

СПОЖИВАННЯ В РАДЯНСЬКОМУ МІСТІ У 1920–1930-х РОКАХ: МІЖ ІДЕОЛОГІЄЮ ТА ПОВСЯКДЕННІСТЮ

У дослідженні розглядаються проблеми споживання в радянському місті у 1920–1930-х роках, які знаходилися на перетині ідеології та повсякденного життя. Звертається увага на типові риси споживання цього періоду, серед яких були дефіцит товарів, незадовільний асортимент та якість. Аналізуються місце держави в його регулюванні та ідеологічному впливі на споживача. Встановлено, що в умовах становлення тоталітарного ладу нові практики споживання містян стали формою пристосування і протистояння ідеологічним догмам.

Ключові слова: споживання, торгівля, повсякденне життя, ідеологія, дефіцит, асортимент, радянське місто.

Skubii I.V.

CONSUMPTION IN SOVIET CITY IN 1920–1930s: BETWEEN IDEOLOGY AND EVERYDAY LIFE

The article touches upon the issue of consumption in Soviet city in 1920–1930s, which was connected with ideology and everyday life. Special attention is paid to the theoretical concept of “consumption”, its understanding by communist ideologists and authorities as well. It is spoken about the typical features of the consumption practices of this period, especially shortage of goods, their bad assortment and quality. The place of state in regulation of the consumption and ideological influence on consumer is analyzed. It is discovered that mass consumption was directed on the attainment the collective progress, but not on the satisfying of the individual needs. It is studied the consumer basket of different social groups of Soviet cities. Much attention is given to the investigation of the transformation process of the urban space of the early Soviet society in the investigated period. The article gives detailed analysis of new spaces of Soviet consumption such as univermags and cooperatives. It was the univermags that became the “face” of Soviet retail trade and place of satisfying consumer’s demands. At the same time the Soviet authorities actively used the old spaces of consumption putting them to the system of state retail trade. It should be noted about those cities as Kharkiv, Dnipropetrovs’k, and Mykolaiiv that were better satisfied with goods than others Ukrainian urban centers. It is discovered that during 1920s the consumer was

* *Ірина Скубій* — асистент кафедри ЮНЕСКО «Філософії людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.

important figure in the system of retail trade, because of existed competition between state and private trade. It is stressed that some of the consumption problems from 1920–1930s became the chronic features of Soviet every day life in the next decades. At the same time Soviet authorities emphasized on temporality of difficulties in satisfying the people's needs. The author comes to conclusion that in the conditions of the formation of totalitarian regime the new consumption practices of town peoples became the important form of adaptation and confrontation to the ideological dogmas.

Keywords: *consumption, trade, everyday life, ideology, shortage, assortment, Soviet city.*

Історія радянського суспільства вже довгий час знаходиться в полі зору істориків, антропологів, економістів, політологів, яких цікавили і цікавлять питання про особливості державного устрою, функціонування економічної системи, проблеми індустріалізації та модернізації суспільства, становлення його культури, формування нової радянської людини, «Homo Sovieticus». Торгівля ж як одна із економічних сфер та проявів повсякдення зайняла особливе місце, ставши епіцентром гострих політико-економічних дискусій в перші роки радянської влади.

Сучасні дослідники прийшли до висновку, що вона, як і споживання, є не лише економічним процесом, в результаті якого гроші обмінюються на товар, а є також процесом соціалізації особистості¹. Очевидно, що роблячи вибір між тим або іншим товаром кожна людина в різні часи свідомо чи несвідомо осмислювала своє місце у конкретному суспільному середовищі. У ранньому радянському суспільстві, яке перебувало у процесі становлення кожна людина прагнула зайняти певну соціальну нішу, а споживання було одним із способів її набуття або відображення.

У свою чергу в контексті з'ясування особливостей становлення радянського суспільства важливим є дослідження механізмів конструювання радянської ідентичності, цінностей та норм суспільства, які утверджувалися через встановлення нових практик споживання. Поєднання вивчення економічного життя, ідеології та повсякдення людини дає можливість віднайти закономірності взаємоіснування публічного і приватного просторів радянського суспільства. Застосування концепту ідеології в контексті вивчення історії споживання передбачає дослідження ідеології як набору ключових дискурсів щодо ідей консюмеризму, ставлення до споживання, споживчих практик, які були представлені в радянському суспільстві в засобах масової інформації².

