

Трузера и крабы для советского потребителя: будни подпольного капитализма фарцовщиков ¹

Происхождение понятия «фарца» доподлинно установить трудно. Как полагают некоторые собиратели современного городского фольклора, оно восходит к старому одесскому слову «форец», означавшему «человека, который много говорит и своим красноречием сбивает цену, скупает товар по дешевке и тут же рядом продает его втридорога» [Одесский словарь, 2004]. Обладая общими чертами с практикой нелегальной торговли, феномен фарцы характеризуется и своими социокультурными особенностями, занимая особое место в социальной истории советского общества 1970–1980-х годов.

Старинное значение слова указывает на весьма узнаваемые характеристики торговых отношений (убедить покупателя в высоком качестве товара, который следует продать с извлечением максимальной выгоды для торговца). Как социально-экономическое явление фарца представляет собой разновидность такой теневой экономической практики, укорененной в советской истории, как спекуляция. Обладая общими чертами с практикой нелегальной торговли, фарца в то же время весьма специфична, ведь она – плоть от плоти породившего ее исторического момента. Словом «фарца» с конца 1950-х годов называли как саму практику, так и промышленлявшую этим делом группу людей, а ее представителей – фарцовщиками, то есть неформальными торговцами, специализировавшимися в основном на ширпотребе (как правило, импортном), покупая товары у иностранцев и перепродавая их по завышенным в несколько раз ценам. В этой статье мы рассмотрим основные черты социально-экономического контекста, породившего феномен фарцы, структуру и культурные особенности этой группы, характер отношения к фарцовщикам в советском обществе 70–80-х годов и некоторые последствия для последующего развития предпринимательства.

¹ Сокращенный вариант статьи опубликован: [Романов, Ярская-Смирнова, 2005].

Диссиденты от экономики

Вопрос о предпосылках бума мелкого предпринимательства в обществе, где на протяжении многих лет любая негосударственная активность в этой сфере подвергалась репрессиям [Kurkchiyan, 2000], выводит нас на исторические и культурные контексты социалистической экономики, формат которой продолжает оказывать влияние на переходные процессы и в постсоциалистическом обществе [Романов, Суворова, 2003]. Постоянный дефицит повседневных товаров и распределение при помощи неформальных связей и теневых рынков – неотъемлемые черты, которые приобрела советская экономика с переходом к центральному планированию в конце 1920-х годов. Успехи страны оценивались в тоннах чугуна и стали, а производство потребительских товаров становилось приоритетным лишь в редкие моменты истории СССР. Важнейшим фактором был постоянный дефицит товаров повседневного спроса, распределение при помощи неформальных связей и теневых рынков [Verdery, 1993]. Дефицит, по свидетельству историка советской эпохи Шейлы Фицпатрик, был «центральным фактом экономической и повседневной жизни» [Фицпатрик, 2001. С. 54]. И если для номенклатурных чиновников существовали особые официальные каналы получения товаров и услуг, то для большинства граждан оставалось уповать на неформальную сеть родственников, друзей и знакомых.

Когда американская исследовательница советской повседневности Нэнси Рис в 1989 году поселилась в Москве, она вскоре «почувствовала себя участницей кружка, члены которого, делая покупки для своих семей, заодно покупали или присматривали что-то, что, по их мнению, могло пригодиться друзьям и знакомым». Эти отношения обмена, говорит Рис, по большей части уже такие давние, что люди даже не отдают себе отчета в существовании такой модели взаимодействия. И хотя «такая взаимопомощь характеризует родственные и дружеские отношения в большинстве индустриальных обществ, но в России (и во всем коммунистическом мире) масштаб зависимости уровня жизни от системы подобных обменов особенно впечатляющ» [Рис, 2005. С. 36].

Помимо практики неформальных обменов, еще со сталинской эпохи для советских граждан открылось неофициальное распределение, черный рынок, роль которого стремительно возрастала. «Вторая экономика», став преемницей частного сектора 1920-х годов, расцвела буйным цветом, и хотя острота дефицита в середине 1930-х была несколько смягчена развитием легкой промышленности, но реальные доходы граждан не росли, и поэтому товары оставались по-прежнему недоступными [Фицпатрик, 2001. С. 73, 74].

Иная ситуация сложилась в стране в период правления Хрущева, который в 1959 году на XXI съезде КПСС выдвинул одну из своих знаменитых авантюрных идей – догнать и перегнать Америку по промышленному и сельскохозяйственному производству на душу населения к 1970 году. В 60-е годы быстрый рост объемов производства товаров массового потребления впервые достиг таких масштабов, что позволил относительно насытить потребительский рынок. Одновременно с этим советское правительство, взяв политический курс на «повышение благосостояния народа», предприняло усилия для роста денежных доходов населения, достижения «социальной однородности общества» через искусственное «подтягивание» низкооплачиваемых слоев к среднему уровню заработной платы [Соколов, Тяжелников, 1999]. Произошла настоящая потребительская революция.

Однако СССР не мог сконцентрировать все ресурсы на повышении благосостояния народа, вкладывая значительные ресурсы в гонку вооружений и освоение космоса, в сельское хозяйство и электронику, жилищное строительство. Рынок потребительских товаров отличался бедным выбором и слабым дизайном моделей, предназначенных для массовой продажи, и не успевал за ростом платежеспособности и формирующейся новой потребительской культурой населения. Эти факторы уже к концу 1960-х годов вызвали спрос на модные, особенно импортные, «привозные» джинсы, дубленки, шляпы, кофточки, косметику, а также музыкальные записи, позднее – видеофильмы и технику. Некоторые франты гонялись за галстуками редкой расцветки, особого покроя костюмами и шляпами. Но в мага-

зинах они не продавались. Их, а также дефицитные услуги, например, частных портных, можно было приобрести на «черном рынке», существовавшем в больших городах. Поэт Евгений Рейн вспоминает свой наряд 1956 года: «роскошная черная шляпа типа "барсалино" из тонкого фетра <...>, американское пальто пиджачного типа с карманом на груди...» [Поэт... 1999]. Что-то покупали у фарцы, что-то шили у гениальных частных портных. Существовала и «книжная фарца», торговавшая книгами Хемингуэя, Шоу, Брехта, Золя, только «с рук» можно было купить билеты в театры и некоторые крупные музеи.

