

Критика и библиография

Льюис Х. Сигелбаум. Автомобили для товарищей. Биография советского автомобиля. Итака (США): Изд-во Корнельского университета, 2008. 309 с.*

История отечественного автопрома насчитывает более 75 лет, если вести ее с организованного в СССР в начале 1930-х гг. массового производства автомобилей. Эта история не столь впечатляет, как освоение космоса или достижения в области балета. Хотя автомобильный транспорт играл одну из ключевых ролей в народном хозяйстве и стал продуктом потребительского рынка, он отставал от мировых образцов. Создание конкурентоспособной легковой машины российского происхождения остается нерешенной задачей, особенно заметной на фоне продукции китайских и южнокорейских автозаводов, которая вышла на самый взыскательный рынок – американский.

Почему это не удалось российским производителям? Таким вопросом задаются не только отечественные маркетологи, технологи и экономисты. Вклад в его изучение внес американский ученый, профессор университета штата Мичиган Льюис Сигелбаум, автор ряда монографических исследований по социально-экономической истории России и СССР. Он часто бывал в нашей стране и стажировался в МГУ под руководством профессора В.И. Бovyкина. Чтобы сделать книгу понятной западному, прежде всего американскому читателю, исследователь разъяснил смысл некоторых представлений и понятий советских времен. Например, то, что «личная собственность» не идентична частной, а коллективистские нормы превалировали над личными, хотя государство охраняло имущественные права граждан. «Автомобилями» или «машинами» до сих пор собирательно называют в России как легковой, так и грузовой транспорт, а в английском языке они обозначаются разными словами: *cars* и *trucks*.

Книга Сигелбаума представляет немалый интерес для отечественных историков, так как суммирует множество фактов, найденных в архивах, редких изданиях, мемуарах, прессе. Автор изучал музейные и действующие автомобили, автосервис, дорожное движение. Материалом также послужили советская художественная литература и публицистика, плакаты

и кинофильмы, интервью с автовладельцами и руководителями автозаводов. Большинство иллюстраций – авторские фотографии. В результате получилось комплексное исследование истории автомобиля, его производства, распределения, эксплуатации и влияния на разные стороны жизни российских граждан, вписанное в исторический контекст и охватывающее период с конца 1920-х гг. до начала XXI столетия.

Сюжетом, с которого начинается рецензируемая книга, стал увиденный Сигелбаумом во дворе московского дома в мае 2006 г. раритет – старый автомобиль «Чайка», выпускавшийся Горьковским автозаводом с 1958 по 1979 г. В продажу он не поступал, но мог стать правительственной наградой. По решению Н.С. Хрущева, которому понравилась эта машина, владельцами именных «Чаек» стали Михаил Шолохов, Юрий Гагарин, Галина Уланова, кубинский лидер Фидель Кастро. На черных «Чайках» ездили высшие чиновники, а машины белого цвета сдавали напрокат под свадебный кортеж. Сигелбаум увидел как раз такую (р. IX, 68). Начиная с И.В. Сталина, оценку новым моделям, выпуск которых предстояло начать в СССР, давал глава государства. Прототипами новых автомашин для высшего руководства СССР – ЗИС-101, ЗИС-110 явились, по выбору Сталина, осмотревшего кремлевский гараж, американские «Бьюик» и «Паккард» с кузовом «лимузин». Он дал согласие и на производство серийного автомобиля «Победа». За руль «Фиата-124», ставшего базовой моделью автомобилей ВАЗ, сел Л.И. Брежнев, совершив на нем объезд Кремля (р. 92).

На Западе почти весь гигантский объем автопродукции раскупался индивидуальными потребителями, при относительно небольшой доле госзаказа, муниципальных и корпоративных покупателей. Высокий спрос настраивал производителей на оптимальное соотношение цены и качества для разных сегментов рынка, частую сменяемость моделей, либерализацию

* Lewis H. Siegelbaum. Cars for Comrades. The Life of the Soviet Automobile. Ithaca: Cornell University Press, 2008. 309 p.

