

СПОЖИВАННЯ В РАДЯНСЬКІЙ УКРАЇНІ У 1920-1930-х РОКАХ: МІЖ ІДЕОЛОГІЄЮ ТА ВИЖИВАННЯМ

На цю тему прочитала доповідь в НТШ д-р Ірина Скубій з Харкова. Відкрила вечір д-р Марта Дичок, привітавши присутніх і представивши гостю. Д-р Ірина Скубій захистила дисертацію на тему “Економіка і щоденне життя у період НЕПу” у Харківському університеті. Працює доцентом у Харківському технічному університеті. Отримала стипендію імені Петра Яцика при Торонтському університеті. Бере активну участь у конференціях, має чимало публікацій.

Д-р Скубій сказала, що процес споживання є постійним, незважаючи на тип суспільства. Вона розглядає споживання як спосіб пристосування та домінування. Якщо подивитися ширше на умови, до яких люди намагаються пристосуватися, то можна вийти на ширші перспективи дослідження економіки, соціальної історії суспільства, які залишаються прихованими за цифрами, діаграмами. Доповідачка зазначила, що її дослідницькою метою є подивитися на обличчя споживача, з'ясувати, яким був його образ, що рухало його споживчими мотивами і що обумовлювало його повсякденний вибір. Якщо досліджувати споживання як соціологічну категорію, то воно є свідченням соціального статусу особи. Споживання дозволяє побачити формування маскулінності і фемінності у радянському суспільстві. Д-р Скубій навела слова В. Підмогильного з його роману “Місто”, де хлопець, гуляючи вулицями великого міста, думав про те, що він нічого не може собі дозволити, - це відображає специфіку суспільства кінця 20-х років. Доповідачка сказала, що її дослідження найбільшою мірою стосується міського простору (село являє собою інше поле, якого вона торкатиметься лише побіжно). Дивлячись на картини життя, можна побачити типову радянську людину кінця 30-х років, різні обличчя споживачів. Д-р Скубій поділяє споживачів за професійною діяльністю (робітники, селяни/колгоспники, інтелігенція, партійна еліта), за місцем проживання (міщани, селяни), за гендерною ознакою (чоловіки, жінки), за віком (діти, працюючі, пенсіонери). Суспільство будувалося за ідеологічними настановами. Проблема дефіциту формувала споживача, не схильного до розкошів, побутовий аскетизм підтримувався ідеологічно.

У 30-х роках радянська економіка починає розвиватися активніше, розбудовується легка індустрія, з'являється промисловий прагматизм. Незважаючи на проголошення рівності у суспільстві, були елітні групи споживачів, як, наприклад, червоні директори, котрі користувалися послугами закритих кооперативів. Таким чином реальність розминалася з ідеологією. Типовими стали альтернативні практики споживання червоних директорів: прикріплення до мережі постачання іноземців, самопостачання, “спадок” від іноземців. Серед елітних товарів були рибні делікатеси, консерви, тютюн, сири, готовий одяг, спальна білизна.

Проблеми повсякденного життя призвели до появи нової лексики: дефіцит, норма, забірні книжка, черга, примусовий асортимент. Доповідачка показала газетну сторінку того часу, де висвітлювалася проблема черги. Ця проблема активно обговорювалася, але не вирішувалася. Черга – типова проблема радянського суспільства від 20-х до початку 90-х років. Постачання магазинів було погано налагоджено. Це породило ще один характерний вислів – затоварювання магазинів.

Велика увага у пресі приділялася образу жінки як споживачки. Естетичні поняття регулювалися державою. Красивим уважалося все, що служило пролетарським інтересам. У пресі висміювалися міщанські смаки жінок дворянського походження. Комуністичною ідеологією формувався образ нової радянської жінки. Пропаганда і реклама створювали нові споживчі портрети жінок. Натомість чоловік залишився майже відсутнім у публічному дискурсі споживання – поза увагою преси і реклами. Образ чоловіка як споживача не був монолітним. Дослідниця показала різні типи чоловіків-споживачів: робітники, партійні чиновники, викладачі, непмани, торгівельні службовці. Наприкінці 30-х років у пресі були спроби сформувавши рекламу, якими товарами слід користуватися чоловікам. Доповідачка показала світлину, на якій зображені робітники Харківського тракторного заводу у простому одязі.

Окремим розділом у темі споживання є діти. Видно, що держава намагалася сформувавши ідеали у підростаючого покоління. В радянському суспільстві наполягалося на тому, що дитинство було щасливим, але практики споживання показують, що це було далеко не так. Дитина як споживач є складним питанням дослідження. Ми не можемо сказати, наскільки діти є самостійними у виборі. Світ речей дитини можна побачити у журналах “Жовтень”, “Іграшка”. Звертає на себе увагу тенденція до мілітаризації дитинства: іграшки – солдатики, зброя, військова техніка – мали виховувати у дітей військові навички. Доповідачка показала стару світлину у газеті: кухар готує шоколадні бомбочки для жітей. Однак, іграшки були доступні не всім і навіть не всі родини передплачували дитячі журнали. У пресі давали поради, як самостійно зробити іграшки.

Д-р Скубій розповіла, де люди купували товари. Одним з місць були універсальні магазини – простори модерного споживання. У кінці 20-х років вони почали з’являтися у найбільших містах Радянського Союзу.

Доповідачка виділила окремо споживання в екстремальних умовах – у час Голодомору, зокрема, звернула увагу на матеріальні потреби людей, цінність речей в умовах голоду, речі як джерело виживання/спротиву. Голодомор привів до нових практик споживання й отримання товарів. У той час відбувалися активний обмін, циркуляція товарів, поїздки у міста, інші республіки. Золоті речі обмінювалися на продукти харчування. Люди намагалися пристосуватися до умов нового суспільства, вижити.

Після доповіді було обговорення.

Галина Костюк