Позже, в годы перестройки, дефицит товаров лишь усилился, что обусловило дальнейший рост теневой предпринимательской активности. К концу 1980-х годов в Москве обувь и одежду покупали у них 63 % опрошенных, 12 % – продовольственные товары, 13 % – спорттовары, 26 % – стройматериалы [Улыбин, 1991. С. 18]. Опыт «доставания» по неформальным каналам чего-то необходимого или желанного накапливался десятилетиями, откладываясь в социальном капитале семей и поколений советских людей. Еще в сталинскую эпоху у спекулянтов покупали продукты и одежду, доставали «...железнодорожный билет, путевку в дом отдыха "по благу", просто одни чаще прибегали к услугам "второй экономики" и лучше умели делать это, чем другие» [Фицпатрик, 2001. С. 74–75]. Несбалансированная и неповоротливая плановая экономика де-юре отрицала, а де-факто создавала условия для спекулянтов и перекупщиков, при этом партийно-государственный аппарат и дельцы теневой экономики дополняли друг друга и зачастую открыто обменивались услугами [Волошина, Быкова, 2001].

ТРЕТИЙ УРОВЕНЬ ЗАГОЛОВКА *Агенты поля фарцы*

Среди тех, кто был участником теневого рынка товаров и услуг, были разные категории граждан – продавцы, поставщики товара, посредники, покупатели, контролирующие и карательные органы, создававшие атмосферу репрессий вокруг теневой торговли. Фарцовщики являлись наиболее молодой по составу группой теневиков: их возраст, как правило, колебался

между 20 и 35 годами. Многие из них оказывались агентами черного рынка, будучи студентами, а после окончания вуза некоторые продолжали свой бизнес. Студенты являлись особой категорией распространителей, так как имели достаточно свободный режим передвижения, относительно дешевый билет до столицы (в основном товар шел из Москвы), знали потребности ближайшего окружения и «работали» на заказ: *«Я училась, мы поехали с девчонками в Москву отовариваться в 1969 году»* (интервью 6)¹.

Отдельные категории продавцов выполняли на теневом рынке различные функции и занимали разные позиции в структуре этой группы. Среди саратовских спекулянтов были и те, кто соединяли в одном лице и поставщиков, и распространителей товаров, например те, у кого были *«в Москве родственники. Вот Татьяна Семеновна поедет, недельку живет. Заказы примет, знает, что людям надо – купит. Только, чтобы оправдать дорогу, надо себе что-то в карманчик положить»* (интервью 6). Другие участники черного рынка были звеньями цепочки «крупные поставщики + сеть распространителей». Поставщики находили и приобретали крупные партии товаров (вещи, одежда, техника) и продавали их более мелким распространителям, которые сбывали товар по своим каналам:

ЦИТАТА Мы старались всегда, чтобы на базаре нас не было. Мы не стояли. Кто у нас брал, они, да. Они там стояли. Мы им привозили это все. Были определенные люди, которые приходили, отбирали. Все, мы уже в этом не участвовали. Наше дело было найти, привезти (интервью 5).

Продавали все что угодно, но большинство из тех, кто систематически занимался сбытом товаров, были людьми, специализировавшимися на определенном ассортименте: *«Фарцовщик торговал качественными вещами, у него была как бы специализация. Например, спортивная обувь, джинсы, компакт-диски или аппаратура»* (интервью 5).

¹ Интервью с бывшими продавцами и распространителями дефицитных товаров были проведены в 2002 году М. Суворовой в рамках проекта «Фарцовщик: враг, потребительский герой или предвестник социальных изменений? Исследование репрессий в отношении предпринимателей в СССР 1970–80-х гг.» при поддержке фонда Бёлля. См.: [Романов, Суворова, 2003].

В условиях доминирующей плановой экономики фарцовщики ориентировались на рыночные механизмы, где спрос рождает предложение. И хотя многие жители города стыдились и гнушались обращаться к спекулянтам, многие саратовцы по разным причинам хоть раз в жизни, но пользовались возможностью купить вещи вне системы государственной торговли. В основном этом были студенты, а также дети из обеспеченных семей, чьи потребительские стили требовали постоянного обновления гардероба, следования моде: *«вот именно дети боссов, больших боссов. У них всегда были деньги. Деньги есть, а купить нечего – возникает спрос. Рождается предложение, начинаешь его прорабатывать»* (интервью 5).

Другая группа – представители региональной элиты, в том числе политической, которые, несмотря на имеющиеся ресурсы, знакомства и связи, все же за некоторыми товарами вынуждены были обращаться к агентам спекуляции. Были и другие категории граждан, которые не удовлетворялись общедоступными массовыми товарами и стремились к индивидуализации собственного стиля, ориентируясь на образцы престижного потребления.

Для фарцовщиков одной из основных проблем был поиск товаров. Фарца доставала свой товар у приезжающих в Советский Союз иностранцев или через проводников поездов, стюардесс, которые могли привозить что-то импортное или отечественное, но модное и редкое; ездили по стране и сами. Для тех, чья работа была связана с дальними командировками, открывались особые перспективы: *«На Дальнем Востоке – вы приедете, привезете что-нибудь, [и] если у вас такое желание или склонность продать – вы продадите. А если эта склонность вошла в жизнь, значит, вы начинаете заниматься этим бизнесом»* (интервью 4). Другие прорабатывали маршруты, пользуясь разрозненными сведениями о возможностях: *«Брали вот так карту [страны], наводили справки, откуда можно привезти товар»* (интервью 5).