продаж. Советская автомобильная промышленность развивалась в условиях государственной монополии на производство и распределение автотранспорта. Сигелбаум изучает «автомобили для товарищей» не только как самостоятельный феномен, но и как отрасль индустрии, которая абсорбировала мировые технические достижения, сообразуясь с возможностями государства, его приоритетными задачами и бюджетными ресурсами. В России автомобиль создавался по лицензиям и с технической помощью зарубежных, особенно американских фирм, а также посредством копирования ряда конструктивных элементов. В первую администрацию советских заводов вошли возвратившиеся на родину русские, имевшие опыт работы в США (р. 5). В СССР автомобиль служил самым разнообразным целям: на государственном автотранспорте совершались «левые» рейсы, на грузовиках перевозили людей в сельской глубинке, где не имелось автобусов и хороших дорог. Серийные легковые модели применялись для скорой медицинской помощи, милиции, обслуживания чиновников среднего ранга.

Сигелбаум выделяет два этапа в истории автопрома: в первые десятилетия его существования вся продукция выпускалась для государственных нужд, а в начале 1970-х гг. количество легковых машин превзошло количество грузовых и основная их часть пошла на продажу. Автор коснулся такого важного вопроса, как конкуренция общественного и личного транспорта. Они конкурировали не только по стоимости и качеству – дешевизна проезда в первом и удобства во втором: все большее значение приобретала престижность обладания *личным* автомобилем. Это, подчеркнул исследователь, стало совершенно новым ощущением и новой возможностью для части советских людей. Персональные, служебные автомобили никого не удивляли – они были бесплатной привилегией правящей элиты, но предоставлялись во временное и ограниченное пользование. Личные автомобили покупались на сбережения граждан, а также дарились Героям Советского Союза, социалистического труда или за другие особые заслуги, и были в их полном распоряжении. Запрещалось лишь их использование для извлечения «нетрудовых доходов» – как, например, частный извоз, но распознать такую деятельность было трудной задачей.

Связав проблему эволюции советского общества с развитием автопрома, Сигелбаум рассмотрел вопрос в более широком контексте. Рост экономики СССР имел двоякий результат. Государство принимало меры к реальному улучшению жизни трудящихся – в первую

очередь, повышение денежных доходов, решение жилищной проблемы и выпуск товаров народного потребления, что расшатывало уравнительную основу социализма и развивало экономику дефицита. Приобретение дорогостоящих товаров длительного пользования могло порождать «буржуазное» чувство собственности и воздействовать на экономическое поведение граждан, стимулируя накопления, дополнительные заработки, ограничение текущих расходов, а то и правонарушения – взятки, воровство. С массового жилищного строительства началось размывание традиционных коллективистских ценностей в быту – «приватизация личной жизни». Расширение выпуска в свободную продажу мебельных гарнитуров, телевизоров, холодильников, продажа земельных участков, жилищные, дачные и гаражные кооперативы повышали удельный вес личной собственности, которой люди распоряжались самостоятельно, как и своим автомобилем.

Расширение сферы личной собственности объяснялось в ряде случаев нехваткой государственных ресурсов. Если связь выделения земельных участков с решением продовольственной проблемы очевидна, то какую утилитарную проблему предполагалось решить с помощью собственного автомобиля? Следовало бы подробнее разъяснить в книге, что в данном случае являлось для государства приоритетом. Повышение доходов автопрома? Ослабление нагрузки на общественный транспорт? Развитие индивидуального туризма и демонстрация благополучной жизни в Советском Союзе? Или приравнивание автомобиля к остальным товарам длительного пользования? Видимо, все эти мотивы играли роль, однако есть некоторые неясности. Грузовики по-прежнему требовались на любой стройке, в воинской части или в колхозе. Спрос на личные автомашины рос в основном в городах, где заработки были выше, но там развивался и общественный транспорт, которым пользовалось и до сих пор пользуется большинство российского населения.

Советское государство придерживалось остаточного принципа в снабжении населения автомобилями и их обслуживании. Как подчеркнул Сигелбаум, «частник» испытывал трудности на каждом шагу – это и очередь на приобретение машины, нехватка горюче-смазочных материалов и комплектующих, мест для гаражей, а автосервис стал анклавом коррупции. Покупка автомобиля помогала решить одни проблемы, но создавала другие. Впрочем, постройка загородного дома также наталкивалась на дефицит материалов, отдельная квартира – на трудности с ее благоустройством и т.п. Монопольным владельцем

неразвитого, или, как тогда говорили, «ненавязчивого» сервиса оставалось государство. Кроме того, отмечает историк, не только нехватка автомобилей и всего, что связано с их обслуживанием, но и цены, устанавливаемые административным путем, сдерживали автомобилизацию (р. 239).

