

культурне придбання – історичний крок, який буде видно на весь світ» [2].

Слова Г. Хоткевича: «Се так просто, але се може скласти епоху», – знайшли підтвердження як тоді, так і зараз. Уже в роки незалежності С. Панькова, завідувачка Історико-меморіального музею М. Грушевського, назвала будівлю Полтавського краєзнавчого музею іконою українського архітектурного модерну.

За висновками знаного українського архітектора та історика архітектури В. Чепелика, «жодної іншої споруди, рівної за соціальним значенням для відродження нашого народу, ХХ ст. не створило. Тож осягнімо вартість будівлі, її значення як національної святині, що вимагає свідомого і побожного ставлення, а ім'я її автора – слави і шани у першому колі найвидатніших світочів нашого народу» [7, с.84-85].

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

- 1.Василь Григорович Кричевський: хрестоматія: в 2 т. Т. 1. 1891-1943. Харків : Вид-во Савчук О.О., 2016. 532 с.
- 2.Вечерський В.В. Губернського земства будинок у Полтаві // Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Губернського земства будинок у Полтаві](https://vue.gov.ua/Губернського_земства_будинок_у_Полтаві) (дата звернення: 18.03.2023).
- 3.Галян Г. Розповіді про мистецьку родину Кричевських: Культурологічні нариси. Полтава: ТОВ «АСМІ», 2016. 89 с.
- 4.Магдиш І. Ар-нуво. Стилi українського мистецтва ХХ ст. К. : Портал, 2022. 120 с.
- 5.Павловський В. Василь Григорович Кричевський. Життя і творчість. Нью-Йорк : ВУАН, 1974. 313 с.
- 6.Рубан-Кравченко В. Кричевські і українська художня культура ХХ ст. Василь Кричевський. К.: Криниця, 2004. 704 с.
- 7.Чепелик В. В. Український архітектурний модерн. К. : Київс. нац. ун-т буд-ва і арх-ри, 2000. С. 74–85.

Тетяна Каросва, Яна Гаврищук

ПРОДУКЦІЯ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ СПІЛКИ В ПРИЗМІ ВЛАСНОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ 1947 Р.

Охарактеризовано продукцію Вінницької обласної художпромспілки в умовах підготовки до відміни карткової системи на продовольчі та промислові товари в 1947 р. З'ясовано, що найбільшим попитом населення користувалися чоловічі сорочки та посуд, що активно купувалися навіть за комерційними цінами.

Ключові слова: художні промисли, промислова кооперація, товар, етнічна спадщина, художпромспілка

Вінницька обласна художніх промислів спілка (далі – облхудожпромспілка) була створена у квітні 1946 р. Якщо спочатку вона об'єднувала 7 артілей, то наступного року – 12. Організаційно артілі діяли в системі промислової кооперації. Основним їх завданням було виробництво товарів широкого споживання у повоєнний час. На відміну від інших подібних державних і кооперативних організацій спілка об'єднувала майстрів місцевих художніх промислів, тобто її продукція представляла етнічну спадщину місцевого населення, інтерпретовану в умовах індустріальної епохи. Вона мала продукувати предмети масового споживання, виконані традиційними засобами.

Повоєнна радянська дійсність вимагала від всього економічного організму держави особливого напруження, населенню, особливо окупованих територій, потрібно було налагоджувати повсякденний побут, а державний сектор економіки не міг повністю забезпечити масовий попит. На допомогу прийшла промислова кооперація, покликана об'єднати зусилля самих людей з виробництва товарів широкого споживання. Одним із засобів стимуляції виробництва була і є торгівля. Для її розвитку 9 листопада 1946 р. Рада міністрів СРСР прийняла постанову «Про розгортання кооперативної торгівлі в містах і селищах продуктами харчування і промисловими товарами та про збільшення виробництва продуктів харчування і товарів широкого вжитку кооперативними підприємствами» [1].

У постанові йшлося про те, що в сфері виробництва промислова кооперація: а) слабо використовувала надлишки сільськогосподарської сировини для виробництва товарів широкого споживання; б) не забезпечувала широкий асортимент товарів; в) не забезпечувала достатньої кількості товарів та не покращувала їхню якість; г) недостатньо використовувала у виробництві місцеву сировину та відходи підприємств державної промисловості. Щодо організації поширення товарів кооперативам закидалося те, що в містах кооперативна торгівля не змагалася з державною за покупця [1, с. 350-351]. Тобто спочатку в довоєнний час кооперативну торгівлю законодавчо обмежили сільською територією, а тепер її звинувачували в пасивності в містах і селищах. Крім того, в умовах карткової системи розподілу товарів кооператорам доволі складно було конкурувати, оскільки в людям бракувало грошей, щоб платити за комерційними цінами.

Отже, постановою наказувалося розгорнути широку кооперативну торгову мережу не лише в сільській, а й в міській

місцевості. Промислова кооперація мала зосередитися на виробництві товарів широкого споживання, навчитися самостійно торгувати своєю продукцією в містах та селах, на базарах та ярмарках. Їй артілям дозволили самостійно закупати сировину у колгоспів і селян своєї місцевості після виконання державного плану заготовок та закупок, за цінами місцевого ринку. Державна промисловість мала передати промисловій кооперації частину обладнання, інструментів та сировини, які не використовувала [1, с. 352-353].

