

UDC [271.2:2-737] «18/19» (477.53)

**ACTIVITIES OF ORTHODOX CHURCH FRATERNITIES IN POLTAVA DIOCESE: SOCIAL AND CULTURAL DIMENSIONS (THE SECOND HALF OF XIX – AT BEGINNING OF XX ENTURY)****Maslak Volodymyr** – Doctor of Historical Sciences,  
Head of Department of Humanities, Culture and Art,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

**Fedorenko Svitlana** – Candidate of Historical Sciences,

Associate professor of Department of Humanities, Culture and Art,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

**Butko Larysa** – Candidate of Philology, Associate professor of the

Department of Humanities, Culture and Art,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

**Vasylenko Daria** – Senior lecturer of the Department of Humanities,  
Culture and Art, Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

**Problem statement.** In our time, there is a rethinking of Orthodox Church role and its institutions for Ukrainian history entirely and for the regions with considering of their social and cultural characteristics. Many issues that, due to the country's ideological general government policy, remained unresolved or were presented in a distorted form, today have a chance for comprehensive, objective and thorough research.

The article analyzes features activities of Orthodox Church fraternities that functioned in Poltava diocese from the second half of XIX to the beginning of the XX centuries.

**The aim** of the article is to rethink the place, role and contribution of church Orthodox fraternities in the social and cultural space of the Poltava diocese of the second half of the XIX – early XX centuries.

**Research methodology** is based on the use of general scientific methods, namely synthesis, deduction, induction, description, explanation. Using special historical techniques authors carried out research certain facts, phenomena and events.

**Results.** Within the boundaries of the Poltava diocese, during the indicated period, two Orthodox fraternities were functioned: Poltava Diocesan St. Makarii fraternity and Lubny Savior Transfiguration fraternity, the founding conditions and activities of which were determined by the then government policy of the Russian Empire.

Both of these fraternities immediately began to open branches: the first – the school fraternity, which was located on the territory of the Lubny county, the second – church parish fraternities, network of which covered the other 14 counties.

Lubny Savior Transfiguration fraternity was founded for the purpose of spiritual, educational and charitable activities. However, the first task throughout the entire period of the fraternity's existence remained the first, and the charitable direction (in a broad sense) did not receive main priority.

The main goal of Poltava Diocesan fraternity of St. Makaria was to contribute to the religious and moral enlightenment to people by Orthodox Church methods within the Poltava province. To achieve this goal, they resorted to various measures, first of all - opening and care of parish schools and schools for illiterate people.

**Novelty.** A thorough analysis of original source made it possible to come to conclusion that both Church Orthodox fraternities, adhering to a common spiritual and educational goal, played an important role in the social and cultural development of Poltava province. Focusing on the need to spread public education in the diocese through the prism of a religious worldview and Orthodox moral and ethical values, fraternities first of all founded parish schools and schools for illiterate people, disseminated literature of religious and moral content, opened libraries, organized events to raise the level of general culture and moral qualities of the population.

**The practical significance.** Studies of the cultural heritage of Poltava province allow us to better understand the social and cultural processes that took place in the spiritual life of the Ukrainian people.

**Key words:** Orthodox Church, church orthodox fraternities, Poltava diocese, charity, spiritual and educational activities, social and cultural dimension.

Надійшла до редакції 8.10.2020 р.

УДК 7.04:655.3.066.32(477-25) «1914/1916»

**ІКОНОГРАФІЯ ПОШТОВИХ ЛИСТІВОК КИЇВСЬКОГО ВИДАВНИЦТВА «НОВЬ»  
(1914–1916 рр.)****Паур Ірина Василівна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри  
образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації творів мистецтва,

Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка,

м. Кам'янець-Подільський

<https://orcid.org/0000-0002-5998-8274>DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpm.vi37.436>

iryna.paur@kpmu.edu.ua

Проаналізовано поштові листівки київського видавництва «Новь» як іконографічне джерело подій Першої світової війни. Розглянуто образи, сюжети та персонажі зображень, розміщених на бланках поштових відправлень, їх символічне значення. З'ясовано, що упродовж 1914–1916 рр. вони були основним засобом комунікації та ефективним способом інформаційної пропаганди. Прослідковано еволюцію іконографії видів поштівок видавництва «Новь» від зрозумілої для більшості неграмотного населення Російської імперії гумористичної карикатури, що висміювала німецьку армію, кайзера та його союзників, до використання малюнків патріотичного змісту.

