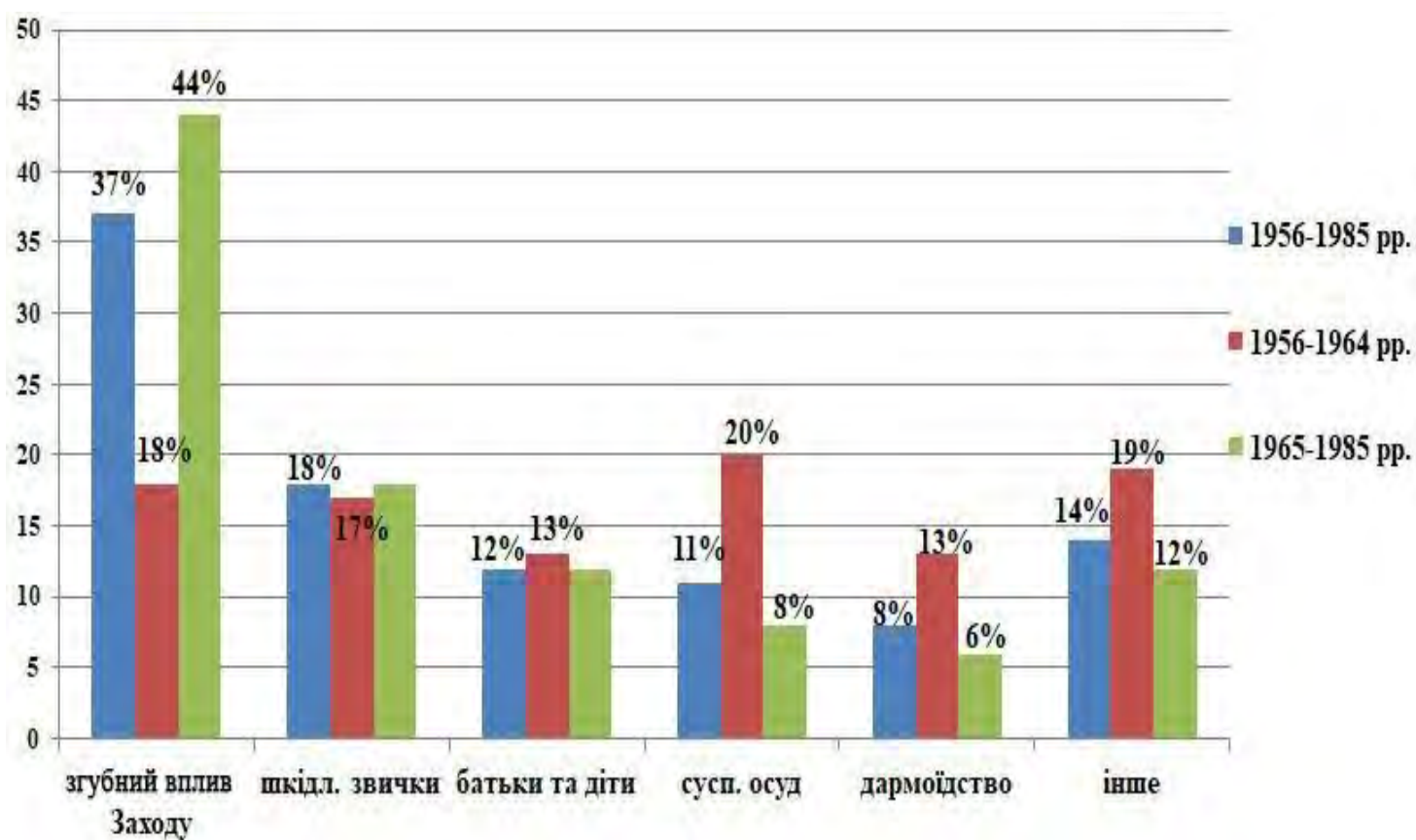
Додаток С. 3

Розподіл візуальних та текстових матеріалів в журналі «Перець»