Кооператорам дозволили вільно продавати свою продукцію через власну торгову мережу (магазини, рундуки, ятки), а також на свій розсуд державним і кооперативним торговим організаціям. Їх продукція звільнялась від стягування бюджетної націнки. Роздрібні ціни встановлювалися обласними спілками кооперативів, але не вище діючих державних комерційних цін для відповідних товарів. Разом з тим від 20 до 25% своєї продукції кооперативи мали здавати державі за ціною вартості сировини з врахуванням накладних витрат [1, с. 353-355].

На виконання цієї постанови весною 1947 р. Вінницька облхудожпромспілка відкрила крамниці у Вінниці та Одесі, планувала рундук у Гайсині [2, арк. 150]. Оскільки всі її артілі, за виключенням Бубнівської керамічної, спеціалізувалися на вишивці та частково ткацтві, то основною продукцією був одяг та відповідні предмети хатнього начиння. Асортимент намагалися урізноманітнити за рахунок плетіння та різьблення по деревині.

Влітку спілка встановила роздрібні ціни на свою продукцію для власної торгової мережі Вінницької та Одеської областей, орієнтуючись на комерційні. Наприклад, чоловічі сорочки мали коштувати у Вінницькій області на 23%, а в Одеській – 27% менше, ніж комерційні; жіночий та дитячий одяг, відповідно, на 25–27%, та 30% [3, арк. 21]. Через свою торгову мережу за квітень-травень 1947 р. облхудожпромспілка реалізував товарів на 509,7 тис. руб. [2, арк. 149]. Усього запланували реалізувати за рік 2362,9 тис. руб. з 13192,9 тис. руб. всієї спілки, або 17,9% [2, арк. 171].

За планом 1947 р. через крамницю у Вінниці мали продати товарів на 400 тис. руб. [2, арк. 149] (Цей магазин «Український сувенір» й досі діє за адресою вул. Соборна, 41.)

На 19 липня 1947 р. асортимент у магазині був представлений кількома групами товарів [4, арк. 39-40]. Найбільшим розмаїттям вирізнявся одяг: жіночий (плаття, сорочки, блузи), дитячий (сорочки, плаття, сарафани) та чоловічий (сорочки). Близькими до цієї групи були галантерейні товари: шовкові косинки, вовняні кашне, носовички, комірці, мундштуки, пудрениці, шкатулки, портсигари. Серед предметів

хатнього начиння були скатертини, доріжки, фіранки, серветки, килими та килимові вироби, абажури, глечики. Дітям призначалися іграшки «собачка» та «зайчик». Група канцелярських товарів охоплювала прес-пап'є, лінійки, чорнильне приладдя, ручки.

Отже, в магазині було 29 найменувань товарів, деякі з них мали по кілька артикулів та варіантів виконання. Доволі скромний асортимент, який урізноманітнювався за рахунок варіативності, особливо вишивки. Він відображав спеціалізацію Вінницької облхудожпромспілки на таких художніх ремеслах як вишивка (ручна та машинна) та килимарство (ткацтво), а також різьбярство по деревині. Хоча у складі спілки була Бубнівська гончарна артіль, проте її продукція була представлена лише глечиками.

1 грудня 1947 р. у вінницькому магазині та складі облхудожпромспілки провели переоблік [4, арк. 46-53]. Він мав би показати, як спілка розвиває асортимент своєї продукції та готується до вільної торгівлі. Виявилось, що асортимент магазину був практично таким самим, додалися лише бюстгальтери, саше, іграшки «клоун» та «свинка», керамічні іграшки. На складі знаходився також битий посуд (чашки, глечики, вази) у кількох примірниках, тобто керамічні вироби в магазині бували, але їх швидко розкупали. Здається, що виробництво бюстгальтерів було місцевою ініціативою, оскільки союзним прејскурантом артикул для них не визначався. Ймовірно, цей предмет жіночого гардеробу не мав особливого попиту, жінки не зважали на нього, оскільки в крамниці був великий запас – 80 шт., а вартість взагалі видається дивною – 6,27 руб. Для порівняння пудрениця коштувала 97 руб., лінійка – 65 руб., мундштук – 9,1 руб. (Хоча ідею про погану модель або погану якість виробу виключити не можна.) В цілому, асортимент власних товарів спілки особливо не змінився. Через два тижня, 13 грудня, влада відмінила карткову систему на продовольчі та промислові товари, встановила єдині ціни на всі види товарів на нижчому, ніж комерційні, рівні, а на деякі продовольчі товари, нижче, ніж пайкові. Це підняло купівельну спроможність населення, зокрема щодо промислових товарів.

За артикулами єдиного всесоюзного прејскуранта нескладно з'ясувати популярність та розмаїття товарів в торговій мережі Вінницької облхудожпромспілки. Зрозуміло, що кустарна ручна робота в артілях не могла мати такої продуктивності праці, як на промислових підприємствах, але така робота дозволяла кожний виріб зробити індивідуальним. Повоєнний час вимагав збільшення продукції, тому артілі не могли собі дозволити індивідуалізацію, намагалися уніфікувати продукцію. На практиці це виглядало так: роками всі артілі

випускали одну модель продукції, але в різному художньому виконанні. За рахунок цього вдавалося економити фінанси.