**Ключові слова:** Перша світова війна, поштова листівка, малюнки, київське видавництво «Новь», іконографічне джерело.

**Постановка проблеми.** У роки Першої світової війни поштові листівки були одним із головних засобів комунікації, зокрема упродовж 1914–1918 рр. поштами країн учасниць конфлікту доставлено не один десяток мільярдів їх примірників [2; 15]. Особливу популярність у солдат армій воюючих коаліцій мали ілюстровані листівки, а уряди Антанти й Центрального блоку через спеціально створені агентства фінансували художників і визначали тематику малюнків, які на них тиражувалися [13; 86]. Поштівки стали одним із найефективніших засобів пропаганди, оскільки давали можливість донести до солдата необхідний інформаційний посил і, водночас, скориставшись листівкою, він міг надіслати лист додому, поширюючи інформацію далі [9; 77].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** До 1990-х рр. ілюстративні листівки не викликали зацікавлення дослідників, тому поза їх увагою залишався зображальний ряд цього іконографічного джерела, хоча вони мали значний інформаційний потенціал. Це підтвердили дослідження початку 2000-х рр., у яких ці візуальні джерела використовувалися як ілюстрації, а також вагомий аргумент для обґрунтування висновків. Однією з перших художню листівку кінця XIX – початку XX ст. як феномен культури проаналізувала російська дослідниця А. Родіонова [10]. Видавничу та благодійницьку діяльність Товариства Св. Євгенії, що було одним із найбільших видавництв художніх листівок початку XX ст., дослідили В. Третьяков [12] та Н. Мозохіна [7]. С. Медяков акцентував на пропагандистській ефективності відкритих листів, що містили в собі політичний зміст, та проникали у приватне життя і завдяки своїй комунікативній функції доносили його до більшої частини населення [5]. Український філокартист С. Осадчук у праці «Світова війна у поштових листівках 1914–1918 рр.» проаналізував візуальні образи поштових листівок, виданих австрійським урядом у роки війни [11]. В. Ковтун започаткував видання серії альбомів «Українське мистецтво у старій листівці», у яких тематично згрупував репродукції листівок і здійснив їх культурологічний аналіз. П'ятий випуск цієї серії він присвятив українському військовому формуванню у складі австро-угорської армії в роки Першої світової війни – Українським січовим стрільцям, а також культурницькій і просвітній праці стрілецтва [3].

**Мета статті** – виявити іконографію поштових листівок київського видавництва «Новь» 1914–1916 рр. та визначити їх інформаційний потенціал як візуального джерела історії Першої світової війни.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до іконографії опрацьованого філокартичного матеріалу, київське видавництво «Новь» розпочало видання поштівок напередодні Першої світової війни. Характерною особливістю адресного боку серії поштівок 1910-х рр. став україномовний напис «Листівка», поруч із російсько-, французько- та польськомовним – «Почтовая карточка», «Carte Postale», «Pocztówka» (Рис. 1).

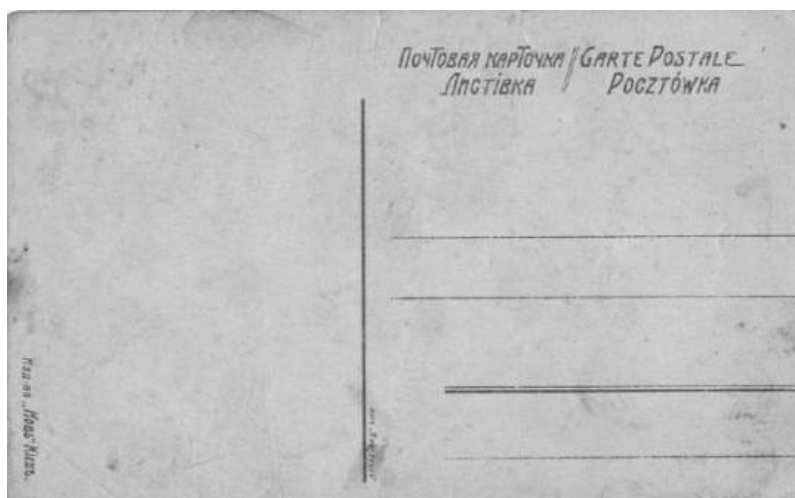


Рис. 1. Адресний бік листівки Т-ва «Новь». Київ, (п. п. 1914 рр.)