Бесперебойных поставок в условиях дефицита добиться непросто, и многим из торговцев приходилось с одного товара переходить на другой, пользоваться любым случаем, ограничиваться случайно найденными ре-

сурсами. Наиболее интересными объектами, с точки зрения поиска, в то время были другие регионы СССР, те, в которых уровень снабжения был выше. Вот как говорят об этом респонденты: *«Москва – централизованный город. Там все можно было найти, только нужно постоять [в очереди]. В регионах не было ничего этого... [Другое дело] Прибалтика, Западная Украина, Грузия»* (интервью 1).

Среди фарцовщиков были разные по достатку и аппетитам: одни привозили знакомым вещи из «Березки» (чеки для магазина «Березка» в Москве были у тех, кто ездил за границу работать или в качестве туриста), набавляя себе «на чай» лишь некоторую часть от стоимости товара. Другие накручивали цены в несколько раз. Плановая экономика регионально была жестко дифференцирована; в провинциальных, не портовых и не приграничных городах списки дефицитных товаров были куда длиннее, чем в Москве, Ленинграде или Одессе. Люди ездили в крупные города и приграничные регионы, где снабжение было лучше, за покупками не только для себя, но и с целью последующей перепродажи дефицитного товара у себя дома. Но эти люди промышляли по мелочам, а более крупные спекулянты, имея связи с директорами магазинов и складскими работниками, забирали крупные партии с черного хода, особенно в конце месяца, когда для выполнения плана товар выбрасывали на прилавки.

Фарцовщики-профессионалы могли лишь числиться где-то на работе, но вести только торговые дела. Среди участников теневого рынка товаров и услуг были разные категории – продавцы, поставщики товара, посредники, покупатели, контролирующие и карательные органы [Романов, Суворова, 2003], а также иностранцы. В Ленинграде иностранцы начали появляться в конце 1950-х годов, главным образом это были финны, которые,

ЦИТАТА проклиная сухой закон в Финляндии, автобусами приезжали в Ленинград на гулянки. У них тайно покупали вещи, и вскоре образовалась целая система устойчивых торговых связей. Началась героическая эпоха «фарцовки», которая создала и свою элиту и свою шудру. Были люди, готовые скупать старые носки и сношенное белье, лишь бы носить ино-

странную вещь, были «аристократы», делавшие особые заказы [Поэт... 1999].

Начавшись в 1970–1980-х годах, международный туризм советских граждан открыл канал притока импортных товаров. Этот канал, впрочем, был ограничен рамками СССР, Восточной Европы и странами социалистической ориентации – Сирией, Кубой. В рамках существовавшего тогда законодательства советские туристы старались «оправдать поездку», провозя подчас значительные объемы потребительских товаров, возвращаясь из заграницы, «...в Венгрии все покупали хрусталь» (интервью 3). Эти практики были провозвестниками бума челночной торговли, последовавшего за перестройкой в СНГ в 1990-х годах [Shuttle, 1998]. Особого упоминания заслуживают поиски контрабандных товаров из отдельных регионов с сильными трансграничными связями (например, приграничные районы Туркменистана): «Иран рядом с туркменской границей. Вот мы на этой границе приобретали. Там большие бабки зашибали» (интервью 5).

Часть товара для теневой торговли поставляли мелкотоварные надомники и «цеховики», имевшие подпольные мастерские, где из импортных материалов фабриковали «фирму» с фальшивыми ярлыками – одежду, головные уборы, музыкальные записи... Как правило, ремесленники сами продавали свою продукцию – одежду, головные уборы, музыкальные записи. Портняжное дело было довольно распространено, на него правоохранительные органы смотрели сквозь пальцы: «Я имела возможность подработать, а моей зарплате мне явно не хватало. Ну, эта деятельность была связана с тем, что я все время шила» (интервью 3).

Теневые экономические отношения носили системный характер, заполняя собой уродливые перекосы плановой экономики, «но поскольку не вписывались в идеологические представления о периоде "развитого социализма", то носили "невидимый" характер и под влиянием этого приобретали заведомо деформированные, а зачастую криминальные формы» [Соколов, Тяжелников, 1990]. И между пропагандистской критикой спекулян-

тов и отношениями, складывающимися с покупателями, существовал ощутимый зазор.

Скромное обаяние фарцы

Образ фарцовщика рисовался в разнообразных тонах – одним он представлялся носителем современных веяний моды, каналом получения редких музыкальных записей, книг или одежды, собутыльником, партнером по бизнесу или однокурсником. Писатель Валентин Воробьев вспоминает об одном из знакомых фарцовщиков:

ЦИТАТА Он элегантно одевался, у него был совсем не советский вид, скорее американца или европейца – красивый галстук, пальто, брюки, костюм, который он шил сам, но по американским чертежам [см.: Алексеев, 2005].

Такой ловкач умел заработать и при этом не попасться на глаза родителям или «органам»: «он, Ворон, парень не промах! Не жалконький студентшко на стипендии! Он тугрики зарабатывать умеет – фарцой. Ясный пень, негласно – даже бабуля не знает, не говоря уже о родителях, которые на Кубе» [Зайкина, 2005]. Писатель Василий Аксенов в романе 1979 года называл фарцовщиков изгоями монолитного советского коллектива, отважными стихийными бунтарями против тоталитарности [Аксенов, 1990]. Бум фарцы совпал во времени с появлением хиппи в СССР, и эти «движения» были схожими в их попытках копировать внешнюю сторону западной легкой жизни: стильность, рок, джинсы, путешествия, свободный секс и наркотики. Очень часто это были дети весьма обеспеченных советских чиновников; среди «хиппов» той эпохи встречались фарцовщики или музыканты [Письмо... 2002].

