

**«ФАРЦОВКА» В СССР В 1950-Х – 1980-Х ГГ.: ОТРАСЛЬ
ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ И ПРАКТИКА СОВЕТСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

Аннотация: В современной российской рыночной реальности такая нелегальная экономическая деятельность, как «фарцовка» утратила идеологическое наполнение и негативное значение, присущее ее в советское время. Несомненно, само явление как «фарцовка» было связано со спецификой советской экономической системы: проблема отсутствия в СССР определенных потребительских товаров, а также отсутствие в советской торговой сети импортных вещей, породила данную действительность

Ключевые слова: фарцовка, теневая экономика, СССР.

Abstract: In today's Russian market reality, such illegal economic activity as "fartsovka" lost its ideological content and negative significance inherent in it during the Soviet era. Undoubtedly, the phenomenon itself as "fartsovka" was associated with the specifics of the Soviet economic system: the problem of the absence in the USSR of certain consumer goods, as well as the absence of imported things in the Soviet trade network, gave rise to this reality

Keywords: fartsovka, shadow economy, the USSR.

Сегодня означенный экономический феномен является объектом исторических и обществоведческих исследований. В частности, к научной разработке данной проблемы обращаются многие авторы, рассматривая ее с

точки зрения различных исследовательских ракурсов [1-5]. В данной работе я бы хотела остановиться не столько на правовом или экономическом аспекте проблемы, сколько на более детальном описании ее как повседневной практики советской реальности.

Но сначала несколько слов о самом феномене «фарцовки». Фарцовка – это один из видов теневой экономики СССР. Запрещенная продажа, перепродажа (спекуляция) практически недоступных дефицитных импортных товаров рядовым советским покупателям. Нелегальный торговый бизнес 1950-1980-х гг. Представляла собой незаконную продажу с рук вещей заграничного, прежде всего, западного производства, которые были выменяны на сувениры у приезжавших в СССР иностранцев. Или вещи покупались за границей, а потом контрабандой переправлялись в СССР. Это была целая система, которая в корне отличалась от того образа фарцовки, который был в общественном сознании под влиянием советской пропаганды. Это течение возникло в результате дефицита товаров народного потребления в СССР.

Само слово «фарцовка» имеет две версии происхождения. Согласно первой оно произошло от английского словосочетания «for sale», что означает «продажа». Согласно второй версии, оно образовалось от слова «форец» из жаргона одесситов. Они так называли специального человека на рынке, который «заболтав» продавца мог купить у него товар в несколько раз дешевле первоначальной цены, а затем этот товар тут же перепродать кому-нибудь по выгодной для себя цене.

Фарцовка возникла в конце 1950-х годов, свой расцвет пережила в 1970-е и исчезла на рубеже 1980-1990-х годов вместе с Советским Союзом. Первыми фарцовщиками были «стиляги». Стиляги – это неформальное движение в кругах советской «золотой молодежи» в 1950-1960-х. Они были поклонниками всего западного, имели особую идеологию и отличались от

обычных советских людей. Стиляги носили одежду, модную тогда на западе, слушали определенную западную музыку. Они же и были первыми покупателями нафарцованных вещей. Выменивали стиляги вещи у иностранных студентов, живших в столичных общежитиях, причем это был именно натуральный обмен. Например, американский галстук на бутылку армянского коньяка. Продавали они вещи только «своим», чтобы обеспечить круг стилих западной одеждой и всякими мелочами. «Своим» стиляги-фарцовщики старались помочь. Считалось бесчестьем обмануть «своего» покупателя, продать фальшивку или некачественную вещь, запросить слишком большую цену. Фарцовка этих годов отличалась от банальной спекуляции. Прежде всего, первые фарцовщики занимались этим не ради прибыли, они действительно были искренними поклонниками всего западного. Так продолжалось до конца 1960-х гг.