Отже, яким було споживання в межах радянського урбаністичного простору в 1920–1930-х роках? Які нові норми та практики були засвоєні радянською

¹ *Gurova Olga*. Ideology of Consumption in Soviet Union: From Asceticism to the Legitimizing of Consumer Goods // *Anthropology of East Europe Review*. — V. 24. — № 2. — Mar. 2006. — P. 2. Available at: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/aeer/article/view/237>

² *Hilton R. Marjorie*. Selling to the masses: retailing in Russia, 1880–1930. — Pittsburg, 2012. — P. 92.

людиною через систему споживання? Які механізми споживання функціонували в радянських містах? Які осередки споживання були чи набували поширення?

Відповіді на поставлені вище питання дозволяють дати нормативні документи радянських органів влади різного рівня, які регулювали сферу торгівлі та постачання, діловодна документація, листування між адміністративними, торговельними та постачальними установами³. Яскраве висвітлення державного курсу щодо задоволення потреб споживача відбувалося на сторінках періодики, яка оперативно реагувала на всі його трансформації⁴. В контексті вивчення норм споживання важливе значення має залучення статистичних матеріалів, які дають інформацію про кількість торговельних закладів, їхню мережу, норми розподілу товарів тощо⁵.

Хронологічно дослідження охоплює 1920–1930-ті роки. Необхідність вивчення такого тривалого періоду обумовлюється існуванням змін у державному курсі щодо споживання та споживанні зокрема, які відбулися протягом 1920-х і 1930-х років. У статті здійснюється спроба розкриття цієї еволюції / трансформації, що є можливим і зрозумілим шляхом порівняння певних особливостей впродовж обох десятиліть.

Розробка та прагнення осмислення споживання як теоретичної та практичної проблеми функціонування радянського суспільства бере початок з часу встановлення більшовицької влади. Очевидно, що детальне вивчення цього питання потребує спеціальної наукової розвідки, тому у контексті цієї роботи варто звернути увагу, на її розуміння сучасними дослідниками, зокрема таких як Шейли Фіцпатрік⁶, Олени Осокіної⁷, Ольги Гурової⁸, Ігора Орлова⁹, Марджері Хілтон¹⁰, навколо робіт яких склалося історіографічне поле щодо ключових проблем повсякденності і споживання в радянському суспільстві першої

³ Державний архів Харківської області (Держархів Харківської області, далі — ДАХО).

⁴ Див.: Комунист; Рабочий потребитель; Харьковский пролетарий.

⁵ Харківська округа: стат. щорічник 1928–29 року. — Х.: ЦСУ, Харківське окружне статистичне бюро, 1929. — 320 с., табл. III–XIX.

⁶ *Фицпатрик Ш.* Повседневный сталинизм. Социальная история Советской России в 30-е годы: город. — М.: РОССПЭН, 2008. — 336 с.

⁷ *Осокина Е.А.* За фасадом «сталинского изобилия». Распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации. 1927–1941 / 2-е изд. доп. — М., 2008. — 351 с.

⁸ *Гурова О.* Идеология потребления в советском обществе // Социологический журнал. — 2005. — № 4. — С. 117–131; *Она же.* Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью. — М.: Новое литературное обозрение, 2008. — 288 с.; *Eadem.* Ideology of Consumption in Soviet Union: From Asceticism to the Legitimizing of Consumer Goods // *Anthropology of East Europe Review*. — V. 24. — № 2. — Mar. 2006. Available at: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/aeer/article/view/237>

⁹ *Орлов И.Б.* Образ нэпмана в массовом сознании в 20-е гг.: мифы и реальность // Новый исторический вестник. — 2002. — № 1 (6). Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-nepmana-v-massovom-soznanii-20-h-gg-mify-i-realnost>

¹⁰ *Hilton R. Marjorie.* Selling to the masses: retailing in Russia, 1880–1930. — Pittsburg, 2012. — 344 p.