Значительное внимание в книге уделено организации производства на трех крупнейших автозаводах: АМО–ЗИС–ЗИЛ, Нижегородского (ГАЗ) и Тольяттинского (ВАЗ). В отличие от традиционной советской истории заводов и фабрик, выдержанной в духе героического преодоления трудностей под руководством партии и правительства, Сигелбаум показал ее «изнанку» на основе тщательного изучения источников, привлекаемых для реконструкции истории повседневности. Как и другие «великие стройки» – Днепрогэс, Магнитка, Сталинградский тракторный завод, строительство ЗИСа и ГАЗа и пуск их в эксплуатацию в начале 1930-х гг. являли собой необычную картину: модернизационный рывок, а точнее, создание автоотрасли в ее современном виде, протекал в обстановке хаоса, с колоссальным напряжением сил и перерасходом средств, при неумелом использовании техники и высоком проценте неквалифицированного ручного труда, «разбавленного» прогулами и текучкой рабочей силы. Дезорганизующим фактором были репрессии, убыль опытных кадров. Заранее объявленные даты пуска заводов, не подкрепленные ресурсами, а приуроченные к советским праздникам, приходилось переносить, «на ходу» корректировать плановые задания в сторону их уменьшения, а иностранная техническая помощь применялась неэффективно, и одной из причин этого стала нехватка валюты для ее оплаты.

В основе производства были американские технологии конвейерной сборки. ГАЗ – самый крупный во всей Европе и уступавший по запрокинутой производительности только автозаводам США (140 тыс. грузовых и легковых машин в год), явился первенцем первой пятилетки. Строительную часть проекта выполнила компания «Austin» из Кливленда, штат Огайо, а компания Форда изготовила технологический проект завода и предоставила лицензию на выпуск легковой модели «А» и грузовой «АА», которые назывались в начале советскими «фордами», затем «ГАЗ-А» и «АА», в модифицированном виде – «ГАЗ-М-1» («эмка») и «ММ» («полуторка»). Они настолько вросли в советскую жизнь, став незаменимыми и для колхозов, и для командиров Красной армии, и для всевозможных строек, что их «буржуазное», американское происхождение было быстро забыто. Простые и

неприхотливые в эксплуатации, «эмки» и «полуторки» прошли боевое крещение на фронтах Великой Отечественной войны и участвовали в восстановлении народного хозяйства. Однако строительство Горьковского автозавода потребовало таких затрат и такого напряжения ресурсов, что менять или реконструировать закупленное оборудование было невозможно. Базовые советские модели, происходившие от «Форда» образца 1928 г., сохранили свои черты в модификациях ГАЗов вплоть до начала 1950-х гг.

Сделка с компанией «Фиат» (1966 г.) по созданию Волжского автозавода была крупнейшей в истории автопрома. И завод-гигант, и город автостроителей («Автоград») строились уже в условиях «развитого социализма», на соответствующей материально-технической основе и с обустроенным бытом. Престижность этого промышленного центра и хорошая на первых порах обеспеченность кадрами сменились к 1980-м гг. негативными тенденциями. Автоград и завод стали воплощением кризисных явлений, присущих всему советскому обществу периода «заката» и особенно промышленным центрам: падение трудовой дисциплины, пьянство и алкоголизм, рост числа хищений на производстве, при круговой поруке и продаже украденных запчастей, инструментов, материалов на «черном рынке» (р. 114–115).

Значительный интерес представляет глава о дорогах – комплексное исследование этого своеобразного явления российской истории и в XX в. – спутника автомобиля (р. 125–172). Сигелбаум удачно выбрал, в качестве эпиграммы, пословицу «Дорога дорога, а бездорожье – дороже». Он раскрывает сложное положение данной народнохозяйственной отрасли при социализме, которое, в конечном итоге, сводилось к проблеме государственных ассигнований и мобилизации рабочей силы (наемных рабочих, заключенных) для прокладки дорог. Еще требовалось производство дорожно-строительных материалов с учетом русского климата, поддержание дорог в исправном состоянии, и лишь в последнюю очередь – развитие инфраструктуры обслуживания автотранспорта, пассажиров и водителей, которым занимались другие ведомства. Хотя и в очень ограниченном масштабе, в улучшении дорог местного значения участвовало население – например, дачных поселков. Приобретение земельных участков влияло на покупку автомобилей, поскольку для многих это был единственный способ добраться до своих «шести соток», расположенных вдали от железных дорог и автобусных маршрутов. При этом в 1960–1970-е гг. дороги между города-

ми все еще напоминали американские начала XX в. – пустынные, с зачаточными признаками автомобилизации.