Для обеспеченных людей спекулянты представляли полезный элемент неформальной сети:

ЦИТАТА ...Нельзя же натянуть на себя все джинсы, которые тебе привозят. Или книжки: не солить же четыре тома «Архипелага ГУЛАГа» –

продать надо! Надо было как-то от добра избавляться, тогда появлялись фарцовщики, которые у тебя всегда это брали. К тебе приходит торговец, профессионал – психиатр Валька Райков или сын автора «Чапаева» Сашка Васильев, – берет книги, дает тебе деньги, несет, загоняет втрое [Алексеев, 2005].

Другие же видели фарцу аморальным элементом тлетворного влияния Запада. Представлявшие своим внешним видом и поведением буржуазный образ жизни, фарцовщики, которых породила дефектная система распределения, попадали в эпицентр накала социальных страстей. Люди были поставлены в неравные условия доступа к предметам потребления, и денег на покупку вещей или музыки у фарцы хватало далеко не у всех. Жизнь фарцовщиков быстро улучшалась, особенно в сравнении с рабочими и интеллигенцией, жившими «на одну зарплату» [Волошина, Быкова, 2001]. Поэтому продавцы дефицитного товара становились для многих классовыми врагами, бездуховными и бездушными воротилами, которые еще и способствовали развалу советской системы, подтачивая ее изнутри, влияя на потребительские и жизненные стили.

Модный и обеспеченный вид фарцовщиков выступал наглядной агитацией, личным примером того,

ЦИТАТА ...как круто иметь модные шмотки, магнитофоны и кассеты. За ними табунами ходили отвязные девчонки, и тогдашние лохи частенько завидовали успеху и победоносности шмот-арсенала «фарцы». Мало-помалу некоторые тоже покупались, сверстав «сословие» «новых русских», и прослойку мелких подражателей типа «челноков», коммерсантов, рекламных и прочих агентов – курьеров-разносчиков – из бывших ботаников, инженеров и эмэнэсов, [чье] бездумное равнение на Запад привело державу к развалу и катастрофе [Плотников, 2003].

«Фарцовщики и торгаши» попадали в массовом сознании в один ряд с «коммуняками с их дачами и привилегиями», говоря словами персонажа повести Вячеслава Усова [Усов, 2003].

Негативные репрезентации в средствах массовой информации, поддерживавшие общий курс партии, региональные кампании по искоренению нетрудовых доходов давали всходы в массовом сознании. Практически все респонденты утверждают, что к фарцовщикам и спекулянтам

ЦИТАТА с осуждением относились. Мне там говорили, у меня тетка что узнает, или мать и: «Ой, да ты че, че родня скажет, да ты что делаешь? ... Мотив – спекуляция... Пропаганда. Они же не могли кричать на партию непосредственно. Не понимали люди, от чего это все идет. Почему дефицит такой. Они считали, что это все скупают спекулянты, перепродают (интервью 1).

Враждебность окружающих проявлялась различным образом: *«могли на тебя заявить, и прийти, и наложить штраф там или еще что-то... По крайней мере, с осуждением они относились»* (интервью 3).

Вообще, в СССР крайне прочно утвердилась спекуляция, но утвердилось и ее моральное осуждение, что, по мнению Ш. Фицпатрик, может быть объяснено марксистской идеологией, но имеет под собой и национальные русские корни [Фицпатрик, 2001. С. 75]. В своей книге о повседневной городской жизни в сталинскую эпоху она делает краткое замечание относительно самооправдания той «постыдной деятельности», которая, по словам самих спекулянтов, осуществлялась против их совести, в условиях крайней нужды. В 1970–1980-е годы мотивы фарцовщиков и спекулянтов, помимо рациональных объяснений, обогащаются такими аргументами: помощь людям; не дающая покоя жилка авантюризма, желание выделиться из «серой массы»: *«Мы непосредственно давали возможность одеться другим людям»* (интервью 1); об этом философствует персонаж рассказа Сергея Довлатова фарцовщик Фред:

ЦИТАТА Наша жизнь – лишь песчинка в равнодушном океане бесконечности. Так попытаемся хотя бы данный миг не омрачать унынием и скукой! Попытаемся оставить царапину на земной коре. А ляжку пусть тянет человеческий середняк. Все равно он не совершает подвигов. И даже не совершает преступлений... [Довлатов, 2006].

Основное занятие большинства из тех, кого называли фарцовщиками, спекулянтами, заключалось в покупке через имеющих «блат» знакомых дефицитных товаров, которые в СССР у простого гражданина не было возможности приобрести или за которыми необходимо было выстаивать огромные очереди. Эти товары перепродавались из-под полы, в подворотнях, подвалах, на съемных квартирах через знакомых обычным российским гражданам. Кроме импорта, реализовывалась и отечественная продукция, создаваемая в подпольных цехах. Они рисковали, так как их деятельность могла повлечь за собой административную, и даже уголовную, ответственность.

Участвуя в запретных сделках, фарцовщики постоянно испытывали опасения за свою безопасность, предпринимая различные формы конспирации, скрывались от милиции и ОБХСС, хотя некоторые из них и сотрудничали с органами. Все это определяло различные формы конспирации и ухода от контроля. Например, весьма распространенной была торговля, когда вещи «развозили по домам» среди надежного круга проверенных лиц:

ЦИТАТА Соседям продавал. Соседям ведь дорого не продашь. Некоторые даже обижались, что им не хватало. Да, вот так и говорили: «Ну, не хватило». Хорошо было, когда соседи раскупали, потому что на базаре не надо было стоять. Все свои (интервью 2).