половини ХХ століття. У свою чергу це дослідження має на меті розглянути їх у більш вузькому контексті, на прикладі міст Української СРР, та в межах таких понять як ідеологія та повсякденне життя, оскільки творення радянського типу споживання відбувалося під впливом державного регулювання, а повсякденність радянської людини в цих умовах набула своїх особливих та типових рис. Обмеження географічних рамок дослідження міським простором є не випадковим, оскільки міське та сільське споживання досліджуваного періоду було дуже різним. В умовах індустріалізації та урбанізації 1920-1930-х років саме міський споживач відчув на собі великі зміни і змушений був сам змінюватися і пристосовуватися до нових умов радянської дійсності.

«Споживання» як дослідницька категорія та радянське суспільство з першого погляду можуть здаватися несумісними поняттями. Втім, поняття «товарний фетишизм» в наукову термінологію було введено саме одним із ідеологів комунізму Карлом Марксом під час дослідження процесу споживання в капіталістичному суспільстві. «Мікроанатомію» буржуазного ладу він пояснював через наявність товару, який має магичні властивості над споживачем. Відповідно до його концепції товарам приписувалися магичні властивості для збільшення попиту на них, а володіння ними в свою чергу підвищувало соціальний статус їхніх власників.

Для початку 1920-х років ще складно говорити про споживання та якісне задоволення потреб споживачів, що, очевидно, слід пояснювати труднощами післявоєнного та післяреволюційного часу, голодом 1921–1923 років. Наприклад, на початку 1920-х років стан забезпечення найнеобхіднішими продуктами харчування у студентів-робітників був таким, що вони ледве зводили кінці з кінцями незважаючи на те, що для них державою були передбачені спеціальні норми споживання¹¹. Врешті, попри численні економічні проблеми, відбувалося швидке становлення торгівельної мережі, з'являлися державні, кооперативні та приватні заклади, фактично, йшла гостра боротьба «за душу і тіло споживача»¹². Втім, у пресі, часто відзначалося, що службовці кооперативних магазинів зовсім не звертають належної уваги на споживачів¹³.

Неоднозначність їхнього становища у 1920-х роках пояснювалася також і тим, що в ці роки була поширена пропаганда «ідеології побутового аскетизму», як справедливо помітила Ольга Гурова, дослідниця радянського одягу та ідеології споживання. Так, високий рівень споживання був притаманний саме так званим «експлуаторським класам», що відображало їх психологію та ідеологічні цінності¹⁴. Радянська влада піддавала гострій та нещадній критиці споживачтво нового класу підприємців доби непу — «непманів», їх тягіння до товарів розкоші, у той час як в пресі водночас активно велася пропаганда

¹¹ Рябченко О. Студенти радянської України 1920–1930-х років: практики повсякденності та конфлікти ідентифікації. — Х.: ХНАМГ, 2012. — С. 308.

¹² ДАХО, ф. Р-44, оп. 1, спр. 19, арк. 202.

¹³ Там само, арк. 49.

¹⁴ Гурова О. Идеология потребления в советском обществе // Социологический журнал. — 2005. — № 4. — С. 119–120.

боротьби з «излишеством»^{*}. Споживання на душу населення в середовищі сімей торговців та власників промислових підприємств було в 2,5 рази більшим, ніж у робітничій сім'ї¹⁵.