Государственная монополия на производство и распределение автотранспорта наложила долговременный отпечаток на всю историю автопрома. В ней отразилась, как показано в книге, экономика и социальная жизнь в миниатюре, и с таким подходом нельзя не согласиться. Качество продукции, ее обновление, внедрение новых моделей и технологий всецело зависели от производителя, а его положение – от народнохозяйственной конъюнктуры и приоритетов в экономической политике. Исследованию Сигелбаума недостает статистического материала, который наглядно показал бы динамику государственных ассигнований на различные народнохозяйственные цели и эволюцию доходов и расходов советской семьи.

Но историк верно заметил, что гораздо более примитивный и менее удобный, чем на Западе, автомобиль в целом отвечал запросам советских людей, даже если его внешний вид и технические характеристики определяли не покупатели. Им он требовался прежде всего как средство передвижения, которое стало дополняться после распада СССР импортом

иномарок и строительством заводов по их выпуску. Социально-экономическому расслоению постсоветского общества стала отвечать диверсификация авторынка, где появились самые дорогие импортные марки, а отечественные стали вторыми автомобилями в семье или единственным «другом» граждан со средними доходами.

Попытки поддержать отечественного производителя в конце 1990-х гг. различными директивными мерами – например, кампанией Б.Е. Немцова за пересаживание госчиновников с «Ауди» и «Мерседесов» на «Волги» не дала ожидаемого эффекта. Насколько полезным окажется правительственное решение конца 2008 г. о повышении таможенных пошлин на ввоз иномарок, покажет жизнь. В книге показано, что бывшие советские автогиганты не вышли со своей продукцией на новый конкурентный уровень. Массовое производство автомобилей в СССР стало реальностью, но не обрело той гибкости и разнообразия цен, технических возможностей, дизайна и отделки, которые обеспечивали автопромы других стран.

Б.М. Шпотов,
доктор исторических наук
(Институт всеобщей истории РАН)

Г.А. Янковская. Искусство, деньги и политика: художник в годы позднего сталинизма. Пермь: Изд-во Пермского государственного университета, 2007. 312 с.

Монография доцента кафедры новейшей истории России Пермского государственного университета Г.А. Янковской представляет собой плод многолетних изысканий в области визуальной истории советского общества. Впечатляющая опытность исследовательницы становится очевидной с первых же страниц книги, с изложения состояния изучения интересующих ее проблем и с обозначения круга источников, на которые опирается ее труд. Ареал свидетельств, вовлеченных ею в убедительную и одновременно изящную систему аргументации, впечатляет широтой и многообразием. «Я смотрела на художников эпохи сталинизма сквозь материалы закупочных комиссий и профсоюзных собраний, справки снабженческих организаций и партийных комитетов, книги отзывов художественных выставок и финансовые отчеты художественных кооперативов, письма художников “во власть” и доклады художественной бюрократии вышестоящему начальству», – пишет Г.А. Янковская (с. 8–9). Помимо «традиционных» вербальных источников (официальных

документов корпоративных организаций советских художников и властных инстанций, опубликованных и неопубликованных «эго-документов», периодической печати 1930-х–1950-х гг.), автор привлекает к анализу визуальные объекты – источники, все еще не очень привычные, с сомнительным, с точки зрения многих профессиональных историков, познавательным потенциалом: изображения «музейного значения» и не имеющие очевидной художественной ценности предметы повседневной визуальной среды эпохи сталинизма.

Янковская прекрасно ориентируется в обширной историко-визуальной традиции исследования советской эпохи. Авторская историографическая эрудиция складывалась, несомненно, под влиянием англо-американской исторической, социологической, культурологической и искусствоведческой литературы, сыгравшей пионерскую роль в изучении интересующей исследовательницу проблематики. При всем многообразии подходов исторической визуалистики их можно свести к двум исследовательским моделям или стратегиям.