

канд. іст. наук **Скубій І. В.**

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

ЧОЛОВІК-СПОЖИВАЧ У МІСЬКОМУ ПРОСТОРІ РАДЯНСЬКОЇ УКРАЇНИ В 1920-1930-ТІ РОКИ: ДО ПРОБЛЕМИ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ

Доба 1920–1930-х років розглядалася в історіографії як один із вирішальних етапів на шляху будівництва комунізму, характерними рисами і образами якого стали заводи-гіганти, п'ятирічки, електрифікація та модернізація. У той же час історія радянського суспільства зберегла багато знакових особливостей, з-поміж яких було споживання та повсякденні практики пов'язані з ним. Кардинальні зміни відбулися і у міському просторі, в якому з'явилися нові типи суспільних та житлових об'єктів, серед яких найбільш знаковими були універсальні магазини та квартири без кухонь. Дослідження цих питань в контексті гендерного підходу дозволяє побачити приховані «обличчя» споживачів всередині соціальних класів, робітників та селян, виявити взаємозв'язки між споживчими потребами, практиками та образами споживачів, які сформувалися під впливом радянської ідеології та пропаганди.

Метою даної наукової розвідки є спроба методологічного осмислення особливостей дослідження місця чоловіка-споживача у міському просторі радянської України в 1920–1930-ті роки. Необхідність такого підходу до вивчення українського суспільства полягає у тому, що маскулінність як наукова проблема є майже «білою плямою» в сучасній українській історичній науці, тоді як жіночі студії вже давно оформилися в окремий напрям та інституалізувалися. Успішні кроки вивчення жінки в радянському суспільстві відобразилися у тому, що дослідниками і дослідницями було з'ясовано особливості формування нової радянської жінки, жіночої моди, місце в суспільстві, роботі та побуті. Втім, попри ці досягнення у вивченні історії крізь призму гендерних відносин, залишився непоміченим чоловік, образ якого в умовах модернізації суспільства також набув кардинальних змін. До того ж в останні роки існує думка про кризу у вивченні маскулінності, що також актуалізує необхідність її конструювання як наукової проблеми в контексті радянологічних студій [1]. Попри існування поодиноких досліджень з історії споживання в міському

просторі [2], виникає потреба визначення місця в ньому і чоловіка.

На початку 1920-х років робітник, який мав гарний костюм та непорвані чоботи міг бути підданий критиці і звинувачений у прихильності «буржуазним» смакам. Причини цього полягали у тому, що для більшості з них це було розкішшю та недосяжним ідеалом. Говорячи про радянський одяг, Наталя Лебіна пропонує розглядати його як засіб «соціального примусу» [2]. У зв'язку з цим, аналізуючи значення чоловічого одягу у міському просторі радянського повсякдення, можемо побачити як соціальний примус конструював образ типового чоловіка: стриманість в одязі, пріоритет професійного вбрання, відсутність кардинальних змін у повсякденному вигляді та гоніння за модними тенденціями.

Разом з тим образ чоловіка-споживача не був монолітним, що є цілком очевидним, враховуючи диференціацію радянського суспільства та становище таких привілейованих груп, як, наприклад, партійної номенклатури. Свої власні практики споживання були також у тих професійних груп, які знаходилися ближче до виробництва або розподілу певних товарів, що було особливо помітно в умовах дефіциту. У зв'язку з цим ми не можемо говорити про гомогенність образу чоловіка як споживача, а радше про його типові риси. Загальновідомо, що таке становище було пов'язано з проблемою доступу до матеріальних ресурсів, дефіцитом, який був характерним символом радянського суспільства протягом всього часу його існування. Тобто у дослідженні може йти мова про абсолютні різні типи чоловіків-споживачів, які здебільшого були характерні для міського середовища: робітники, партійні чиновники, викладачі, непмани, торгівельні службовці, військові тощо.

Методологічною засадою даного дослідження є теорія культурної біографії речей Арджуна Аппадурі (Arjun Appadurai) [3, р. 3–63] та Ігоря Копитоффа (Igor Kopytoff) [4, р. 66–67], відповідно до якої соціальне життя речей слід розглядати як біографію людини, що у свою чергу дасть відповідь на питання про їх походження, тривалість існування, цінність тощо. Вивчаючи речі, як ключові об'єкти дослідження, варто також зрозуміти, як вони використовувалися, тобто які повсякденні практики були до них застосовані. Ольга Гурова, вивчаючи тривалість життя речей в радянському суспільстві, провела соціологічний аналіз повсякденних практик, що дозволило їй виявити такі, метою яких було збільшення віку речей [5]. Фактично, йдеться мова про існування особливого ставлення до матеріальних цінностей в радянському суспільстві. У зв'язку з цим перед

дослідником чоловічого споживання стоїть завдання виявлення ті аналізу предметів чоловічого побуту, їх походження, тривалості використання, цінності. Більше того, видається можливим та продуктивним здійснення порівняння характерних рис споживання чоловіків та жінок.

Цікавий погляд на світ матеріального пропонує Сергій Ушакін, який говорить про динамізуючу роль речей та матеріологію як напрям, який покликаний повернути речам «речевість» та «перетворити їх із пустих мушлей для смислів в “матерію фактів”» [6, с. 31]. Чоловічі товари також можна розглянути як своєрідні «мушлі», які формують споживання в межах радянського міського простору. Речі як частина культури у такий спосіб ставали носіями системи цінностей радянської людини. Фактично ж, наявність, дефіцит чи відсутність, як характерні риси будь-якого товару, сформували стиль життя «чоловіка радянського» та притаманні йому норми поведінки.

Таким чином, застосування гендерного підходу до вивчення матеріального життя українського суспільства в 1920-1930-ті роки дозволяє значно розширити методологічну базу такого дослідження. Увага до питань маскулінності у споживанні та міському просторі радянської України є важливою запорукою комплексного та зваженого наукового аналізу проблеми.

Література

1. Buchbinder David. Studying masculinities / David Buchbinder. – London-New York: Routhledge, 2013. – 202 p.
2. Скубій І. В. Споживання в радянському місті в 1920-1930-х роках: між ідеологією та повсякденністю / І. В. Скубій // Український історичний збірник. – 2017. – Вип. 21. – С. 230-239.
3. Лебина Н. Советская повседневность: нормы и аномалии. От военного коммунизма к большому стилю / Н. Лебина. – М. : Новое литературное обозрение, 2015. – 488 с.
4. Appadurai A. Introduction: Commodities and the politics of value / A. Appadurai // The Social Life of things. Commodities in Cultural Perspective. – Cambridge University Press, 1996. – P. 3-63.
5. Kopytoff Y. The cultural biography of things: commoditization as a process / Y. Kopytoff // The Social Life of things. Commodities in Cultural Perspective. – Cambridge University Press, 1996. – P. 66-67.
6. Гурова О. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья / О. Гурова // Неприкосновенный запас. – 2004. – №2(34). – С. 78 – 84.
7. Ушакин С. Динамизирующая вещь / С. Ушакин // Новое литературное обозрение. – 2013. – №2(120). – С. 29–34.