У цій серії поштівки відсутня помітка «Дозв. воєн. ценз. Київ», а зображення «Наташа і ... «мамаша» відтворює образ двох елегантних одягнених жінок мирного часу. Поштівка віддрукована на київській літографії «Прогрес», що в 1910-х рр. перевидала серію пасхальних листівок відомої німецької художниці Паулі Ебнер. Малюнки цієї авторки неодноразово перевидавали найбільші європейські видавництва, зокрема в 1914 р. київське видавництво «Новь» використало новорічний малюнок П. Ебнер на поштівці різдвяної тематики без зазначення авторства художниці. Композиція і фігури малюнка були майже ідентичні зображенню поштівки віденського видання М. Мунка, але в київській листівці поросята перетворилися на вгодованих свиней у військових шоломах кайзерівської Німеччини [8; 36].

Сатирична графіка на початковому етапі Першої світової війни, в умовах не писемності більшої частини населення Російської імперії, стала важливим засобом пропаганди серед різних верств громадянства. Найбільший інтерес загалу викликали карикатури гумористичних листівок, іконографія яких глузувала над ворогом. Редактори окремих газет Наддніпрянщини, зокрема «Вечернее время», «Киев», «Последние новости», «Южная копейка» та ін., уже в перший місяць воєнного конфлікту охоче розміщували карикатури на першій сторінці своїх видань. Зважаючи на популярність сатиричної графіки, видавництво «Новь» порушило клопотання перед органами київської військової цензури щодо розміщення карикатури на бланках відкритих поштових листів і з 9 вересня 1914 р. розпочала друк гумористичних листівок серії «Сучасна російська та іноземна карикатура та війна». До неї увійшли репродукції карикатур В. Денисова, А. Юргенса, Юнкера Шмита, Борута, Джима, Ніка, «В.Ю.», «Г.М.» та інших анонімних авторів, що вперше розміщені на шпальтах російських газет «Вечернее время», «Весь мир» та ін. Відповідно до номерного маркування серія включала, імовірно, 18 поштівки і була випущена не раніше середини вересня 1914 р., на що вказує напис на адресному боці листівки: «Дозв. воєн. ценз. Київ. 9/9-14 г.» (Рис. 2).

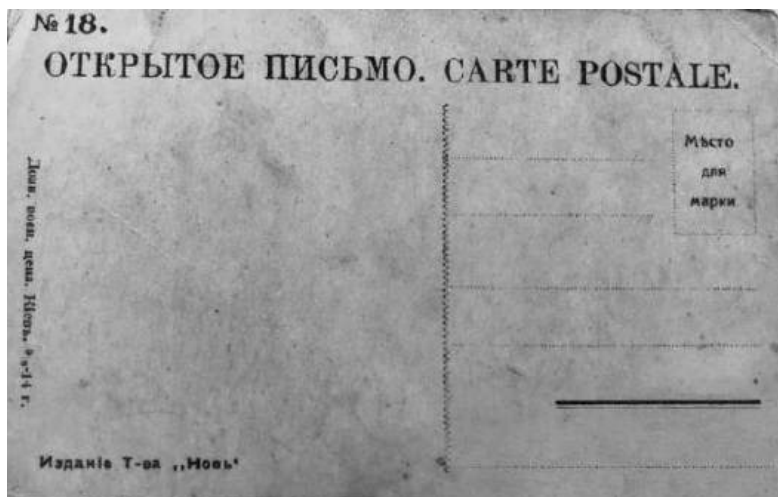


Рис. 2. Адресний бік листівки Т-ва «Новь». Київ, (після 9.09.1914 р.)

Популярність сатиричної графіки листівок цієї серії та комерційні інтереси визначили доцільність їх перевидань наприкінці 1914 і в 1915 рр. Поштівки другого випуску повторювали зображальний ряд попереднього видання, а їх порядкові номери від 1 до 18 зазначено на лицьовому боці.