У свою чергу нові економічні умови диктували нові стилі поведінки споживачів та інших учасників процесу споживання, зокрема, приватних торговців, працівників державних, кооперативних торговельних установ, ревізійно-контролюючих органів тощо. «Керівну і спрямовуючу» роль у формуванні нових цінностей у процесі споживання відіграла ідеологія, за допомогою якої створювалася нова радянська людина готова до самопожертви індивідуальних цілей в ім'я благополуччя суспільства. Саме тому масове споживання було спрямоване не на задоволення індивідуальних потреб, як це було в капіталістичних суспільствах, а на суспільний / колективний прогрес¹⁶. Ця особливість пояснює, чому поняття «дефіциту» та постійних обмежень норм споживання як промислових, так і продуктових товарів обумовлювалися владою як необхідний внесок у побудову соціалізму. У своїх виступах керівництво радянської держави звертало увагу на тимчасовість труднощів із забезпеченням товарами, які мають виключно економічне обґрунтування¹⁷. Втім, таке ставлення до проблем споживання було різним впродовж досліджуваного періоду, оскільки протягом 1920-х років державою здійснювалася активна кампанія з витіснення приватника з ринку, у тому числі й економічними методами. Тому для цього часу ще були характерні такі гасла «Не споживач для асортименту, а асортимент для споживача»¹⁸, «Споживач має знати ціни»¹⁹, «Споживач хоче знати якість продукції»²⁰. У свою чергу проблеми із забезпеченням товарами та іншими суспільними благами поступово ставали для радянської людини звичною нормою життя. Наприкінці 1927 р. В. Чубар, голова Раднаркому УССР, на X з'їзді КП(б)У це резюмував так: «... ми маємо прийняти певні заходи зі скорочення внутрішнього споживання»²¹. Нова роль речей вплинула на появу спеціальної лексики та викликала осмислення вже існуючої, пояснюючи особливості купівельних та торговельних практик (наприклад, «дефіцит», «норма», «блат»,

* *Излишество* (рос. мовою.) — перевищення необхідної норми, у тому числі зловживання у задоволенні потреб. В тексті мається на увазі боротьба з всілякими проявами надмірного, надлишкового споживання в радянському суспільстві, яка активно велася і пропагувалася владою. У результаті реалізованих пропагандистських кампаній у масовій свідомості був сформований негативний образ приватного підприємця — непмана.

¹⁵ Орлов И.Б. Образ непмана в массовом сознании в 20-е гг.: мифы и реальность // Новый исторический вестник. — 2002. — №1 (6). Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-nepmana-v-massovom-soznanii-20-h-gg-mify-i-realnost>

¹⁶ Hilton R. Marjorie. Selling to the masses: retailing in Russia... — P. 10.

¹⁷ Рабочий потребитель. — 1929. — 3 июня.

¹⁸ Харьковский пролетарий. — 1927. — 13 апреля.

¹⁹ Там же. — 1 апреля.

²⁰ Там же. — 2 апреля.

²¹ Комуніст. — 1927. — 1 грудня.

«забірна книжка», «черга», «примусовий асортимент») та вносячи відповідні зміни у повсякденну мову спілкування²².

Для доби 1930-х років, становлення сталінізму та нового державного курсу щодо споживання як такого, характерні були вже зовсім інші тенденції. Введення нової економічної політики, як і її заборона на початку 1930-х років, кардинально змінювало споживчі практики, споживання як таке, та змушували трансформуватися / пристосовуватися кожна людину. Тому дослідниця особливостей радянського розподілу Олена Осокіна пропонує застосовувати терміни «індустріальний прагматизм» і «індустріальний фетишизм», як такі, що безпосередньо пояснюють ієрархію державного постачання в роки індустріалізації та часи сталінізму²³.

Формування споживчих практик та радянського типу споживання як такого в умовах становлення сталінізму відбувалося у кожній з соціальних і професійних груп по-різному, оскільки засвоєння нових моделей поведінки залежало від того середовища, з якого походила, в якому жила, працювала конкретна людина. Автор однієї зі статей «Питань торгівлі» доречно відмітив особливість, що «споживання населення являється функцією багатьох величин», серед яких виділив 4 найбільш важливих фактори: купівельний фонд, рівень та співвідношення цін, культурно-побутові навички, наявність товарів на ринку²⁴. Так, очевидно, що різними були споживчі смаки та норми у робітника, партійного чиновника, інтелігенції, торговця, студента чи члена кооперативу. У свою чергу, відповідно різним був і рівень доступу до бажаних благ суспільства для кожного з них. В 1920–1930-ті роки певний товар міг бути доказом успішності його власника, і водночас ознакою його соціального статусу. Однією з можливостей отримання продуктів чи товарів в умовах їх закритого розподілу для міського населення з кінця 1920-х років було членство в робітничому кооперативі. Втім, такі забірні книжки могли отримати лише трудове населення міст. Державою також були встановлені норми споживання продуктів харчування. У 1929 р. члену Харківського центрального робітничого кооперативу на місяць видавалося 500 г гречки, 500 г пшона і по 200 г рису, макаронних виробів та манної крупи²⁵. Найвищі норми УСРР пріоритетного у всі часи продукту харчування — хліба — були визначені для робітників Донбасу і Криворіжжя, які працювали на підземних роботах, — не більше 800 г на особу²⁶. У такий спосіб «індустріальний прагматизм» став важливим елементом формування нової радянської системи постачання та споживання товарів. Здійснюючи у такий спосіб регулювання ринку в умовах згорання непу, радянська влада застосовувала методи прямого нормування повсякденності, втручалася безпосередньо у сферу приватного життя людини, формувала нові щоденні побутові та харчові звички.