Фарцовка в 1970-1980-х годах набирает обороты. Спрос породил предложение – фарцовка из внутреннего дела стилиг породила целую систему с разделением труда, ролями и оборотами в тысячи и десятки тысяч. Фарцовка превращается из принадлежности молодежной субкультуры в целую отрасль теневой экономики. Фарцовщик перестал быть одновременно добытчиком и продавцом товара. Одни люди контактировали с иностранцами и выменивали у них вещи, другие — перекупали их у «поставщиков» и продавали покупателям, третьи — были посредниками между продавцом и покупателем. Внутри каждой категории тоже имелась своя специализация. Спрос на импорт возрастал, поэтому возникали новые каналы поставки товара. Фарцовка, соответственно, стала разделяться по типам: гостиничная фарцовка, фарцовка моряков торгового флота СССР («торгонавты»), фарцовка шоферов-дальнобойщиков, фарцовка в Интерклубах, фарцовка гидов, околוגостиничная фарцовка («бомбилы»).

Системные фарцовщики практиковали взаимовыгодную помощь. Они не поощряли большой жажды накопительства и конкуренции. Главное для них было не максимальная денежная прибыль, а безопасность, бесперебойность торговли и скромный достаток.

Системным фарцовщикам противостояли одиночные фарцовщики - «бомбилы». Они практически не имели никакого авторитета в среде настоящих фарцовщиков, существовавших СССР и к фарцовке имели отдаленное отношение. «Бомбилы» вынуждены были сами искать себе клиентов, сами выменивать у него товар, сами продавать его на черном рынке.

Обслуживающий персонал «Интуристов» (гостиничные фарцовщики), «торгонавты» и шофера-дальнобойщики – это были три самые крупные каналы поставки, через которые иностранный и, прежде всего, западный товар бесперебойно поступал на черный рынок СССР. По мелочам фарцевали гиды туристических групп, «бомбилы», обслуга и посетители «Интерклубов», т.е. закрытых клубов специально созданных в портовых городах СССР для отдыхающих иностранцев. Эти каналы фарцовки серьезного значения не имели и крупные «системные» фарцовщики относились к ним снисходительно, а то и презрительно.

Фарцовка, несмотря на то, что советские пропагандисты считали ее первой формой бизнеса в Советском Союзе, в действительности значительно отличалась от предпринимательства в западном смысле слова. Предприниматель не обладает никакой идеологией, ему, в свою очередь, абсолютно, все равно, что продавать, ему маловажен сам товар, и он может им даже совсем не пользоваться. По сути, фарцовка определяла особую идеологию – западопоклонство, где фарцовщик продавал лишь настоящие западные вещи и непременно ими пользовался, по-другому он являлся бы не фарцовщиком, а обычным спекулянтom. Предприниматель, прежде всего,

хочет достичь только денежной прибыли в отличие от фарцовщика, для которого на первом месте не прибыль, а возможность обеспечить себя и таких же, как он сам (фанатов всего западного) вещами, которые приближали бы их к желанному западному миру.

Как уже было сказано ранее, фарцовщики сторонились крайне большой прибыли, старались унять жадность до денег, что абсолютно отличается от поведения предпринимателей, для которых нет предела в обогащений, целью которых является достижение максимальной денежной прибыли. В конечном итоге, конкуренция, борьба за рынок является нормой для предпринимателей, взаимопомощь между участниками рынка полностью исключается, для фарцовщиков всё иначе, для них характерно стремление избежать конкуренции посредством узкой специализаций, разделения ролей.