У 1915 р. товариство «Новь» принаймні втретє перевидало серію гумористичних карикатур, на що вказує оформлення адресного боку цих листівок. Зокрема, на їх бланках використано назву «Почтовая карточка. Carte Postale», новий логотип видавництва у формі кола, поділеного навпіл, верхня частина якого – у формі сонячних променів, а нижня мала напис «Издательство «Новь» Киев». Бланки цих серій мали місце для марки з відповідним написом і відміткою про дозвіл видання військовою цензурою в м. Києві. Відповідно до маркування листівки цієї серії мали порядкові номери від 1 до 42 (найбільший номер виявленої авторами листівки) [4].

Іконографія листівок товариства «Новь» тематично охоплювала кілька сюжетів: Вільгельм II – кровожерливий злодій і тиран із захмарними амбіціями; неорганізовані й слабкі армії противників (Німеччини та її союзників); результати військових компаній; відносини Берліну з країнами-союзниками. Відтак на сатиричних малюнках цього етапу війни кайзер і німецька політична еліта зображувалися в непривабливих образах демона, антихриста, агресора, тирана або смерті; німецькі солдати – рудими тарганами-пруссакми або ж свинями, у той час як пересічні німці – товстим Міхелем у нічному ковпаку, який поступово худне і зображується як жертва прусського милітаризму [6; 47]. Зрештою, «образ ворога», що асоціювався з німецьким народом, почав формуватися під час воєнної кампанії.

У фаховому середовищі мистецтвознавців та істориків-джерелознавців використовують такий алгоритм аналізу гумористичної графіки, що загалом повторює процедуру джерелознавчого аналізу інших типів джерел. Він передбачає: ідентифікацію зображених на малюнку осіб; встановлення часу, місця та подій, яким присвячена карикатура; з'ясування ставлення автора до зображуваних подій, визначення його політичних поглядів та переконань; вивчення використаної у малюнку символіки та графічних метафор; визначення ступеня об'єктивності художника у відображенні подій з кореляцією на сучасні знання про них; визначення головного меседжу карикатури [9; 77].

Для створення «образу ворога» в особі ворожої держави і народу російська пропаганда найчастіше використовувала прийом персоніфікації іншої країни через її правителя. Найбільш благодатним об'єктом для пропаганди був німецький кайзер Вільгельм II, оскільки його персона допомогла трансформувати «образ ворога» з абстрактної категорії в персональну. Німецький кайзер став головним об'єктом висміювання на карикатурах і саме на нього екстраполювалися всі негативні стереотипи й уявлення росіян про педантизм німців, їх дріб'язковість і обмеженість. Саме так серед громадянства країн Антанти формувався образ Вільгельма-Наполеона як головного винуватця військового конфлікту, який планував загарбати увесь світ. Зокрема, на карикатурі поштівки видавництва «Новь» «ДЕМОН (Німеччина) наспівує ТАМАРІ (Туреччина): І будеш ти царицею світу!!!» німецький кайзер постав в образі демона, який маніпулює своїми союзниками. Вільгельма зображено з крилами кажана та кинджалом у лівій руці, який нашіптує омріяні плани переділу Європи підстаркуватому турку, що асоціюється з турецьким султаном Мехмедом V Решадом (Рис. 3).



Рис. 3. Демон (Німеччина) наспівує Тамарі (Туреччині): І будеш ти царицею світу!!!  
Київ : «Новь», 1914. № 22

Захмарні плани кайзера Вільгельма II київські видавці висміяли на карикатурах «Моментальні знімки з Вільгельмом», «Моментальні знімки з «великого прапору», «Кроки Вільгельма завойовника» та ін., розміщених на їх поштівках [4]. Зокрема, листівка перших місяців війни «Моментальні знімки з «великого прапору» за рисунком Джима представляла два образи німецького кайзера: образ великого кайзера в переддень конфлікту й образ військового головнокомандувача, який зазнав поразки. На першому малюнку Вільгельм – гордовитий, самовпевнений і сповнений бажання правити всім світом – тримає в руках знамено «GERMANIA GRANDIOSA», на іншому – це сумний чоловік з опущеною донизу головою, який заплющив очі, а зламана рука зі знаменом «MANIA GRANDIOSA» демонструє нездійсненність його воєнних планів (Рис. 4).