²² *Фицпатрик Ш.* Повседневный сталинизм... — С. 52.

²³ *Осокина Е.А.* За фасадом «сталинского изобилия»... — С. 11.

²⁴ Вопросы торговли. — 1929. — № 14. — С. 100.

²⁵ Рабочий потребитель. — 1929. — 15 июня.

²⁶ *Мовчан О.* Товаропостачання і споживання робітників УСРР в 1920-ті рр. ... — С. 47.

З початку 1930-х років побутовий аскетизм так пропагований раніше владою було кардинально трансформовано відповідно до нового державного курсу. У червні 1931 р. Й. Сталін виступив з промовою, в якій звертав увагу радянського керівництва на необхідність задоволення матеріальних та культурних потреб робітників. У свою чергу такий підхід змушував переглянути та збільшити норми забезпечення товарами, що, на думку дослідників, можна розглядати вже як крок вперед в покращенні матеріального забезпечення робітничого населення та відходу від особистісного аскетизму²⁷.

Очевидно, що кожна з соціальних груп мала специфічні риси споживання та по-своєму засвоювала нові повсякденні норми. Так, порівнюючи характерні риси споживацьких смаків робітників та службовців, дослідники звернули увагу на те, що у пролетарів були більшими видатки на одяг, взуття, господарські речі, спиртні напої, тоді як представники різних установ мали зовсім інші пріоритети споживання — культурно-освітні потреби, лікування, засоби гігієни, житло, у той час як витрати на придбання продуктів харчування були приблизно однаковими²⁸. Розглянуті відмінності у формуванні споживчого кошику робітника і службовця 1920-х років обумовлювалися існуванням різних стилів життя, повсякденних звичок цих професійних груп, які свої індивідуальні потреби задовольняли по-різному.

Особлива увага в питаннях забезпечення споживчими товарами надавалася владою містам, оскільки вони були важливими центрами радянської модернізації, осередками нових купівельних практик. Їх соціально-економічне значення полягало у формуванні міського споживчого простору, який включав велику кількість як старих, так і нових, суто радянських, місць, в межах яких відбувалися процеси купівлі-продажу. Тому важливою умовою формування радянського типу споживання стало становлення нових центрів, або місць, задоволення індивідуальних потреб людини у необхідних товарах. В контексті дослідження трансформації міст в умовах індустріалізації та модернізації поява нового типу торгівельних та постачальних закладів якраз і була індикатором цих змін. В результаті здійсненої владою рекламної кампанії саме державні магазини та кооперативи, у тому числі ГУМи²⁹, ставали центрами, де споживачі реалізовували своє право на товари та якісне привітне обслуговування³⁰. У кожному з великих міст був відкритий центральний універмаг, який став обличчям соціалістичної торгівлі та зразком для наслідування як у сфері обслуговування, так і в наявності асортименту товарів. Формування простору радянської торгівлі було в свою чергу важливою умовою реалізації нової економічної політики та боротьби за ринок з приватними торговцями. Тому, наприклад, у Харкові у серпні 1922 р.

²⁷ *Gurova Olga*. Ideology of Consumption in Soviet Union: From Asceticism to the Legitimizing of Consumer Goods // *Anthropology of East Europe Review*. — V. 24. — № 2. — Mar. 2006. — P. 123–124.