Для полного представления, что собой олицетворяла фарцовка на деле, приведу конкретный пример, как выглядела стандартная практика советского фарцовщика в период 80-х годов (эпохи завершения фарцовки). В портовом городе Мариуполь фарцовщик скупал у моряков импортные вещи, такие как турецкие часы, украшения, бижутерия и жвачки. Поскольку эти вещи в Мариуполе не имели никакой ценности, (там было их предостаточно), то он придумал возить их в Восточную Сибирь, в Иркутскую область. В то время у населения были увеличены доходы, был излишек денег, в стране был тотальный дефицит практически на все товары, пользующиеся спросом. В Иркутской области таких товаров не было и они были в новинку для населения, поэтому на них был спрос. Фарцовщик перевозил товар на поезде в сумках (у него было где-то две сумки). Он привозил в область две сумки товаров и через своих знакомых и друзей продавал их, примерно 3-4 раза в год он так ездил. Количество его поездок зависело от заграничных плаваний моряков. Для своей же безопасности, если будет внезапный досмотр, фарцовщик прятал товар в матрасе или подушке. Одежду он мог зашить в

матрасе, скрутить его и завязать веревкой, как будто едет человек, переезжающий в другое место, пассажир, ехавший лишь с одним матрасом и подушкой не вызывал никакого подозрения. Тогда в советское время это было вполне нормальным явлением, потому что у людей было мало вещей и предметов быта, тем более у мужчин, к тому же, если мужчина холостой, то вещей у него практически не было. И таким вот хитрым, но простым способом советский человек мог провезти все что угодно. Для фарцовщика такой торговлей было выгодно заниматься, так как билеты на поезд стоили очень дешево, а в Восточной Сибири у него было достаточно клиентов. Но долговременно он не смог быть фарцовщиком, потому что деятельность его пришлась на финальный период фарцовки.

По мнению исследователей, около 15 миллионов советских граждан было задействовано в теневой экономике, оказывая запрещенные частные платные услуги. В основном это были: ремонт бытовой техники, автомобилей, квартир, также фарцовка и спекуляция.

В конце 80-х годов советские граждане обрели возможность выезжать за границу в «шоп-туры» и все те же вещи, которые продавали фарцовщики, уже массово поставлялись на вещевые рынки и в корпоративные магазины. После распада СССР границы открылись, товарообмен с зарубежными странами стал налаживаться, и само понятие фарцовка уже стало не актуальным.

Начало данному экономическому феномену как фарцовка положил Международный фестиваль молодежи и студентов, который оставил в памяти молодых советских людей неизгладимое впечатление о том, как непривычно для них, модно и стильно одевается западная молодежь. И это яркое событие стало отправной точкой для многих фарцовщиков того времени. Эта отрасль теневой экономики быстро набрала свои обороты. Импортные вещи хотели приобрести многие граждане, так как в стране был

дефицит товаров, да и сами вещи советского производства были низкого качества. Стоит отметить, что государство было не в состоянии осуществить потребности населения, поэтому появление фарцовки стало неизбежным. В свою очередь, я хочу добавить, что данный феномен заслуживает внимания, так как от самого малого – от пути обычного обмена вещей с иностранцами это переросло в нечто большее – в целую систему товарооборота с распределением ролей.

Несомненно, само явление как «фарцовка» было связано со спецификой советской экономической системы: проблема отсутствия в СССР определенных потребительских товаров, а также отсутствие в советской торговой сети импортных вещей, породила данное явление. Те услуги, которые не предоставляло государство, реализовывались населением. И исторической иллюстрацией данного экономического явления служит приведенный мной пример, который позволяет увидеть, как объективные экономические реалии советского государства, отпечатывались в судьбах и повседневных практиках обычных советских людей.

Научный руководитель: Благинин В.А.

Использованные источники:

1. *Васильев Д.* Фарцовщики. Как делались состояния. Исповедь людей «из тени». С-Пб.: Вектор, Невский проспект. 2007.
2. *Веллер М.И.* Легенда о родоначальнике фарцовки Фиме Бляйшице. Режим доступа. URL: <http://romanbook.ru/book/212462/>.
3. *Нилов А.* Цеховики. Рождение теневой экономики. Записки подпольного миллионера. С-Пб. 2006.
4. *Романов А., Суворова П.* «Чистая фарца»: Социальный опыт взаимодействия советского государства и спекулянтов. С-Пб.: ЦНСИ. 2003.
5. *Тихоненко В.* Тарзан в своем отечестве // Пчела. 1997. №11