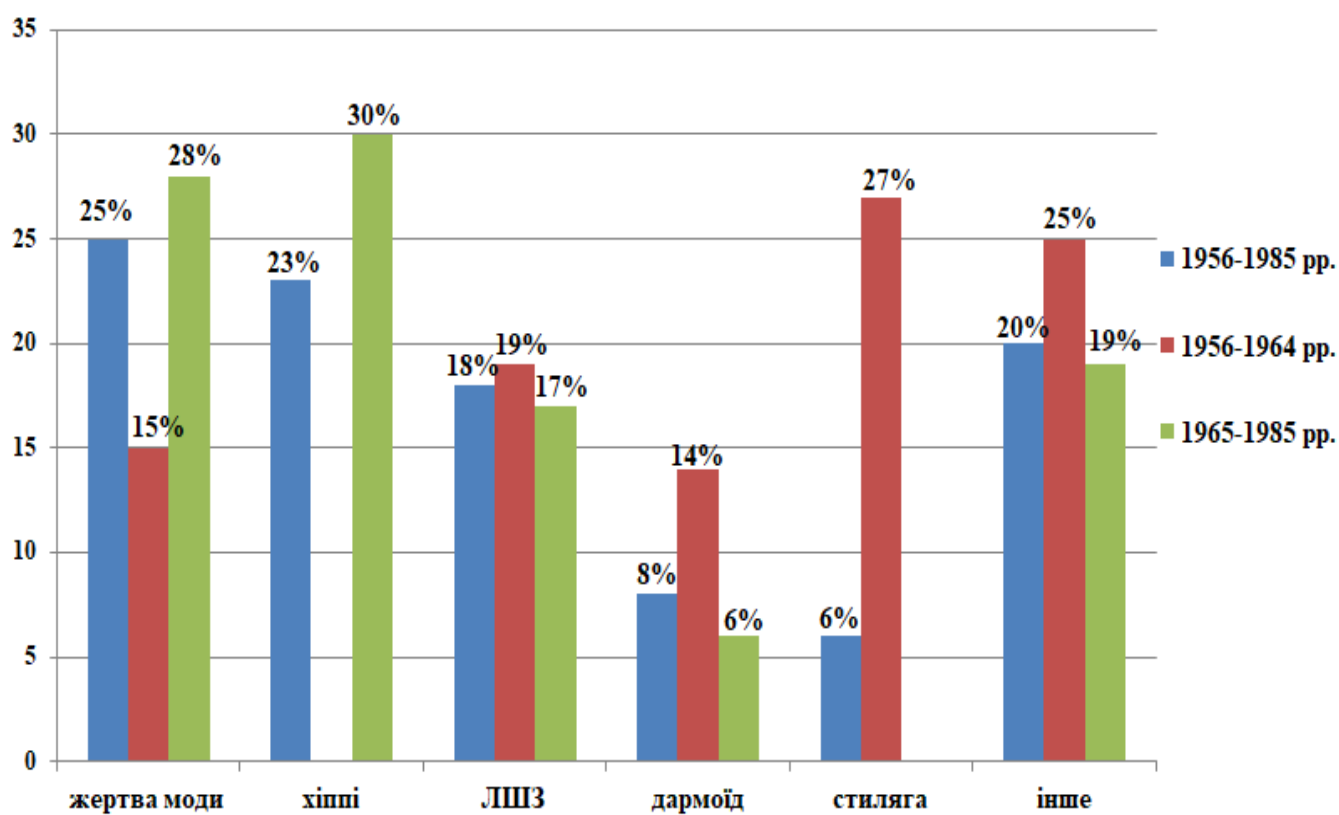


Матеріали, які стосуються західної та радянської моди

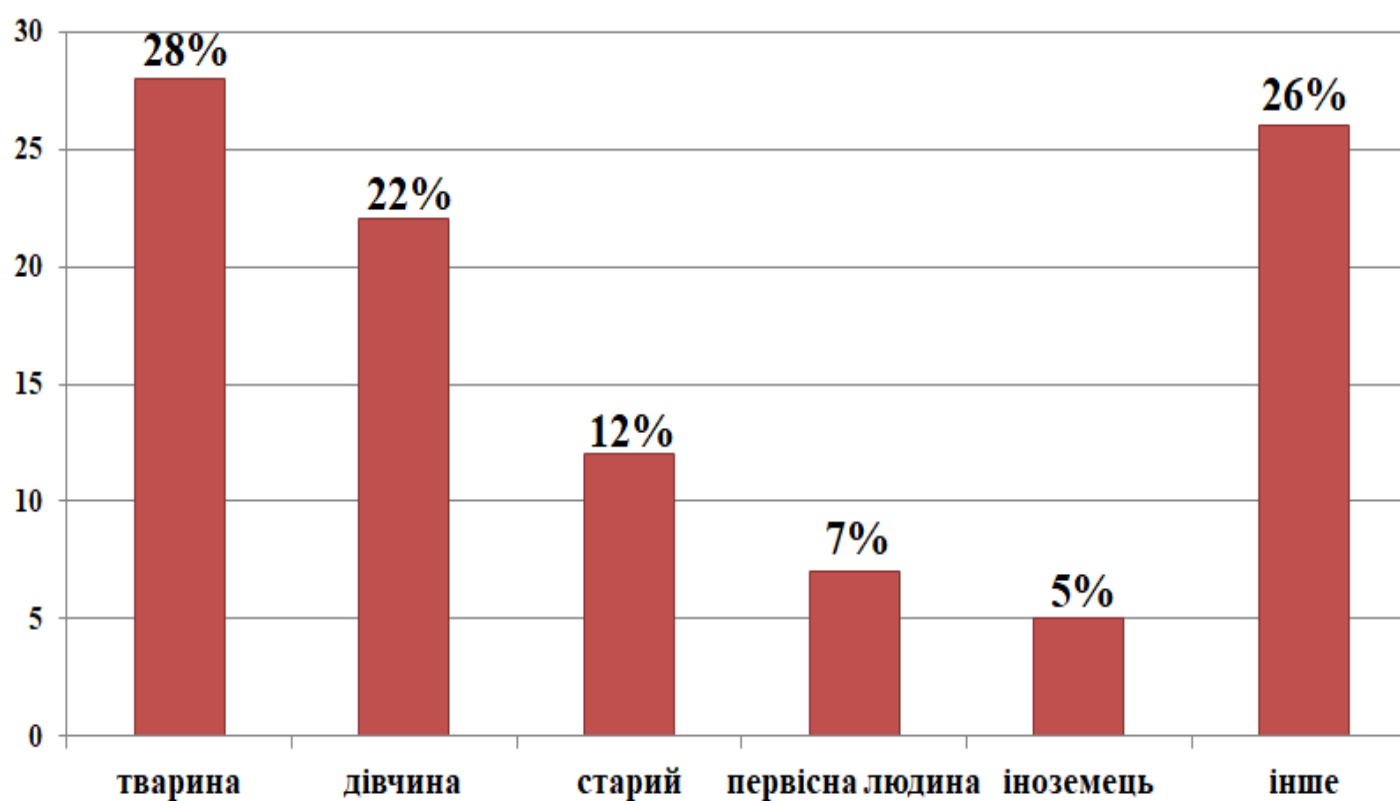
Соціальні проблеми «Західна мода»