²⁸ *Мовчан О.* Товаропостачання і споживання робітників УСРР в 1920-ті рр. ... — С. 39.

²⁹ *ГУМ* (рос. мовою) — аббревіатура рос. мовою «государственный универсальный магазин», укр. мовою «державний універсальний магазин».

³⁰ *Hilton R. Marjorie*. Selling to the masses: retailing in Russia... — P. 231.

вже нараховувалося 8 універсальних магазинів³¹. У масовій свідомості суспільства доби сталінізму ГУМи стали образами, які асоціювалися з достатком та максимальним задоволенням всіляких споживчих потреб. Втім, за декоративним фасадом пропаганди реклами, магазинних вивісок та агітаційних плакатів можна побачити багато проблем у системі радянського постачання³².

У той же час радянська влада активно використовувала й існуючі, або старі, простори торгівлі і споживання, серед яких були міські ринки. Зокрема, вагоме місце в житті Харкова відігравав Благовіщенський ринок, який також розглядався як один із найбільш сприятливих осередків селянської торгівлі, до якої також тяжів і міський покупець³³. Очевидно, що освоєння старих та облаштування нових міських просторів було для влади одним із пріоритетних завдань, оскільки у даному випадку це вже була і боротьба за ринок з приватником.

Водночас у межах радянського урбаністичного простору протягом 1920–1930-х років система споживання пройшла складну і непросту еволюцію. Так, наприклад, уже до кінця 1920-х років відбулося скорочення торгівельної мережі, що істотно вплинуло на якість товарного забезпечення та задоволення індивідуальних потреб суспільства. Якщо торгівельна мережа Харкова у 1924 р. становила 8344³⁴ заклади, то в умовах згорання непу в 1928 р. їх залишилося 6515³⁵. На початку 1920-х років придбати необхідні речі можна було в різних закладах торгівлі, починаючи від базару, закінчуючи кооперативом, а наприкінці 1930-х років міська карта центрів споживання включала лише універмаги, комерційні та спеціалізовані магазини державної власності. Погіршення продовольчого постачання в умовах закритого централізованого розподілу з кінця 1920-х років також відобразилося на загальному становищі радянських міст, пріоритетність у забезпеченні яких залежала від ознаки індустріальності. Найкраще серед українських міст були забезпечені хлібними, круп'яними товарами та продуктами птахівництва Харків, Дніпропетровськ, Миколаїв, далі йшли Київ та Одеса, а найгірша ситуація була в непромислових містах та містечках, де виконана норма складала лише 2/3³⁶. Втім, як свідчать дослідження, навіть у столичному Харкові існували проблеми з забезпеченням товарами, оскільки міська влада у категоричній формі вимагала від Наркомторгу покращити постачання, «враховуючи виключне значення Харкова як великого адміністративно-промислового центру»³⁷. Натомість проблема дефіцитності

³¹ ДАХО, ф.р. 203, оп. 1, спр. 543, арк. 78 зв.

³² Див.: *Осокина Е.А.* За фасадом «сталінського изобилия». Распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации.

³³ ДАХО, ф.р. 1384, оп. 1, спр. 37, арк. 18.

³⁴ ДАХО, ф.р. 845, оп. 3, спр. 269, арк. 14.

³⁵ Харківська округа: стат. щорічник 1928–29 року. — Х.: ЦСУ, Харківське окружне статистичне бюро, 1929. — С. 140–141.

³⁶ *Мовчан О.* Товаропостачання і споживання робітників УСРР в 1920-ті рр. ... — С. 51–52.

³⁷ ДАХО, ф.п. 5, оп. 1, спр. 52, арк. 201–202.

товарів, як свідчать дослідження, поступово трансформувалася у хронічну проблему радянського суспільства³⁸.