Специфіка вишитого одягу полягала в тому, що кожна модель мала кілька варіантів виконання за рахунок складності та обсягу вишивки, а також матеріалу з якого шили товар (бавовняне полотно, лляне полотно, маркізет, батист, крепдешин, шовк). Вінницькі предмети гардеробу мали лише кілька моделей кожний, що обумовлювалося економічно потребою в самоокупності, а з іншого боку, дефіцит одягу був таким, що й такий модельний ряд міг задовольнити споживача. Наприклад, чоловічі сорочки мали лише 2 моделі, але 8 варіантів за групою обробки, жіночі плаття – 3 моделі, жіночі блузи – 5. Найбільше видове розмаїття мали пудрениці – 12, але для них не визначались артикули, тому тут складно розмірковувати про моделі чи варіанти.

За ситуацією другої половини 1947 р. серед вінницької продукції існував дуже популярний товар. Так, якщо у липні в магазині чоловічих сорочок всіх варіантів було 115 шт., то в грудні – лише 1, причому найдорожча. Подібної в липні взагалі не було. На складі зберігалось ще 10 шт., причому по кожній групі обробки – 1-2. Так само керамічний посуд швидко реалізовувався. Документами фіксувалася лише залишки битого посуду. По іншим предметам одягу простежується рух, хоч й не такий яскравий. Наприклад, у липні жіночих плать було 73 шт., на кінець року залишилось 27, а склад пропонував ще 118. Зрозуміло, що обсяг реалізованої продукції був більшим, але пропозиція була біла більш-менш постійною.

Серед найменувань товару могли бути більш популярні моделі. Наприклад, жіноча блуза з артикулом 154/211 в 3-4 варіантах завжди була в асортименті магазину в кількох десятках штук, а інші моделі кожного варіанту в 1-2 шт. Подібною була ситуація на складі. У грудні в магазині їх взагалі не було. (Протилежна версія є малоімовірною, оскільки думаємо, що артілі намагалися виробляти ходовий матеріал.) Загалом складається враження, що жінки перевагу надавали придбанню блузок перед платтями. Така практика пояснювалася скоріше ціною товару, а не його якістю.

По групі побутових товарів спостерігався рух по килимовим та тканим виробам, наприклад, у липні доріжок було 7, у грудні стало – 42, на складі ще знаходилося – 34. Продали абажури (2 шт.), глечики (14), найдорожчі килими по 800 руб., а дешевші в діапазоні 300–500 руб. залишалися.

Водночас серед галантерейного та канцелярського товарів за майже півроку кількість мундштуків (445), пудрениць (151), портсигарів (5), прес-пап'є (5) не змінилася, а от ручок для письма стало менше на – 4, лінійок – 1.

Жодного разу в магазині не фіксували порт'єри, труси, рукавички, а от на складі вони були, хоч й в незначному обсязі. За архівними матеріалами, асортимент в магазині та на складі був вужчим за те, що вироблялося артілями.

Логічним було б припустити, що в свою торгову мережу облхудожпромспілка відправляла найпопулярніший товар, який населення погодилось би придбати й за комерційними цінами. Найзатребуванішим був одяг, особливо чоловічий, та посуд. Після війни вінничани задовольняли найнеобхідніші потреби. Меншою мірою, але стабільно купували предмети інтер'єру, що свідчить про бажання прикрасити побут. Зрозуміло, що намагалися придбати найдешевший товар. А от галантерейний та канцелярський товар за комерційними цінами попитом у вінничан не користувався. Причин такої ситуації було кілька. По-перше, галантерейний товар не визначав побут людей, по-друге, його можна було придбати за картками набагато дешевше, по-третє, вінницький асортимент міг не задовольняти смаки вінничан.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. О развертывании кооперативной торговли в городах и поселках продовольствием и промышленными товарами и об увеличении производства продовольствия и товаров широкого потребления кооперативными предприятиями: постановление Совета министров СССР, 9 ноября 1946 г. // Решения партии и правительства по хозяйственным вопросам: сборник документов : в 5 т. Москва, 1968. Т. 3. С. 350-363.
2. Державний архів Вінницької області. Ф. Р-3495, оп. 1, спр. 351, 53 арк.
3. Там само. Спр. 29, 26 арк.
4. Там само. Спр. 31, 53 арк.

Анатолій Войнаровський, Олена Овод

СТИГМАТИЗАЦІЯ ТА СТЕРЕОТИП ОБРАЗУ УКРАЇНЦЯ В ІДЕОЛОГІЇ ССРСР

У статті здійснено аналіз діяльності комуністичного режиму ССРСР спрямованої на геноцид українського народу. Розглянуто механізми стигматизації та формування амбівалентного стереотипу образу «українця» задля успішної маніпуляції, зокрема зосереджено увагу на діяльності інститутів агітації і пропаганди.