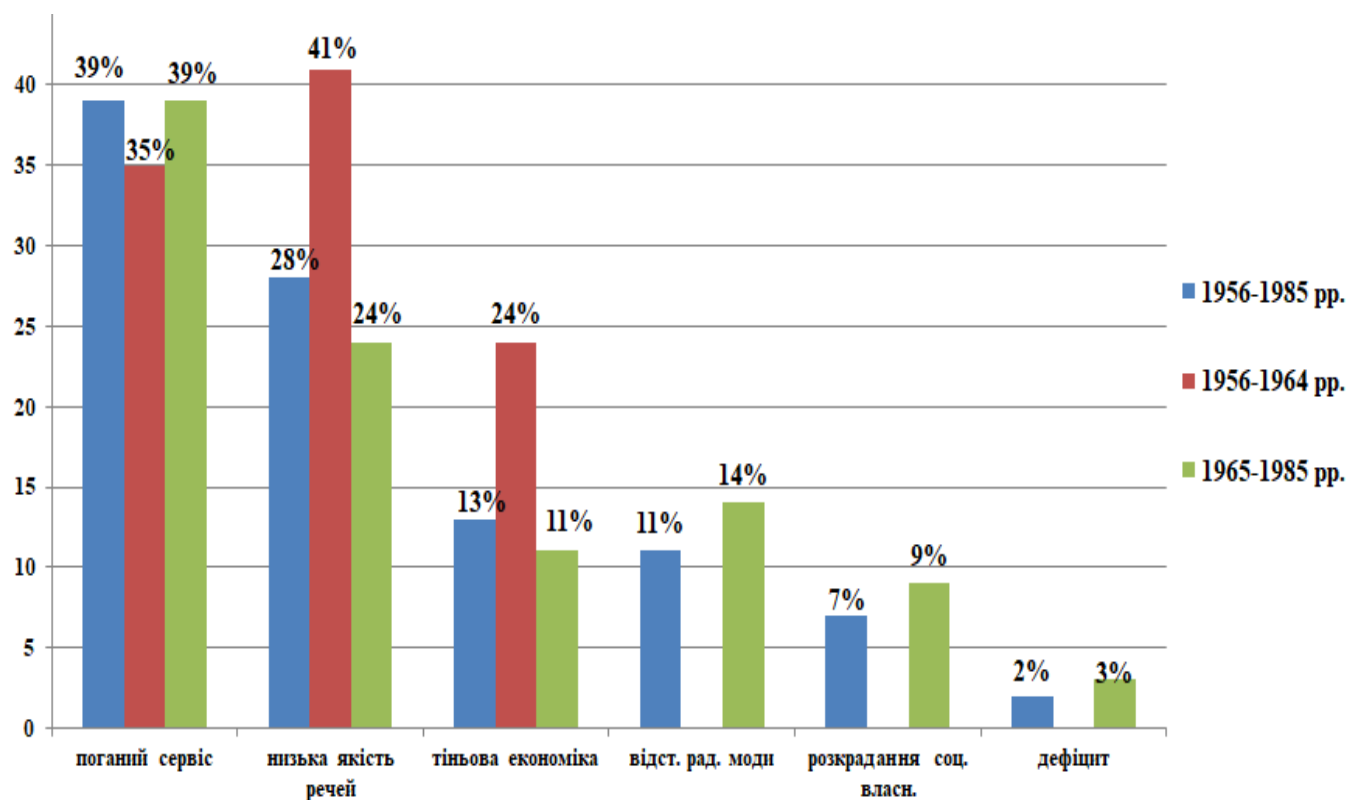
Образи модників

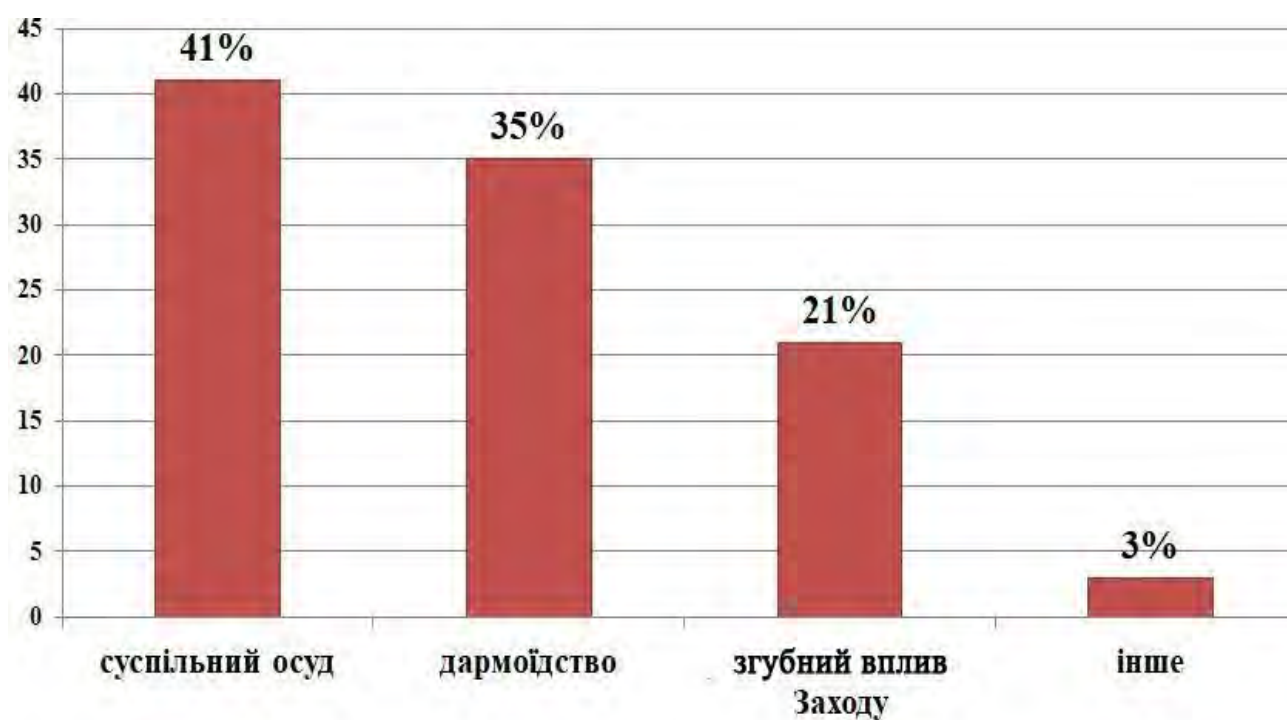


Порівняльні образи (1956-1985 рр.)



Соціальні проблеми «Радянська мода»

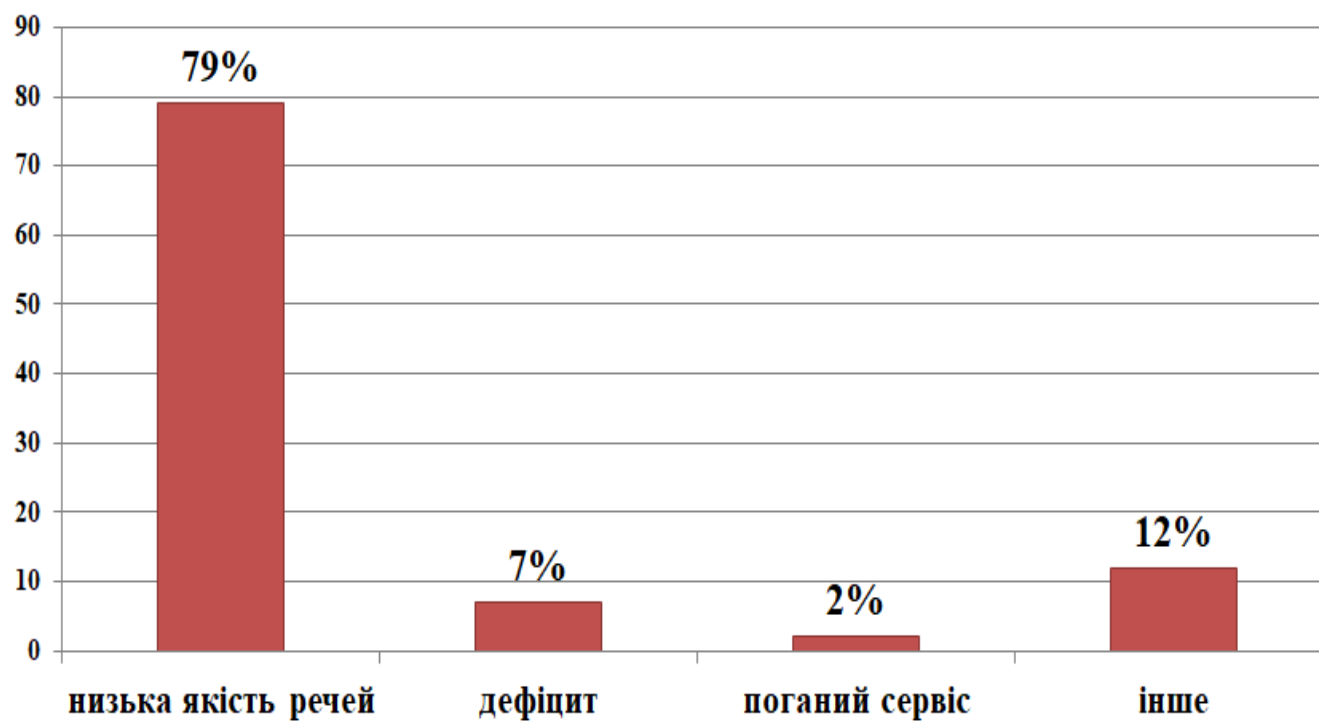


Текстові матеріали «Західна мода». Розподіл по соціальним проблемам.