В другом случае действовали более широкие сети знакомств, когда распространители искали клиентов на предприятиях, в студенческих аудиториях: *«поступил на вечернее в Политех. В институте уже как бы руки были развязаны»* (интервью 5). Продавали вещи знакомым и их знакомым, надежным людям из своей среды, при этом товар расходился достаточно быстро. Неформальные рынки имеют сетевую социальную природу, когда превалирует «интенсивно-личностный» характер транзакций [Eder, Hozic, 2002], то есть определяемый личными отношениями покупателей и продавцов (в отличие от формально-ролевых взаимоотношений). Эта характе-

ристика неформального рынка оказывалась вдвойне актуальной в атмосфере советского морального осуждения.

Наиболее рискованной считалась торговля из-под полы на полуподпольных уличных рынках, которые считались опасными и аморальными местами во всех бывших коммунистических странах, где «такая спекулятивная деятельность порицалась многие годы как "паразитическая" и все еще считается аморальной» [Sik, Wallace, 1999]. Места, где можно было приобрести нужный товар, были известны. В Ленинграде это был

ЦИТАТА Участок Невского проспекта от угла Садовой до Московского вокзала, где располагались кинотеатры «Аврора», «Октябрь», «Титан», «Художественный», молодежь называла тогда «Брод» или «Бродвей». С семи вечера начиналось всеобщее фланирование по «Броду». Там как раз прогуливалась фарца, демонстрируя наряды. Можно было купить одежду прямо с фарцовщика или просто с ним договориться. Обычно в сквериках на Невском сидела фарцовая прислуга, охраняя сумки с барахлом. Конечно, «фарца» вела торговлю и в ресторанах, на той же «Крыше». За особую цену принимались специальные заказы на конкретные вещи. Это уже было дорого [Поэт... 1999].

В Саратове практически каждый знал те места, где можно было купить дефицитные вещи: перекресток улиц Чапаева и Ленина, клубы меломанов и филателистов, парк Липки, у Торгового центра, на «Шарике», клуб им. Клары Цеткин, районы стадиона «Локомотив», Крытого рынка. Бойким местом считался Студенческий рынок на территории СГУ. Как более или менее легальное прикрытие сбыта дефицитных товаров часто использовались комиссионные магазины. Хотя они и создавались для продажи поношенной одежды и подержанных вещей, но там могли выставлять и новые вещи по договорным ценам. Среди наших собеседников были те, кто хорошо знал о возможности договориться с торговыми работниками о продаже вещей: *«Были там раньше – ходили по магазинам, по заведующим»* (интервью 1). Иногда между магазинами и мелкими производителями возникали специальные договоренности о постоянных поставках: *«Бы-*

ло много комиссионных магазинов. Сшитые портнихами платья комиссионный магазин выставлял на продажу» (интервью 3).

МВД и КГБ «охотились» на фарцовщиков, как на уголовников, а относились к ним даже хуже, ведь «фарцовщики были чужие, чуждые, а уголовники – свои, понятные, близкие» [Ухов, 2002]. Ян Рокотов и Владислав Файбишенко – известные московские фарцовщики-валютчики – были расстреляны в 1961 году по настоянию Хрущева, – «чтоб другим неповадно было» [См. письма отца, матери и самого Рокотова с прошениями об отмене смертной казни: Документы... 2003]. Требуя повести жесткую борьбу с «черным рынком», в одном из своих выступлений Хрущев ссылаясь на письмо рабочих ленинградского завода «Металлист», выражавших возмущение мягким сроком. Рабочие требовали «решительно покончить с чуждыми обществу тенденциями» [См. подробности дела: «Короли»... 2004].

Расцвет такой теневой экономической практики, как фарца, приходится на 1970–80-е годы, которые сопровождались жесткими идеологическими установками, а в системе снабжения – товарным дефицитом и диспропорциями в распределении товаров и услуг. Эти факторы наложили специфический отпечаток на негативное изображение «продавцов» дефицитных товаров в широкой прессе и публичном обсуждении. Деятельность фарцовщиков, как и нелегальных производителей товаров и услуг в условиях плановой командно-административной экономики, была маргинальной. Фарца преследовалась органами правопорядка, привлекалась к различным видам ответственности, подвергалась облавам.

Предпринимателей стигматизировали, придумывая для них уничижительные ярлыки, слова «коммерсант» и «бизнесмен» в массовом сознании воспринимались как оскорбительные, а милиция и уголовный розыск были ориентированы на выявление и пресечение незаконной экономической деятельности. «Общественность» (в большинстве своем люди старшего возраста) проявляла по отношению к спекулянтам недоверие, недоброжелательность, презрение. В то же время многие граждане хотели красиво одеваться, иметь модные музыкальные записи, но возможность достать дефицитные товары была далеко не у всех. Эти факторы подталкивали на-

селение обращаться к услугам фарцовщиков, способных конвертировать в экономический капитал личный доступ к дефицитным товарам по месту работы, во время дальних поездок или контакты с иностранцами.

«Который час, мистер? Грины есть? Что вообще есть?»

Напомним, что потаенный язык русских бандитов – феня – произошел от профессионального языка бродячих торговцев-офеней. Метафоричность, трансформация общеупотребительных слов на особый манер, изобретение слов – все эти характеристики словаря офеней и уркаганов выполняли определенные социальные функции. С одной стороны, «свой» язык позволял скрывать содержание переговоров делового характера от непосвященных, с другой стороны, знание «своей» лексики позволяло легко отделить своих от чужих (поэтому овладение ею являлось важным этапом социализации любого нового члена корпорации) и скрепить групповую идентичность. Язык, изобретенный фарцовщиками, выполнял те же функции.