Рис. 4. Моментальні знімки з «великого прапору» / за рис. Джима. Київ : «Новь», 1914. № 17

Карикатури іншої тематичної групи (малюнки Н. Юргенса, В. Денисова та ін. анонімних авторів зі шпальт газет «Весь мир», «Вечернее время»), розтиражовані на поштівках товариства «Новь», дошкульно висміювали армії ворожих країн. Ці тематичні сюжети представлені на карикатурах «Австрійський майор. Як ви смієте, лейтенанте, переганяти старшого за чином!..», «Військовополонений», «Хоробрий тевтонський воїн», «Останній призов у Німеччині», «Досвідчені інструктори вже розпочали навчання німецьких новобранців останнього призову», «Прусське «НОСН» (Ура!) на страх ворогам» (Рис. 5). На сатиричних малюнках цієї тематичної групи німецькі військові генерали постають пихатими та жорстокими персонажами, а солдати – дітьми або немічними старцями [4].



Рис. 5. Прусське «НОСН» (Ура!) на страх ворогам. Київ : «Новь», 1914

Центральною темою карикатур, що розміщувалися на листівках товариства в серпні-грудні 1914 р., були воєнні баталії на Сербському і Західному фронтах. Так, на вторгнення австро-угорської армії в Сербію редакція петербурзької газети «Вечірній час» відреагувала публікацією дошкульної карикатури «З австрійських телеграм: «Війна в Сербії перетвориться в просту каральну експедицію. Австрія задоволена», розміщеної на її шпальтах 12 серпня 1914 р. [1; 3]. Невдовзі цей малюнок з'явився на одній з листівок у назві «Після своєї «каральної» експедиції в Сербію Австрія отримала від сербів «повне задоволення». На малюнку сербський солдат копняком виганяє австрійців зі своєї землі, що відображало розвиток військових дійств на Сербському фронті в серпні 1914 р. [4].

Перебігу подій бельгійської кампанії присвячено графічний малюнок «Переправа Вільгельма через Бельгію» (Рис. 6), на якому висміяно наміри кайзера блискавично захопити бельгійський Льєж. Художник зобразив німецького кайзера переляканим вояком, який верхи на голові очманілого коня намагається форсувати річку Маас, коли його армія зникла у водах цієї річки, а на її поверхні плавають гостроверхі шоломи та перевернуті догори чоботи.



Рис. 6. Переправа Вільгельма через Бельгію / за рис. Барута. Київ : «Новь», 1914

Дотримання нейтралітету болгарським і румунським урядами художники висміяли в карикатурі «Фердинанд. Говорять, Карле, що ми порушуємо нейтралітет, пропускаючи німецьких офіцерів до Туреччини. Де? Коли?» (Рис. 7). На сатиричному малюнку зображено правителів двох балканських країн в образі велетнів, які через біноклі вдивляються у бік тих країн, яких вбачали своїми потенційними покровителями і союзниками: болгарський цар Фердинанд – у бік Німеччини, а румунський король – Росії; водночас через широко розставлені ноги обидва пропускають німецькі війська до Османської імперії.



**Рис. 7.** Фердинанд. Говорять, Карле, що ми порушуємо нейтралітет, пропускаючи німецьких офіцерів до Туреччини. Де? Коли? Київ : «Новь», 1914

Багаторічний конфлікт між двома балканськими країнами відображено на карикатурі «Мирні» відносини між Туреччиною та Грецією налагоджуються» Н. Юргенса, розміщеній під № 19 у третій серії поштівки видавництва «Новь». Водночас про участь Японії у воєнному конфлікті іронізував анонімний автор карикатури «Несподіваний флірт» між Францією та Японією» (Рис. 8).