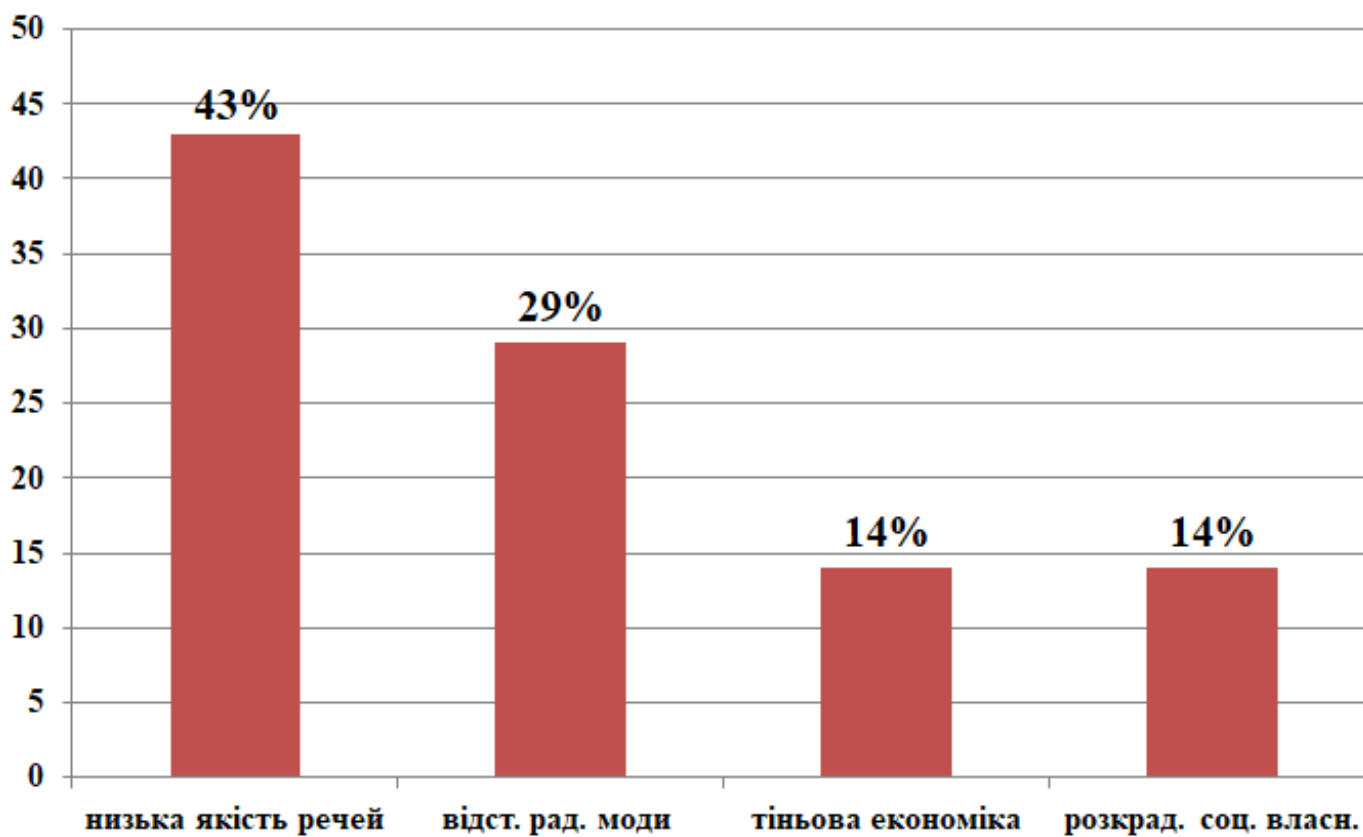
Матеріали на обкладинці «Західна мода». Розподіл по соціальним проблемам.



Текстові матеріали «Радянська мода». Розподіл по соціальним проблемам.



Матеріали на обкладинці «Радянська мода». Розподіл по соціальним проблемам.



Об'єкт критики (текст). Tag Cloud. MAXQDA.

Облако тегов: облако

больших **брюки** вор головной декольте детские джемпер для
дом дома **жакет** женская **женские** женский женское
жертва имени **костюм** **кофточками** критики купальники
куртка куртка-болонья легкой младенцев мод моделей **МОДЫ**
молодежь мужская мужские мужское **мужской** носки
обувь объект одежда **отдых** пальто
перчатки пиджак платок **платья** предприятия прическа
промышленности промышленность размеров рубашка
санатории сапоги спортивные **стиляга**
стиляги тинякова торговля трусы **тунеядец**
тунеядцы туфли убор фабрика халат харьковская
химчистка чулки швейная шелковыми шерстяными шляпы эстонскими

Редактировать стоп-лист Копировать **Закреть**

Додаток D. Ілюстрації.

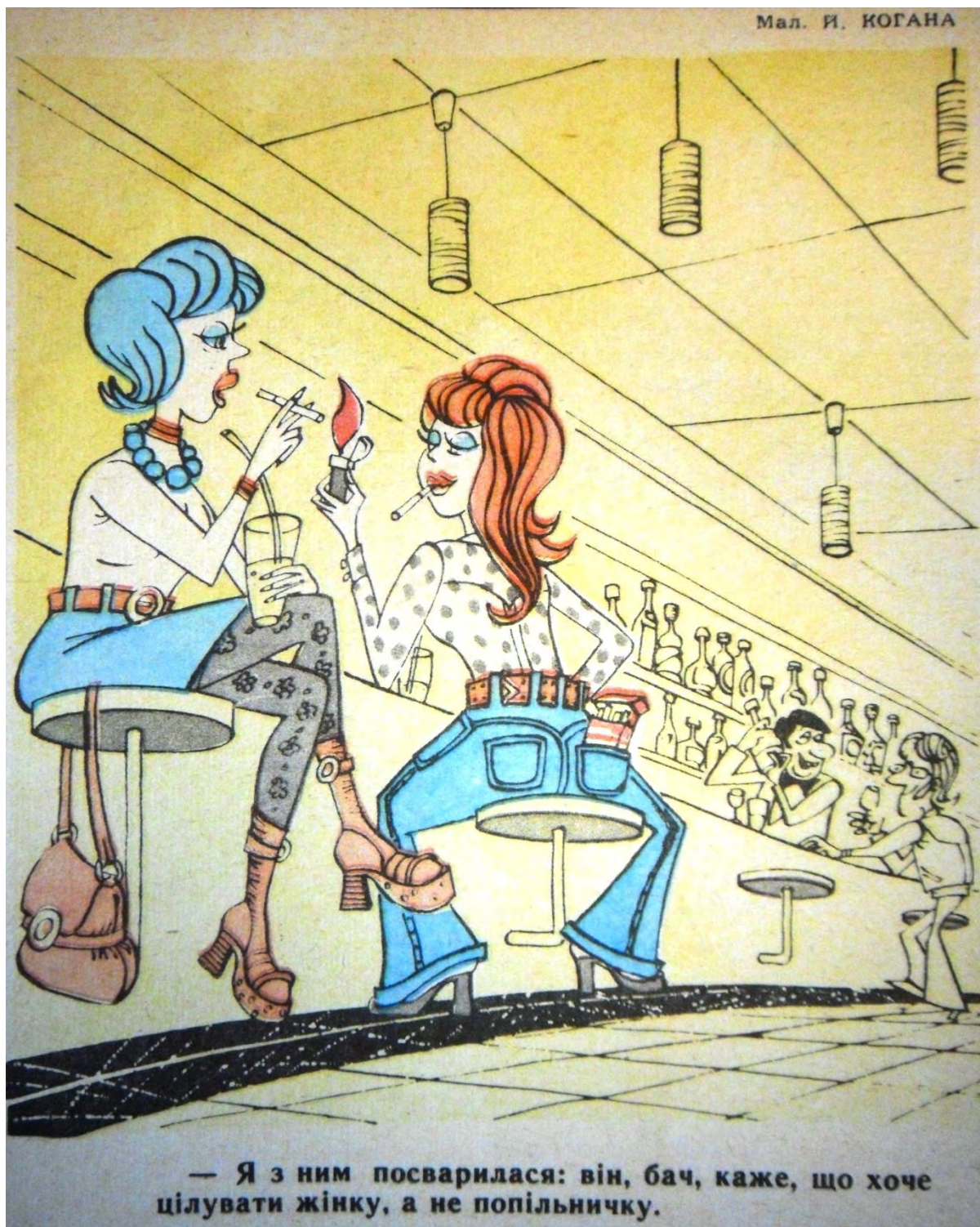
Додаток D. 1

Проблема «Згубний вплив Заходу»



Джерело: [537]

Проблема «Шкідливі звички»



Джерело: [531]

Проблема «Батьки й діти»



Джерело: [544]

Проблема «Суспільний осуд»