Таким чином, протягом 1920–1930-х років в радянському міському споживанні відбулися кардинальні зміни: від аскетизму до більш уважного ставлення до потреб робітничого населення, покращення умов його повсякденного життя. В умовах індустріалізації та урбанізації радянського простору владою була встановлена пріоритетність задоволення споживання робітників. Разом з тим у цей же час формувалися радянські практики споживання у представників інших соціальних і професійних груп. Ключовою рисою споживання у межах радянських міст була наявність як старого, так і нового простору, де відбувалися практики купівлі/продажу. Візцями радянського споживання стали ГУМи, які уособлювали в собі достаток та процвітання суспільства. Втім, встановлення норм, карткового розподілу поступово ставало характерною рисою прямого нормування повсякденного життя. В умовах становлення тоталітарного ладу нові практики споживання стали формою пристосування і протистояння ідеологічним догмам³⁹. Тобто, в середовищі радянського суспільства 1920–1930-х років осмислення процесу споживання пройшло через непростий період модернізації, соціальної трансформації, адаптуючись до змін в суспільно-економічному житті та ідеології.

REFERENCES

1. Gurova Olga (2005). *Ideology of Consumption in Soviet Union: From Asceticism to the Legitimizing of Consumer Goods*. *Anthropology of East Europe Review*, 24, 2, Mar. 2006. Available at: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/aeer/article/view/237> [in English].
2. Gurova, O. (2005). Ideologija potreblenija v sovetskom obshhestve. *Sociologicheskij zhurnal*, 4. 117–131. [in Russian].
3. Gurova, O. (2008). *Sovetskoe nizhnee bel'e: mezhdru ideologiej i povsednevnost'ju*. *Novoe literaturnoe obozrenie*. 288. [in Russian].
4. Hilton R. Marjorie (2012). *Selling to the masses: retailing in Russia, 1880–1930*. Pittsburg. 344. [in English].
5. Hoffman, L. David. (2003). *Stalinist values: the cultural norms of Soviet modernity, 1917–1941*. New York: Cornell University Press. 264.
6. Movchan, O. (2010). Tovaropostachannia i spozhyvannia robitnykiv USSR v 1920-ti rr. *Problemy istorii Ukrainy: fakty, sudzhennia poshuky*, 19 (1). 34–58. [in Ukrainian].
7. Orlov, I.B. (2002). Obraz njeptmana v massovom soznanii v 20-e gg.: mify i real'nost'. *Novyy istoricheskij vestnik*, 1 (6). Retrieved from.

³⁸ Скубії І.В. Дефіцит товарів в Харкові в умовах згорання торгівлі в роки непу // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. — 2015. — Вип. 42. — С. 54.

³⁹ Гурова О. Советское нижнее белье: между идеологией и повседневностью. — М.: Новое литературное обозрение, 2008. — С. 8.

<http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-nepmana-v-massovom-soznanii-20-h-gg-mify-i-realnost> [in Russian].

8. Osokina, E.A. (2008). *Za fasadom «stalinskogo izobilija». Raspredelenie i ryinok v snabzhenii naseleniya v gody industrializatsii. 1927–1941*, 2-e izd. dop. 351. [in Russian].
9. Riabchenko, O. (2012). *Studenty radianskoi Ukrainy 1920–1930-kh rokiv: praktyky povsiakdennosti ta konflikty identyfikatsii*. 456. [in Ukrainian].
10. Skubii, I.V. (2015). Defitsyt tovariv v Kharkovi v umovakh zghortannia torhivli v roky nepu. *Naukovi pratsi istorychnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, 42. 54–59. [in Ukrainian].
11. Fytspatryk, Sh. (2008). *Povsednevnyi stalynizm. Sotsyalnaia ystoria Sovetskoi Rossyy v 30-e hody: horod*. ROSSPEN, 336. [in Russian].
12. *Kharkivska okruha stat. shchorichnyk 1928–29 roku (1929)*. Kh., TsSU, Kharkivske okruzhne statystychno biuro, 1929. 320, tabl. III. [in Ukrainian].
13. *Voprosy torgovli*. Moskva. [in Russian].
14. *Komunist*. Kharkiv. [in Ukrainian].
15. *Rabochiy potrebitel*. Harkov. [in Russian].
16. *Kharkovskiy proletariy*. Harkov. [in Russian].

Дата надходження до редакції: 12.03.2016.