Например, простому советскому гражданину было бы весьма затруднительно понять содержание разговора двух молодых людей, воспроизведенного в рассказе писателя и телеведущего Александра Ухова:

_ ДИАЛОГ _ - Что тудэй дид? (Что сегодня делал?)

- Бомбил (Бомбил).

- Хау? (Ну, и как?)

- Вери клево. Пятихатку гренок сделал. (Очень удачно. 500 долларов заработал.)

– Ну, ты бомбила/-о. (Ну, ты – молодец, везунчик, крутой, трудяга, счастливчик – зависит от интонации) [Ухов, 2002].

Стиль, характер и направление диалога отражают стилистику коммуникации фарцовщиков. Основным ядром речевой трансформации стандартного русского языка в направлении языка фарцы стало использование английского языка, причем в последовательности, во многом типичной скорее для русского («тудей», «дид», «хау», «верии»), а также русификация

английских слов путем присоединения русских окончаний («гринь»). Другие особенности стилистики – наличие в речи элемента упоминавшейся выше криминальной фени («пятихатка») и, наконец, собственных изобретений («клево», «бомбила/-о»).

Вся ленинградская фарца, как пишет Андрей Лебедев, вышла из первых тогда так называемых английских школ [Лебедев, 2005]. Английский язык был необходимым средством фарцовщика, применявшимся при «бомбардировке» иностранцев, которая начиналась всегда одинаково:

ЦИТАТА Завидев иностранца, фарцовщик быстро приближался к нему и задавал совершенно невинный вопрос: – Скажите, пожалуйста, сколько сейчас времени, – задавая этот вопрос, фарцовщик решал сразу два дела: первое – он убеждался, что не ошибся, человек, на самом деле, иностранец, второе – на каком языке дальше придется вести диалог. Остальное было уже делом техники, очень ювелирной, очень тонкой техники игры на человеческих слабостях и достоинствах, коими иностранцы обладают в той же полной мере, что и мы [Ухов, 2002].

Как раз такой зачин коммуникации описан Василием Аксеновым в его романе «Остров Крым»:

ЦИТАТА Братцы, гляньте, вот так кент сидит! Что за съют на нем, не джинсовый, но такая фирма, что уссышься. Штатский стиль, традиционный штатский стиль, долбодуб ты недалекий. Который час, мистер? Откуда, браток, вз а р ю фром? Закурить не угостите? С девочкой познакомиться не хотите? Герлс, герлс! Гринь есть? Что вообще есть? [Аксенов, 1990].

Относительно некоторых предметных областей фольклор фарцовщиков достиг особенного развития [См. коллекцию сленга 1970-х годов: форум «Старый сленг», в том числе постинги под псевдонимами Shushick, bigmaks, W colonel Серега, Ариман и Oleg Vocharoff]. Подобно другим профессиональным сленгам, ключевым является смысловое поле самоопределений носителей этого языка и участников специфической практики. Во-первых, это идентификация себя как особой группы, название и само-

название («утюг», «бомбила/-о», «фарцовщик», «фарца», «маклак», «деловар»), во-вторых, название самой деятельности, ключевой для существования группы («фарцевать», «утюжить»). Иностранцев туристов «бомбили», то есть выкупали у них вещи для дальнейшей перепродажи, тот же глагол «бомбить» или «пробомбить» означал «договориться о встрече», «узнать, что может продать иностранец». Сами туристы вещи «сдавали»: «Зачем украл мой шуз из драпа? – Его мне сдал месье Эржу» [Там же]. Объектом «бомбления» в Ленинграде мог быть «турмалайский бас», то есть финский автобус, а других городах использовались местные, фольклорные обозначения площадок торговли – улиц, площадей, а также гостиниц, достопримечательностей, где происходил торг – в одних местах с интуристами, а в других – с покупателями из числа советских граждан.

Еще одно символическое поле лексикона фарцы представляли инструменты экономической деятельности, то есть иностранная валюта – «грины» (доллары), а также «фанера» – рубли. Разумеется, наиболее значительной по объему группой понятий являются сами товары, отдельные их виды и товарные группы. Широко известны фарцовые обозначения для трех основных товарных групп – джинсов, обуви и наручных часов, но этот ряд можно расширить. Все это приобретало ценность при условии идентификации товаров с западным производителем – речь идет о так называемой «фирме».

Наибольшим объектом вождения советских людей и привлекательным объектом торговли в 1970-е годы были, без сомнения, джинсовые брюки. «Покупались они за 200 рублей в Москве у фарцы (если человек мог позволить себе такую трату). Приходилось следить, чтобы в полиэтиленовом пакете (к которому относились трепетно и боялись порвать) тебе не подсунули половинку джинсов» [См. сообщение Dmitry Kondratkov от 17 января 2001 года: форум «История Фэндома»]. Для их обозначения существовало множество слов, некоторые из которых происходят из названия торговых фирм («ливайсы»), другие от названия местности («техасы», «техасские штаны»), от цвета и наименования материи («синенькие»,

«джинса́»). Разумеется, здесь используется и традиционные для языка фарцы англицизмы («трузера́»).

Обозначения обуви соединяли местную региональную специфику («чувяки»), названия фирм («адики» – кроссовки фирмы Adidas», а также «салики» – туфли фирмы «Salamander») и обозначения из фени, то есть блатного жаргона («шкеры» или «шкары»). Обозначения для часов также были заимствованы из фени («котлы»), а для хороших часы прямоугольной формы, как правило, кварцевых использовалось обозначение «крабы».