Проблема «Дармоїдство»



Джерело: [533]

Проблеми «Блат» та «Хуліганство»

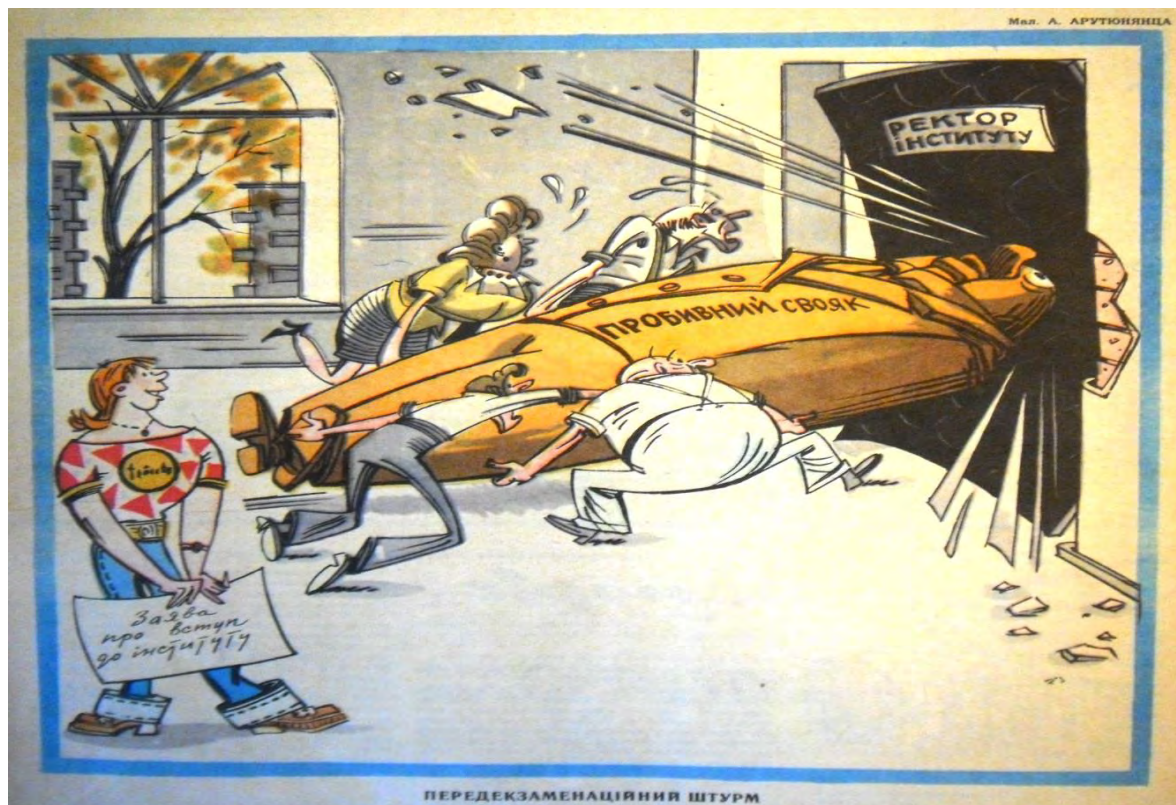


Рис. 1.



Рис. 2.

Образ «Жертва моди»



Образ «Хіпі»



Джерело: [528]

Образ «Стиляга»



Джерело: [521]

Образ «Дармоїд»



Джерело: [532]

Образ «Фірмач»



Джерело: [546]

Образ «Дама з собачкою»



Джерело: [535]

Порівняння «хіпі» з дівчиною та людиною похилого віку



Рис. 1.



Рис. 2.

Порівняння модника з первісною людиною



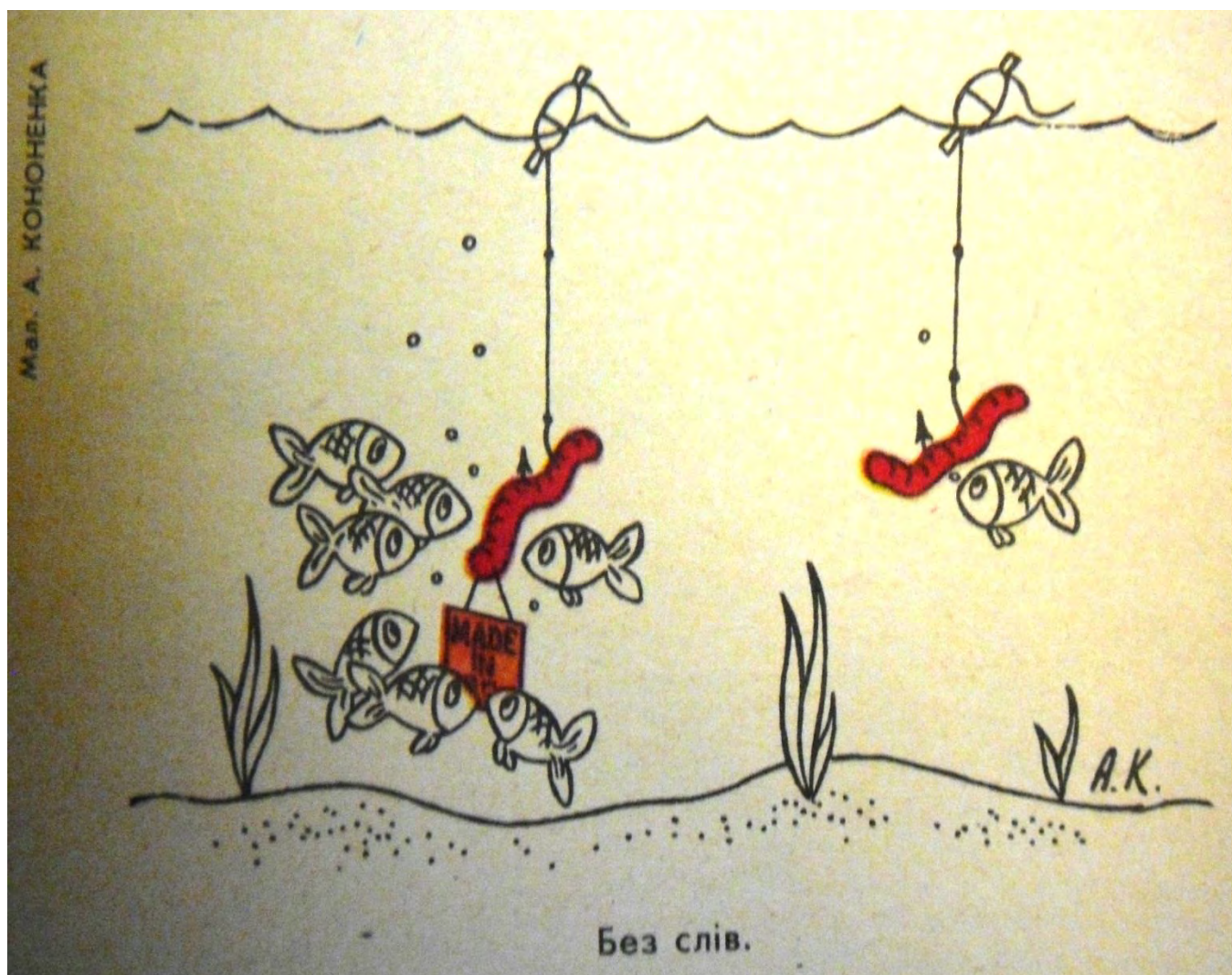
Порівняння модника з іноземцем

Мал. В. ПОДТЯГІНА



Джерело: [541]

