

Научная статья
УДК 316.34(47+57)"1970/1980"
<https://doi.org/10.32324/2949-1568-2024-4-28-40>

Блат как фактор формирования статусных групп в СССР в 1970—1980-е гг.

Максим Степанович Петренко

Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация, petmaxim@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3690-7697>

Аннотация. Статья посвящена анализу неформальных связей в СССР, которые сложились в условиях дефицита и вызванного им ограничения доступа основной части населения к ряду товаров и услуг. Специфической формой такого рода неформальных отношений стал блат — социальное явление, получившее широкое распространение в советском обществе. Блат — это особая форма личных связей, предполагающая оказание содействия в приобретении дефицитных товаров и услуг, помощь в трудоустройстве на привлекательные места и решении иных проблем. Наряду с экономической стороной блата в статье выделяется социально-групповой аспект данного явления. Приватизация публичного пространства, персонификация социально-экономических отношений способствовали формированию полуэлитных социальных групп, претендующих на особый статус в обществе всеобщего социалистического равенства, тяготившего значительную часть населения в последние десятилетия существования СССР. В статье ставится под сомнение решающее значение потребительских настроений в деле формирования блата. Также отвергаются предположения о решающей роли дефицита и незащищенности человека в вопросе образования такого рода неформальных отношений. Дефицит был не причиной, а катализатором развивавшейся в советском обществе социальной дифференциации населения и формирования специфических социальных групп, близких по значению к сословным. Представляется, что потребности социального ранжирования являлись решающим фактором в вопросе группообразования. В условиях размытости социальных границ и аморфности статусных групп возросло значение маркеров престижного потребления, свидетельствовавших об обладании человеком социальным капиталом, широким кругом возможностей и личных связей, открывавших доступ к ряду дефицитных товаров и услуг. Делается вывод, что блат стал важным фактором локализации социального пространства на уровне полузакрытых малых групп, что стимулировало социальное расслоение советского общества не столько на экономической, сколько на статусной основе.

Ключевые слова: блат, потребление, престиж, личные связи, протекция, дефицит, статусная группа, советское общество

Для цитирования: Петренко М. С. Блат как фактор формирования статусных групп в СССР в 1970—1980-е гг. // Сибирь гуманитарная. 2024. № 4. С. 28—40. <https://doi.org/10.32324/2949-1568-2024-4-28-40>

Blat (Favors) as a Factor in Making Status Groups in the USSR in the 1970s—1980s

Maxim S. Petrenko

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation, petmaxim@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3690-7697>

Abstract. The article analyzes informal relations in the USSR, which developed under conditions of scarcity and the resulting restriction of access to a number of goods and services for the majority of the population. A specific form of such informal relations was blat (favors), a social phenomenon that became widespread in Soviet society. Blat is a special form of personal ties, involving assistance in acquiring scarce goods and services, help in finding attractive jobs and solving other problems. Along with the economic side of blat, the article emphasizes the socio-group aspect of this phenomenon. Privatization of public space, personification of socio-economic relations contributed to making semi-elite social groups claiming a special status in the society of universal socialist equality, which burdened a significant part of the population in the last decades of the USSR. The article questions the decisive importance of consumer sentiment in the phenomenon of blat. It also rejects the assumptions about the decisive role of scarcity and human insecurity in developing such informal relations. The scarcity was not the cause, but the catalyst of the social differentiation of the population and emerging specific social groups close in importance to class groups that developed in Soviet society. It seems that the needs of social ranking were a decisive factor in the issue of group formation. In the conditions of blurred social boundaries and amorphous status groups, the importance of markers of prestigious consumption increased, which testified to the possession of social capital, a wide range of opportunities and personal ties that opened access to a number of scarce goods and services. The article concludes that blat became an important factor in the localization of social space at the level of semi-closed small groups, which stimulated the social stratification of Soviet society not so much on the economic as on the status basis.

Keywords: blat (favors), consumption, prestige, personal ties, patronage, scarcity, status group, Soviet society

For citation: Petrenko M.S. Blat (Favors) as a Factor in Making Status Groups in the USSR in the 1970s—1980s. *Siberia Humanitarian*. 2024. № 4. С. 28—40. <https://doi.org/10.32324/2949-1568-2024-4-28-40>

Введение

Интерес к проблеме блата в России возник только после распада СССР, когда появилась возможность взглянуть со стороны на сложившиеся в недавнем прошлом устойчивые повседневные социальные практики, а социологическая наука избавилась от старых методологических схем. Самым маститым исследователем в этой области стала А. В. Леденева, социолог из Новосибирска, переехавшая в 1990-е гг. в Великобританию, где она получила широкую известность в области изучения блата и неформальных отношений в экономике, управлении и сфере принятия политических решений [1 ; 2]. Позднее были исследования и других авторов, хотя эта тема так и не получила широкого распространения в научной среде. Ее больше рассматривали в рамках изучения потребительского поведения в условиях дефицита [3] или как удобный предлог для идеологических нападок на отвергнутое ненавистное прошлое.