Особенности речи фарцы обусловлены значимыми аспектами жизни и деятельности этих людей – важностью английского языка для делового успеха и идентичности, пересечение в недрах теневого мира с уголовными кругами, а также черты предприимчивости, креативности. Отметим, что этот английский язык (разумеется, и другие языки, но в большинстве случаев, особенно в Москве, – английский язык), который использовался в деловых переговорах в кратких, но интенсивных контактах с туристами («бомбить туристов»), как отмечают, далек от продвинутого уровня, это язык, освоенный со словарем и, часто, за пределами классных комнат и лингофонных кабинетов, где ставится выговор и правильность речи. Освоение таких нюансов – ненужные издержки, успех уличной сделки не зависит от них, намного важнее способность легко понимать речь собеседника иностранца, коммуникабельность и знание ключевых слов и выражений, связанных с модой, потребительским рынком.

Контакты с уголовниками для фарцовщиков не были чем-то экзотическим, поэтому неудивительно, что в язык этих дилеров теневого рынка вошли выражения из фени. Поскольку практически все теневые виды экономической активности карались уголовным наказанием, фактически приравниваясь к криминалу, то

ЦИТАТА теневой сектор в СССР не только давал возможности для проявления частной инициативы и удовлетворения реальных потребностей, но и создавал предпосылки для сближения предпринимательской деятельности с криминалом, проникновения преступных элементов в различные сферы народного хозяйства. Соответственно, именно в советский период нелегальное предпринима-

тельство интенсивно воспринимало и ценностно-нормативные установки преступного мира, и стилистику «блатной» субкультуры [Зарубина, 2004. С. 185–186].

В этом сближении сыграли свою роль и общие на всех камеры предварительного заключения, отсидки в исправительных колониях. Фарцовый новояз, включавший как заимствования из других культур, так и слова собственного изобретения, говорит о креативности и предприимчивости этих дельцов. Без него было невозможно в условиях давления со стороны милиции и криминалитета достигать успеха в сделках, правила которых сплошь неформальны, риски многочисленны, границы между допустимым и недопустимым размыты. При тоталитарной идеологии и жестком каркасе советской власти участие в неформальной экономике было альтернативным стилем жизни, особой субкультурой, обладающей всеми признаками ускользающей исторической реальности.

Двадцать лет спустя

Расцвет такой теневой экономической практики, как фарца, приходится на 1970–1980-е годы, с их жесткими идеологическими установками, пустыми полками в магазинах и диспропорциями в распределении товаров и услуг. На начальном периоде либерализации экономики и перехода к рыночным отношениям, «когда были сняты ограничения с запрещенных при советской власти видов экономической деятельности, первыми эту легальную нишу заполнили, естественно, те, кто в ней уже находился нелегально» [Зарубина, 2004. С. 186].

В трех социальных стратах: цеховики (руководители подпольных магазинов и предприятий), фарца и аппаратчики (бывшие чиновники советских органов власти, работники партийных и комсомольских комитетов, служащие силовых структур) появились первые российские миллионеры. Наиболее стремительным ростом капиталов характеризовались фарцовщики (миллион за 4–5 недель), а наименее быстрыми оказались цеховики (миллион за 5–6 месяцев) – эти темпы были тесно связаны с этическими стандартами каждой страты. Фарцовщики, по мнению исследовате-

лей, были более безжалостными, не соблюдали моральных норм, были полностью связаны с криминалитетом, а наиболее ответственными среди трех групп первых российских миллионеров были цеховики [Kultygin, 2004]. Затем цеховиков поглотили аппаратчики и фарцовщики, причем последние не гнушались использованием криминальных, насильственных методов. И хотя некоторые крупные фарцовщики смешались с преступным миром, это вряд ли относится ко всем тем людям, которые промышляли мелкими или средними, да и крупными масштабами спекуляции. Некоторые из них стали челноками, иные легализовались в бизнесе или творчестве, третьи эмигрировали, нашли себе новые ниши.

Характер и темпы современного экономического развития России, а также формирование соответствующих установок и типов мышления во многом были предопределены теми моделями хозяйствования, которые сложились в сфере предпринимательского поведения до начала радикальных рыночных реформ. Отсюда – целый ряд особенностей национального бизнеса. Советское правительство пересмотрело критерии так называемой «спекулятивной деятельности», результатом чего явилось формирование и содержательное наполнение терминов «предпринимательство», «предприниматель». Но отношение к предпринимателям осталось двойственным. И по сей день акторов теневого рынка государство рассматривает поверхностно и обобщенно, не делая различий между крупными воротилами и мелкими торговцами, чей бизнес – единственное условие их собственного выживания. А в народе по-прежнему жива и советская ненависть к «спекулянтам и барыгам» и привычка жить «из-под полы», только теперь дефицитом являются не вещи, а иные капитализируемые формы престижного потребления – рабочие места для детей, оформление документов в обход очередей, победы в конкурсах.

Рассматривая социальный опыт взаимодействия советского государства и спекулянтов, можно видеть, что многие модели хозяйствования, сложившиеся в сфере предпринимательского поведения до начала радикальных рыночных реформ, оказали и продолжают оказывать воздействие не только на характер и динамику экономического развития России, но и

на формирование соответствующего типа мышления. Следствие этого – множество противоречий в развитии отечественного предпринимательства. Кроме того, государство часто продолжает рассматривать акторов теневого рынка обобщенно, не разделяя крупных воротил и мелких торговцев, озабоченных лишь собственным выживанием.

Распространенность неформальной экономики в постсоветское время оказалась непосредственно связанной с теневыми практиками в условиях социализма, с их двусмысленными границами, отделяющими допустимое от недопустимого в сфере торговли и услуг. При ослаблении централизованного контроля с переходом к рынку нормы социальных взаимодействий, типичных для черного рынка, распространились далеко за пределы подворотен и явочных квартир фарцовщиков. Не только фарцовщики, но и вороватые чиновники и иные партийные функционеры, осуждавшие нарушения социалистической морали с трибун и прибегавшие к услугам черного рынка при удобном случае – все эти «герои» позднего социализма сделали чрезвычайно растяжимым и гибким отношение к закону даже для добропорядочного в целом среднего класса. Ответственность за разрешение этих противоречий лежит как на государственной власти, так и на гражданском обществе и на самом бизнесе.