Важливість лейблу «Made in»



Джерело: [548]

Порівняння модника з твариною



Джерело: [524]

Проблема «Поганий сервіс»



Джерело: [525]

Проблема «Низька якість речей»



Джерело: [545]

Проблема «Відставання радянської моди»



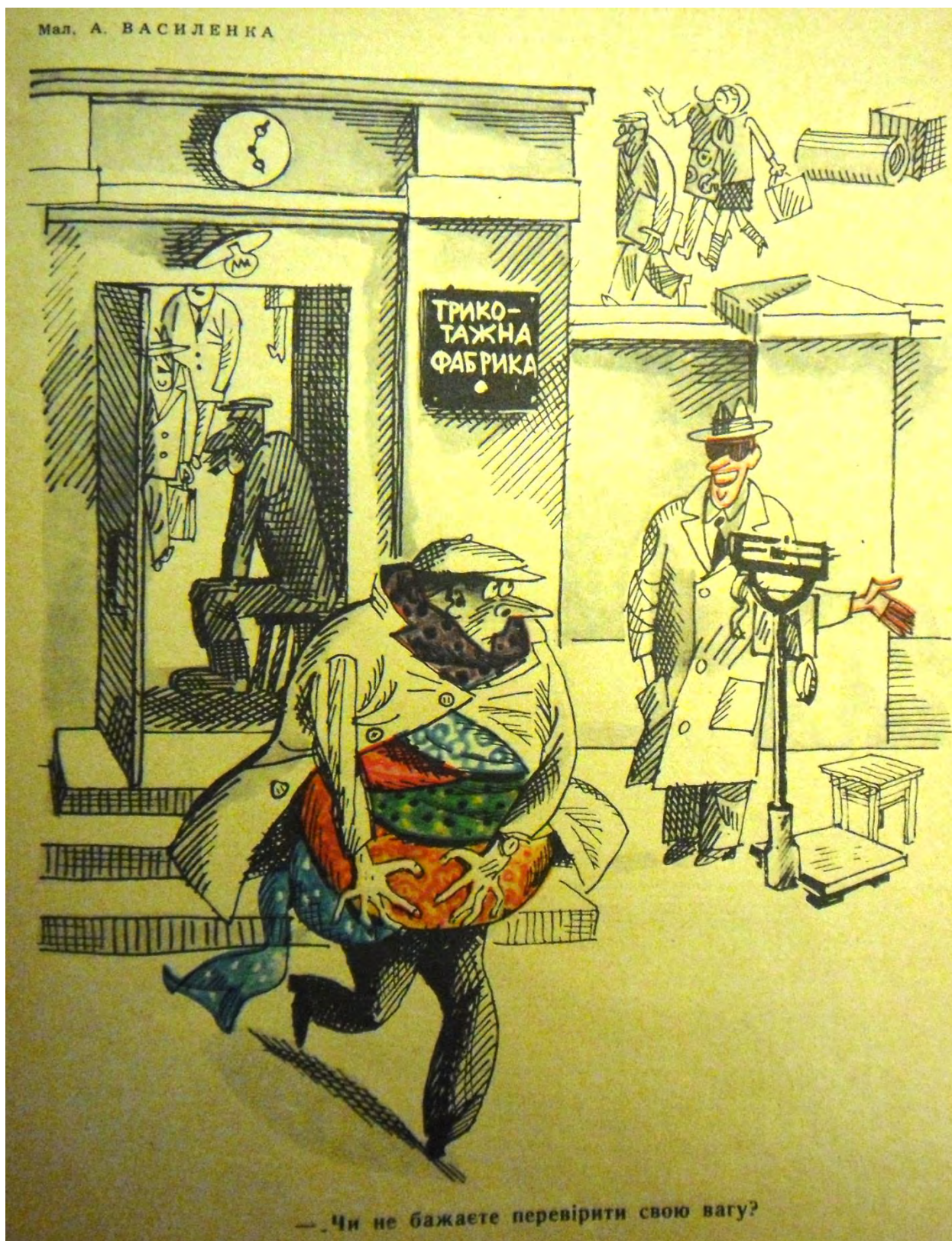
Джерело: [539]

Проблема «Тіньова економіка»



Джерело: [543]

Проблема «Розкрадання соціалістичної власності»



Джерело: [527]

Проблема «Дефіцит»



Джерело: [542]

Приклад впровадження однієї і тієї ж моделі одягу
в Будинку моделей та на швейній фабриці



— Трохи підріжемо.



— Трохи змінимо...



— Ой була, була я гожа, а тепер — на чорта схожа!..

Сатирико-гумористичний журнал «Перець» (обкладинка)



Суспільно-політичний журнал «Радянська жінка» (обкладинка)



Джерело: [556]

Журнал мод «Краса і мода» (обкладинка)



Джерело: [463]

Спеціалізовані столичні журнали мод (обкладинки)



Рис. 1.

Рис. 2.

Журнали мод методичного спрямування



Журнал мод «Siluett» (Естонська РСР, Талліннський будинок моделей)



Журнал мод «Rigas Modes» (Латвійська РСР, Ризький будинок моделей)



Джерело: [630]

Журнал мод «Banga» (Литовська РСР, Вільнюський будинок моделей)



Джерело: [626]

«Журнал мод» (ВИА Легпром, Російська РСР)



Джерело: [436]

Журнал мод «Божур» (Народна Республіка Болгарія)



Джерело: [391]

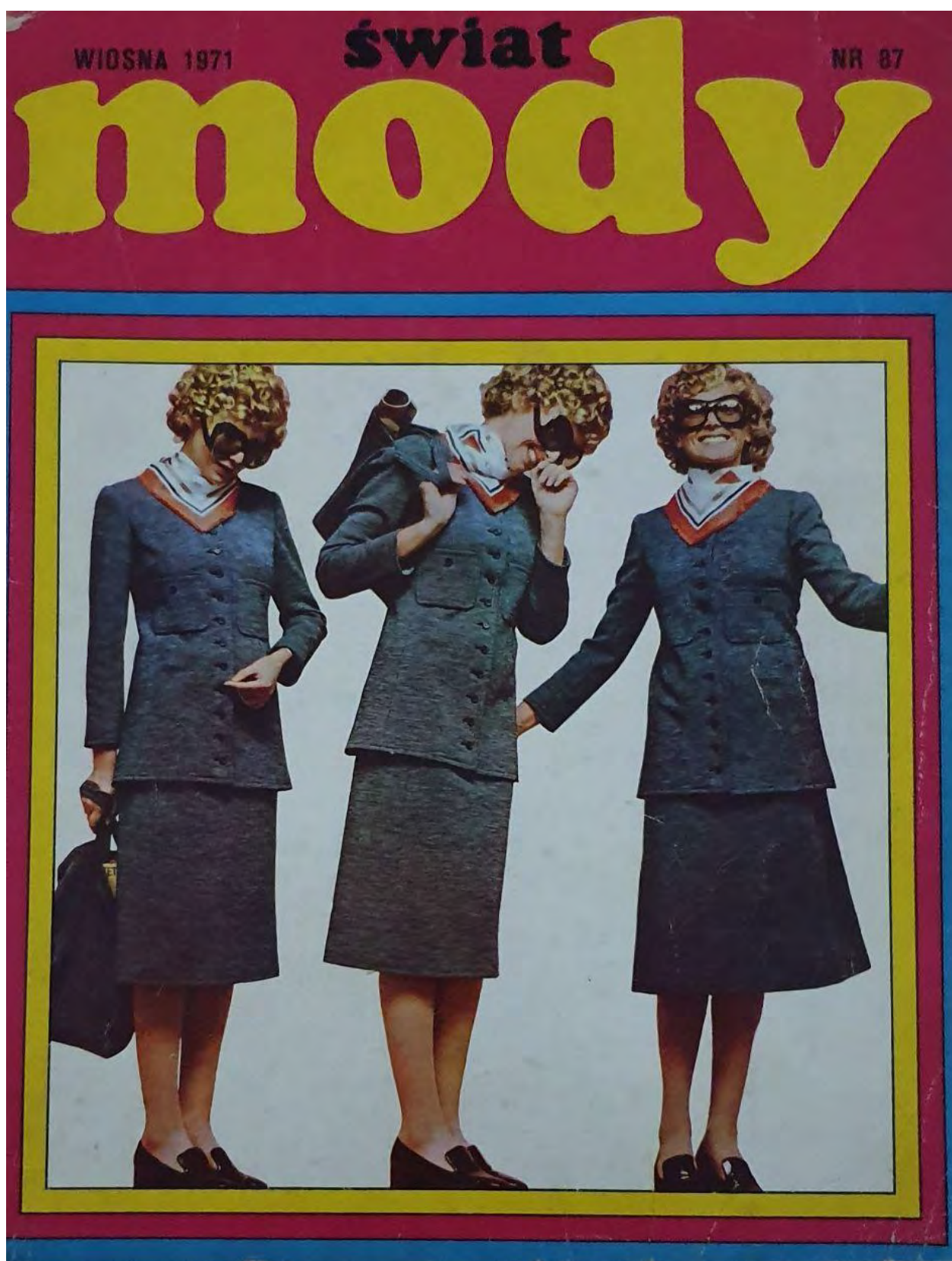
Журнал мод «Zena +Moda» (Чехословацька Соціалістична Республіка)