**Рис. 8.** «Несподіваний флірт» між Францією та Японією. Київ : «Новь», 1914

Упродовж 1915–1916 рр. видавництво «Новь» видало такі поштівки: «Під скіпетром Російського Царя», «Дідусь захопився», «Лист на Батьківщину». Авторами цих малюнків були художники: А. Бруско, В. Беляков, М. Беляновський, А. Васильченко, Л. Годлевський, М. Никифоров, А. Приходько, Н. Толкунов, Г. Тростяновський, А. Суслов [4]. На поштівках цієї серії продовжували використовувати тему світової війни в патріотичному дусі. Так, на листівці «Під скіпетром Російського царя» в центрі зображення – російський воїн, якого з правого та лівого боків підтримують чоловіки в національних костюмах народів Російської імперії. Вони міцно тримають один одного за руки та плечі, а символом їх єдності перед спільним ворогом виступає гербове

зображення двоголового орла із розкритими крилами (Рис. 9). Адресний бік поштівки містить привітання з Різдвяними та Новорічними святами, яке, відповідно до поштового маркування, надіслане 24 грудня 1915 р. з міста Таро адресанту в село Муремцево Бергамаської волості [4].



Рис. 9. Під скіпетром Російського царя. Київ : «Новь», 1915

На малюнку з назвою «Дідусь захопився» (Рис. 10) іншої листівки, виданої не пізніше жовтня 1916 р., зображена родина – жінка з двома дітьми та літній чоловік, який навчає онука вправлятися іграшковими рушницею та шаблею у протистоянні з ворожими солдатиками, розставленими на підлозі вітальні. Відсутність батька, ймовірно, свідчить про його перебування на фронті. Відповідно до поштового маркування поштівка видана не пізніше жовтня 1916 р.



Рис. 10. Дідусь захопився. Київ : «Новь», 1916

Отже, в роки Першої світової війни поштові листівки були важливим каналом комунікації та мали велику популярність серед вояків російської армії та цивільного населення. Іконографія листівок товариства «Новь» 1914–1916 рр. тематично охоплювала кілька сюжетів: Вільгельм II – кровожерливий злодій і тиран із захмарними амбіціями; неорганізовані й слабкі армії противників (Німеччини та її союзників); результати військових компаній; відносини Берліна з країнами-союзниками, підтримка різними групами населення російської армії в цій війні. Відтак, тиражуючи сатиричні малюнки на бланках поштових листівок, які висміювали національні вади німців, Німеччини та її союзників, й водночас вихваляючи міць власної армії та народу, товариство робило свій посильний внесок у формування серед російського та українського населення «образу ворога» та «образу героя».

#### Список використаної літератури

1. Австрия удовлетворена. *Вечернее время*. 12 (25) авг. 1914. № 844. С. 3.
2. Гончаров Е. В. «Враг без совести и культуры»: формирование образа «варвара» на французских почтовых открытках периода Первой мировой войны. *Вестник Брянск. гос. ун-та*, 2008. № 4. С. 15–20.

3. Ковтун В., Монолатій І. Українські січові стрільці – лицарі рідного краю: Альбом-каталог. Коломия : Вік, 2007. 202 с.
4. Колекція поштових листівок сайту «Клуб Филокартиста». URL : <http://filokartist.net/catalog/showgroup.php?pid=403> (дата звернення: 15.11.2020).
5. Медяков А. С. «Война культур»: пропаганда на открытках Первой мировой войны. *Первая мировая война на почтовых открытках*. В 4-х т. Т. 4: Битва добра и зла / под ред. В.В. Крепоснова и А.С. Медякова. Киров-Вятка : Крепосновъ, 2014. 474 с.
6. Миронова Е. В. Образ Германии в русских пропагандистских открытках времен Первой мировой войны. *Историческая и социально-образовательная мысль*. Т. 10. № 3/2. 2018. С. 42–53.
7. Мозохина Н. А. Открытки Общины св. Евгении как художественный проект мастера объединения «Мир искусства». Проблемы истории и художественной практики : дис. ... канд. искусств.: 17.00.04. Москва, 2009. 366 с.
8. Нащокина М. В. Художественная открытка русского модерна. Москва : Изд-во Жираф, 2004. 472 с.
9. Питльована Л. Ю. Антибританська політична карикатура у Німеччині як засіб пропаганди у період Першої світової війни. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Держава та армія*. 2014. № 784. С. 76–84.
10. Радионова А. Открытка как феномен художественной культуры (на материале русской открытки конца XIX – начала XX в.) : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.04. Москва, 1995. 23 с.
11. Світова війна у поштових листівках 1914–1918 рр.: з колекції Івана Снігура / упоряд. С. Осачука. Чернівці : Зелена Буковина, 2008. 136 с.
12. Третьяков В. П. Открытые письма серебряного века. Санкт-Петербург : Славия, 2000. 368 с.
13. Цыкалов Д. Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны. *Вестник гос. ун-та*. Серия 4: История. 2012. № 1 (21). С. 85–90.