Список источников

«Короли» и «капуста» // Лубянка: обеспечение экономической безопасности государства / Сост. В. Ставицкий. М.: Масс Информ Медиа, 2002. Ссылка дается по: Альманах «Восток». 2004. № 10(22). Окт. // http://www.situation.ru/app/j_art_603.htm.

Аксенов В. Остров Крым // Юность. 1990. № 1–5 // <http://lib.sarbc.ru/koi/AKSENOW/krym.txt>.

Алексеев В. Жизнь потаенная. Интервью с Валентином Воробьевым // Независимая Газета. 2005. № 64 (3460). 1 апр. // <http://www.ng.ru/2005-04-01/issue.html>.

Волошина В. Ю., Быкова А. Г. Советский период российской истории 1917–1993 гг. Омск: ОмГУ, 2001 // <http://aleho.narod.ru/book2/ch25.htm>.

Довлатов С. Креповые финские носки // Сергей Довлатов. Собр. соч. в 4-х т. М.: Азбука-классика, 2006 / Рассказ // <http://users.northnet.ru/rolv/Ariel/DovlatovAriel/Dovnosk.htm>.

Документы прошлого // Радио Свобода. 23 мая 2003 года // <http://euro.svoboda.org/programs/hd/2003/hd.052303.asp>.

Зайкина О. Житейские кружева. М.: Торус-Пресс, 2005 / Отрывок из романа // <http://www.harbor.ru/zaikina/0019.htm>.

Зарубина Н. Н. Бизнес в зеркале русской культуры. М.: Анкил, 2004.

Лебедев А. Трамвай Желаний. СПб.: АСТрель, 2005 // http://zhurnal.lib.ru/l/lebedew_a_w/2348790.shtml.

Одесский словарь // Юморина 2004 // <http://www.1april.odessa.ua/voc/f.html>.

Письмо Диониса на форум «О хиппи» от 01.08.2002 // <http://www.hippy.ru/fl8.htm>.

Плотников В. «Хорошо – плохо», или 20 лет спустя // Советская Россия. 2003. № 121 (12 464). 28 окт.

Поэт Евгений Рейн и мода 50-х годов: Интервью с Настей Смирновой // *Е. Рейн.* Мне скучно без Довлатова: Новые сцены из жизни московской богемы. СПб.: Лимбус Пресс, 1999 // <http://aptechka.agava.ru/statyi/memuary/rein/rein16.html>.

Рис Н. Русские разговоры: Культура и речевая повседневность эпохи перестройки / Пер. с англ. М.: Новое литературное обозрение, 2005.

Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. Фарца: подполье советского общества потребления // Неприкосновенный запас. 2005. № 43. С. 62–68.

Романов П., Суворова М. «Чистая фарца»: социальный опыт взаимодействия советского государства и спекулянтов // Неформальная экономика в постсоветском пространстве: проблемы исследования и регулирования / Под ред. И. Олимпиаевой и О. Паченкова. СПб.: ЦНСИ, 2003. С. 148–164.

Соколов А. К., Тяжельников В. С. Курс советской истории, 1941–1991. М.: Высшая школа, 1999 // http://www.auditorium.ru/books/160/glava4_3.htm.

Улыбин К. Теневая экономика. М.: Экономика, 1991.

Усов В. Побег паука: Повесть // Звезда. 2003. № 7.

Ухов А. Бомбила // Лебедь. 2002. № 263. 17 марта // <http://www.lebed.com/2002/art2865.htm>.

Фицпатрик Ш. Повседневный сталинизм: Социальная история Советской России в 30-е годы: город / Пер. с англ. М.: РОССПЭН, 2001.

Форум «История Фэндома»: http://fandom.rusf.ru/fido/su_books/text/1810.htm.

Форум «Старый сленг» архива Частного клуба Алекса Экслера: <http://forum.exler.ru/arc/index.php?s=0&showtopic=56120&st=0>.

Eder V. and Hozic A. Workpaper from Workshop 9 Mediterranean Merchants: Politics, Economics and Culture of Informal Trade Networks. Florence, 2002.

Kulygin V. Rise and Dynamics of the New Upper Business Class in Post-Soviet Russia // Abstracts of the International conference «Social Stratification, Mobility, and Exclusion». Neuchâtel. 2004. 7–9 May // <http://www.sidos.ch/method/RC28/abstracts/Vladimir%20Kulygin.pdf>.

Kurkchiyan M. The Transformation of the Second Economy into the Informal Economy // A. V. Ledenava, M. Kurkchiyan (eds). Economic Crime in Russia. London: Kluwer Law International, 2000. P. 83–97.

Shuttle Trade / Report prepared by the Statistics Department International Monetary Fund. BOPCOM98/1/3. Eleventh Meeting of the IMF Committee on Balance of Payments Statistics, Washington, D.C. 1998. October 21–23. P. 7–8 // <http://www.imf.org/external/bopage/pdf/98-1-3.pdf>.

Sik E. and Wallace C. The Development of Open-Air Markets in East-Central Europe // International Journal of Urban and Regional Research. 1999. № 23. P. 715–737.

Verdery K. Ethnic Relations, Economies of Shortage and the Transition in Eastern Europe // Chris Hann (Ed.). Socialism: Ideals, Ideologies and Local Practice. ASA Monographs 31. London; New York: Routledge, 1993. P. 172–186.