Журнал мод «Pramo» (Німецька Демократична Республіка)



Журнал мод «Swiat Mody» (Польська Народна Республіка)



Джерело: [633]

Журнал мод «Modern» (Соціалістична Республіка Румунія)

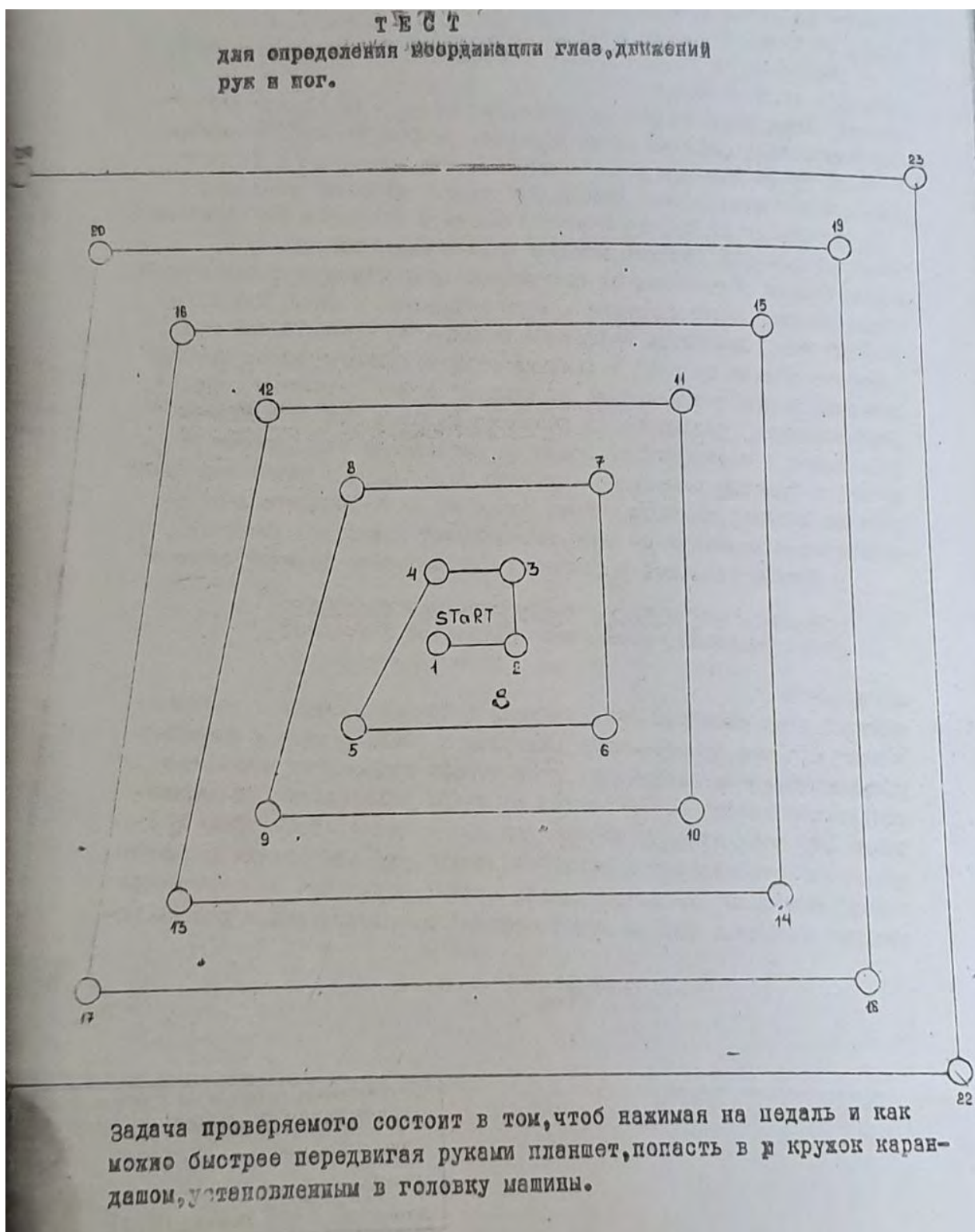


Софія Ротару на обкладинці суспільно-політичного журналу
«Радянська жінка»