#### References

1. Avstriya udovletvorena. *Veчерnee vremya*. 12 (25) avgusta 1914. № 844. S. 3.
2. Goncharov Ye. V. «Vrag bez sovesti i kultury»: formirovanie obraza «varvara» na frantsuzkikh pochtovykh otkrytkakh perioda Pervoy mirovoy voyny. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2008. № 4. S. 15–20.
3. Kovtun V., Monolatiy I. Ukrainski sichovi striljci – lycari ridnogho kraju: Aljbom-katalogh. Kolomyja : Vik, 2007. 202 s.
4. Kolektsiia poshtovykh lystivok сайту «Klub Fylokartysta». URL: <http://filokartist.net/catalog/showgroup.php?pid=403> (data zvernennia: 15.10.2020).
5. Medyakov A. S. «Voyna kultur»: propaganda na otkrytkakh Pervoy mirovoy voyny. *Pervaya mirovaya voyna na pochtovykh otkrytkakh*. (v 4 t., T. 4: Bitva dobra i zla). Kirov-Vyatka: Kreposnov, 2014. 474 s.
6. Mironova Ye. V. Obraz Germanii v russkikh propandistskikh otkrytkakh vremen Pervoy mirovoy voyny. *Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl*, 2018. № 3/2. S. 42–53.
7. Mozokhina N. A. Otkrytki Obshchiny sv. Yevgenii kak khudozhestvennyy proekt mastera obedineniya «Mir iskusstva». *Problemy istorii i khudozhestvennoy praktiki* : dis. ... kand. iskusstvovedeniya: 17.00.04 / Moskva : 2009. 366 s.
8. Nashchokina M. V. Khudozhestvennaya otkrytka russkogo moderna. Moskva : Izdatelstvo Zhiraf, 2004. 472 s.
9. Osachuk S. (Uporiad.). Svitova viina u poshtovykh lystivkakh 1914 – 1918 rr.: z kolektsii Ivana Snihura. Chernivtsi: Zelena Bukovyna, 2008. 136 s.
10. Pytlovana L. Iu. Antybrytanska politychna karykatyra u Nimechchyni yak zasib propahandy u period Pershoi svitovoi viiny. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»*. *Derzhava ta armii*a, 2014. № 784. S. 76–84.
11. Radionova A. Otkrytka kak fenomen khudozhestvennoy kultury (na materiale russkoy otkrytki kontsa XIX – nachala XX v.) : avtoref. dis. ... kand. filosof. nauk : 09.00.04 / Moskva : 1995. 23 s.
12. Tretyakov V. P. Otkrytye pisma serebrenogo veka. Sankt-Peterburg : Slaviya, 2000. 368 s.
13. Tsykalov D. Eu. Karikatura kak orudie propagandy v period Pervoy mirovoy voyny. *Vestnik gosudarstvennogo universiteta*, 2012. № (21). S. 85–90.

#### ИКОНОГРАФИЯ ПОЧТОВЫХ ОТКРЫТОК КИЕВСКОГО ИЗДАТЕЛЬСТВА «НОВЬ» (1914–1916 гг.)

**Паур Ирина Васильевна** – кандидат исторических наук, доцент кафедры изобразительного, декоративно-прикладного искусства и реставрации произведений искусства, Каменец-Подольский национальный университет им. И. Огиенка, г. Каменец-Подольский

Проанализированы почтовые открытки киевского издательства «Новь» как иконографический источник событий Первой мировой войны. Рассмотрены образы, сюжеты и персонажи изображений размещенных на бланках почтовых отправлений, их символическое значение. Выяснено, что на протяжении 1914–1916 гг. они были основным средством коммуникации и эффективным способом информационной пропаганды. Прослежено эволюцию иконографии видов открыток издательства «Новь» от понятной для большинства неграмотного населения Российской империи юмористической карикатуры, что высмеивала немецкую армию, кайзера и его союзников, до использования рисунков патриотического содержания.

**Ключевые слова:** Первая мировая война, почтовая открытка, рисунки, киевское издательство «Новь», иконографический источник.



**ICONOGRAPHY OF POSTCARDS OF THE KIEV PUBLISHING HOUSE «NOV'» (1914–1916)**

**Paur Iryna** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of The Department of Fine and Decorative Art and Restoration, Kamianets-Podilskiy National Ivan Ohienko University, Kamianets-Podilskiy

The article analyzes postcards of the Kiev publishing house «Nov'» as an iconographic source of the events of the First World War. The images, plots and characters of images placed on mail delivery forms and their symbolic meaning are considered. It was found out that during 1914–1916 they were the main means of communication and an effective way of information propaganda. The evolution of the iconography of the views of postcards published by the publishing house «Nov'» is traced from the humorous vocabulary that is understandable to the majority of the illiterate population of the Russian Empire, which ridiculed the German army, the Kaiser and his allies to the use of patriotic drawings.

**Key words:** The First World War, postcard, drawings, Kiev publishing house «Nov'», iconographic source.

**UDC 7.04:655.3.066.32(477-25) «1914/1916»**

**ICONOGRAPHY OF POSTCARDS OF THE KIEV PUBLISHING HOUSE «NOV'» (1914–1916)**

**Paur Iryna** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of The Department of Fine and Decorative Art and Restoration, Kamianets-Podilskiy National Ivan Ohienko University, Kamianets-Podilskiy.

**The aim of this paper** to analyze the iconography of postcards of the Kiev publishing house «Nov'» (1914–1916) and determine their information potential as a visual source of the history of the First World War.

**Research methodology.** Achieving a certain goal and objectives led us to the use mainly general historical and source-research methods. Iconographic methods were used to determine the history of the origin of documentary post cards, to clarify the objects of the image, dating, authorship, the circumstances of creation, as well as to determine their authenticity. The Paleographic method is used to attribute an image object, determine its purpose, and so on.

**Results.** During the First World War, postcards were an important communication channel and were very popular among the soldiers of the Russian army and the civilian population. The iconography of the association Nov' (1914–1916) thematically covered several stories: William II – a bloodthirsty thief and tyrant with sky-high ambitions; unorganized and weak armies of opponents (Germany and its allies); the results of military companies; Berlin's relations with allied countries support for various population groups of the Russian army in this war. Therefore, by replicating satirical drawings on postcard forms that ridiculed the national vices of the Germans, Germany and its allies, and at the same time praising the power of its own army and people, the society made its contribution to the formation of the «image of the enemy» and «image of the hero» among the Russian and Ukrainian population.

**Novelty.** The information potential of postcards of the Kiev publishing house «Nov'» as an iconographic source of the history of the First World War is studied. Images, plots and characters of images placed on mail forms and their symbolic meaning are considered. It was found out that during 1914–1916 they were the main means of communication and an effective way of information propaganda.

**The practical significance** of the results obtained is determined by the emphasis of researchers on the need to understand postcards as one of the important iconographic sources of the late XIX – first half of the XX century.

**Key words:** The First World War, postcard, drawings, Kiev publishing house «Nov'», iconographic source.

Надійшла до редакції 2.10.2020 р.

**УДК 739.2[321:316.75](477) «1930»**

**ЮВЕЛІРНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ІДЕОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ РАДЯНСЬКОЇ ВЛАДИ 1930-Х РР.**

**Кухтій Оксана Степанівна** – аспірантка кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

<http://orcid.org/0000-0003-0407-4157>

DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpm.vi37.437>

[annavu@ukr.net](mailto:annavu@ukr.net)

Висвітлено основні тенденції розвитку ювелірної культури в УСРР-УРСР 30-х рр. XX ст. під кутом зору ідеологічної політики радянської влади. Показано, що відповідно до завдань більшовицької індустріалізації та колективізації тривало вилучення в населення ювелірних виробів і продуктів шляхом нерівнозначного обміну. Акцентовано увагу на діяльності об'єднання «Торгсин», що займалося золотовалютними махінаціями та скупкою цінностей в українського населення. Підкреслено, що робота контор мережі «Торгсин» суттєво уповільнила процес еволюції ювелірної галузі. Розкрито особливості функціонування Ювеліртorgу, що частково сприяло активізації ювелірної сфери через започаткування Київської ювелірно-годинникової та Одеської ювелірної фабрик. Зроблено