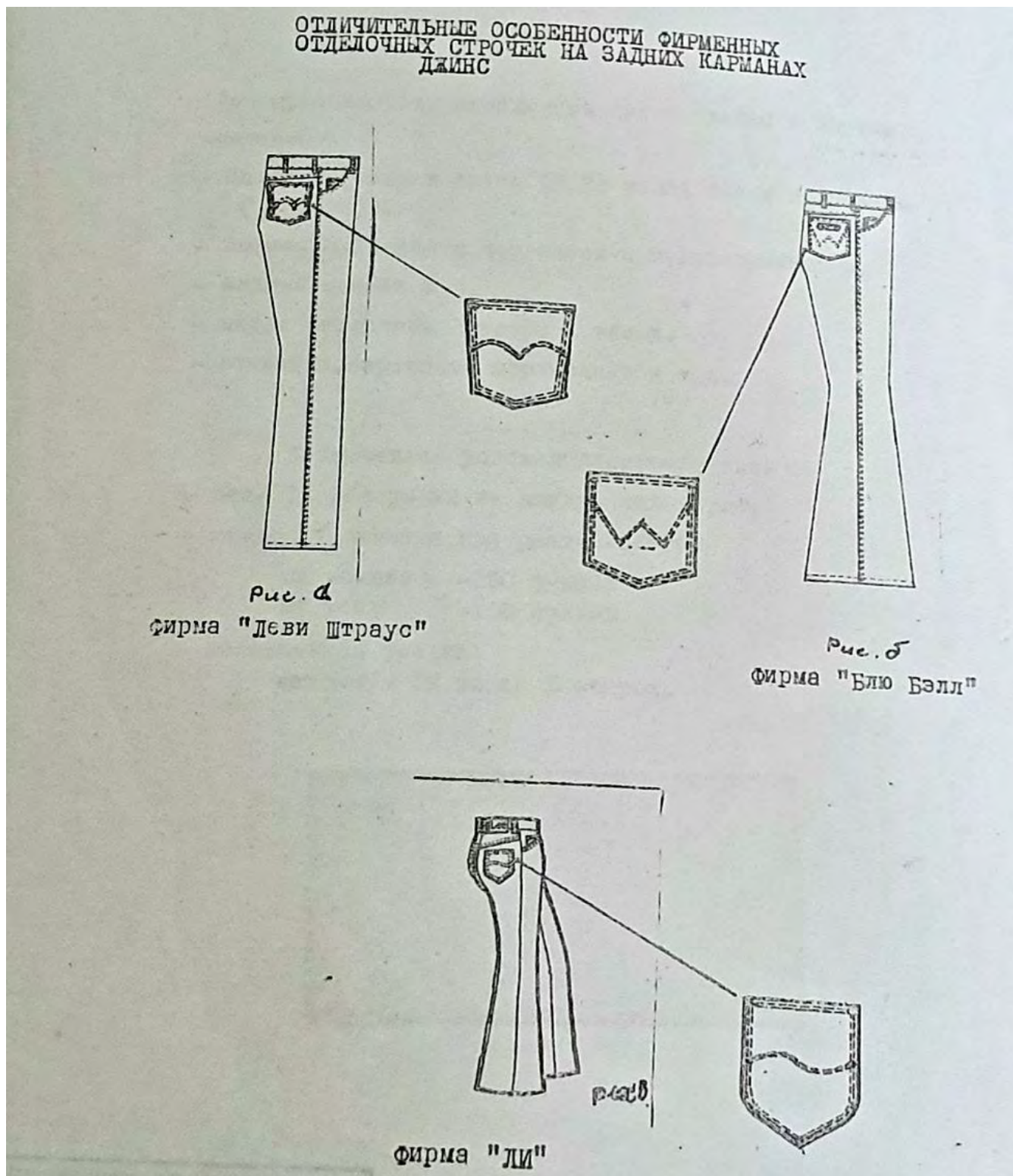


Джерело: [557]

Система підготовки кадрів. Психологічні тести на фірмі «Levi Strauss»



Відмінні риси фірмових оздоблювальних строчок на задніх кишенях
джинсів «Levi Strauss», «Lee» та «Blue Bell»



Додаток Е. Фотографії.

Додаток Е. 1

Сімейний архів фотографій Марченко Марини



Джерело: [321, 1965 р.]

Сімейний архів фотографій Журавльова Дениса



Джерело: [319, 1984 р.]

Сімейний архів фотографій Болденкова Павла



Джерело: [317, 1979 р.]

Сімейний архів фотографій Муржі Павла



Джерело: [323, 1963 р.]

Моделі одягу Лідії Авдєєвої (Київський будинок моделей одягу)

Джерело: [311]

**Художники-модельєри Володимир Несміян та Михайло Воронін
за роботою**



Джерело: [313]

Робочі процеси у Львівському будинку моделей одягу

Джерело: [194, 1968 р.]

Виставка моделей одягу в Києві

Джерело: [195, 1952 р.]

Виставковий зал Київського будинку моделей одягу

Джерело: [216, 1964 р.]

Додаток Е.10

Демонстрація дитячого одягу у Київському будинку моделей одягу



Рис. 1



Рис. 2

Джерело: [190, 206, 1958 р.]

Демонстрація моделей одягу в Київському будинку моделей одягу

Джерело: [218, 1965 р.]

Показ моделей одягу у Київському будинку моделей одягу

Рис. 1.



Рис. 2.

Джерело: [199, 198, 1973 р.]

Додаток Е. 13

Демонстрація моделей одягу у Жовтневому палаці культури в м. Києві



Джерело: [219, 1962 р.]

**Демонстрація зразків виробничого одягу на Харківському
електромеханічному заводі під час обідньої перерви**



Джерело: [212, 1962 р.]

**Художники-модельєри за обговоренням нових моделей одягу
у Київському будинку моделей одягу**



Джерело: [196, 1966 р.]

**Художники-модельєри за обговоренням нових моделей одягу
у Київському будинку моделей одягу**



Джерело: [220, 1967 р.]

**Художники-модельєри Львівського будинку моделей одягу за
обговоренням перспективних моделей**



Джерело: [221, 1973 р.]

**Обговорення нових моделей одягу у Київському будинку моделей
трикотажних виробів**



Джерело: [193, 1975 р.]

**Художники-модельєри Київського будинку моделей одягу за
обговоренням нових моделей жіночої сукні**



Джерело: [203, 1976 р.]

**Обговорення нових моделей жіночого плаття
на Київській швацькій фабриці імені Смирнова-Ласточкина**



Джерело: [188, 1954 р.]

**Перегляд моделі спортивного костюму, виготовленого
на Київській швацькій фабриці «Україна»**



Джерело: [214, 1963 р.]

**Підбір тканин для весняних пальто
на Харківській швацькій фабриці імені Тінякова**



Джерело: [192, 1967 р.]

**Художники-модельєри Київської фабрики індивідуального пошиву № 2
за розробкою нового фасону літнього пальто**



Джерело: [217, 1968 р.]

Робочі процеси на Харківській швацькій фабриці імені Тінякова

Джерело: [207, 1956 р.]

Робочі процеси на Київській швацькій фабриці «Україна»

Джерело: [208, 1956 р.]

Робочі процеси на Київській швацькій фабриці «Україна»

Джерело: [191, 1964 р.]

**Робочі процеси на Київській швацькій фабриці
імені Смирнова-Ласточкина**



Джерело: [223, 1982 р.]

**Робочі процеси на Київській швацькій фабриці
імені Смирнова-Ласточкина**



Джерело: [222, 1971 р.]

Орієнтація на кількість виробленого одягу (гасла)

Джерело: [211, 1962 р.]

Гасла на виконання та перевиконання плану



Джерело: [187, 1951 р.]

Гасла за економію фурнітури та випуску більшої кількості виробів



Джерело: [210, 1958 р.]

**Підвісний конвеєр для покращення якості готових виробів
на Київській швейній фабриці «Україна»**



Джерело: [209, 1959 р.]

Орієнтація не тільки на кількість, але і на якість

Джерело: [200, 1973 р.]

**Розробка нових моделей одягу в Донецькому
виробничому трикотажному об'єднанні**



Джерело: [201, 1981 р.]

**Нарада членів художньо-технічної ради Київської
швацької фабрики «Жовтень»**



Джерело: [205, 1983 р.]

Прийом замовлення на індивідуальне пошиття одягу в селі

Джерело: [213, 1962 р.]

Львівські «хіпі»



Джерело: [310]

**Візит Christian Dior до Москви 1959 р. Французькі манекенниці
на вулицях міста**



Джерело: [632]

**Виставка Музею історії моди України 1940–1980-х рр. у ЦУМі в Києві
(за підтримки ЕСТА Холдінг, грудень 2016 р. – квітень 2017 р.)**



Джерело: [314]