Система ценностей советского общества содержала комплекс представлений, в котором социальный статус занимал одну из приоритетных позиций. Уже в наше время, когда на первое место в системе ценностей вышли

деньги, высокий статус советского времени стали представлять как инструмент достижения материальных благ. Произошла явная модернизация истории, когда недавнее прошлое стали рассматривать сквозь призму современных оценок и критериев. Другая крайность заключалась в излишней политизации и идеологизации вопроса. Так, по мнению некоторых исследователей, система социальных отношений в СССР «сложилась под силовым воздействием интересов определенных властных клик» и явилась результатом умышленной репрессивной политики советской власти, которая якобы сознательно не желала повышения качества жизни народа, безопасности, предоставления хорошего медицинского обслуживания, намеренно практикуя статусно-иерархическое распределение и потребление [4, с. 26—27].

Специфика восприятия реальности в 1990-е гг., когда в центре внимания оказались экономические темы и нужно было найти рациональное объяснение существовавшей в СССР системе товарообмена, предопределила ориентацию исследований, касающихся предоставления взаимных услуг, преимущественно на экономическую сторону вопроса, в то время как проблема социального размежевания на основе доступа к дефицитным ресурсам и специфика культивировавшегося в рамках неформального обмена социального статуса оставалась вне области интересов ученых. Проблема дефицита в СССР направляла исследователей в область изучения неформальных экономических отношений, реципрокного обмена [5], коррупции [6 ; 7], что уводило от ключевой проблемы.

Исследования А. В. Леденевой в этом отношении свободны от излишнего экономизма. В них четко отслеживается связь между способностью достать товар или устроить кого-то по блату и социальным статусом. Блат был мерилем социального капитала его обладателя. Однако предметом исследования у Леденевой выступает именно блат, а не социальный статус. Вопросы репутации и престижа оказались на периферии исследования. Спорным выглядит и тезис, что советские люди отрицали свою причастность к блату. Представляется, что ситуация была несколько сложнее. Если устройством по блату в институт не хвастались, то достать через знакомых дефицитную вещь было гораздо престижнее, чем приобрести ее после многочасового стояния в очереди. Это ставит вопрос о необходимости отдельного рассмотрения блата как фактора формирования особых полуэлитных статусных групп, размывающих социалистический принцип социального равенства, утверждавшийся в СССР.

Блат как особая форма личных связей и коммуникации

Блат — это система неформальных контактов и личных связей для получения товаров и услуг ограниченного доступа, когда знакомые или друзья помогают купить что-либо подешевле под видом некондиции, повысить качеством или достать дефицитные вещи, получить важные услуги, помочь в продвижении по службе. Доставать можно было не только предметы, но и дефицитные билеты на концерт известного артиста, путевки, водительские права без сдачи экзаменов в ГАИ, выход на нужных людей. Взамен можно было предложить возможность престижного трудоустройства, поступление без конкурса в институт или университет на труднопроходимые места, получение места в аспирантуре. Иногда достаточно было назвать имя влиятельного лица, чтобы облегчить себе решение той или иной проблемы. Предполагалось, что человек действует с санкции этого лица, протежирующего просителя.

Блат был хорошо известен в советском обществе, он был частью повседневной жизни. Официальная пропаганда пыталась вести с ним борьбу. В 1970—1980-е гг. писались фельетоны, создавались художественные произведения, фильмы, высмеивавшие эти отношения. Фильмы «Ты — мне,

я — тебе», «Блондинка за углом», «Прохиндиада, или Бег на месте», «Нужные люди» и другие стали своеобразным слепком эпохи, по ним можно судить о многих скрытых, в то время до конца не осознаваемых мотивах специфических социальных отношений.

Сводить отношения блата к простой схеме реципрокного обмена или тем более к модели «ты — мне, я — тебе», как справедливо пишет А. В. Леденева, нельзя [8, с. 90]. Статус и социальные коммуникации в России всегда значили больше, чем богатство. Природа блата не в беспомощности человека перед системой и не в существовавшем дефиците товаров широкого потребления, и вообще не в экономической сфере. Это не был бартерный обмен. Обменивались не товарами и трудом, а услугами особого рода — «услугами доступа». О равноценности оказываемых услуг и равновесности речь не шла, хотя некоторые исследователи полагают, что обмен шел исключительно за мзду, пишут об обязательной компенсаторности в оказании услуг и прямо отождествляют отношения блата с формой взятки, рассматривая их как разновидность коррупции [9, с. 58—59]. Ошибочность такого рода суждений связана с переносом проблем современного российского общества на советское прошлое. Главным в то время было вовсе не экономическое благополучие (базовые потребности были удовлетворены), а связи, расширяющие возможности, подрывающие принципы всеобщего равенства, которые многих тяготили. Они создавали особый полужакрытый мир «друзей», или, точнее, «своих» людей. Купить в нем место было невозможно.

Социологические и антропологические исследования показывают, что в большинстве случаев экономическая сторона потребления всегда вторична. Люди хотят в первую очередь уважения к себе. И даже богатство выступает только в качестве одного из инструментов достижения высокого социального статуса [10]. Принадлежность к высшему классу указывает скорее на репутацию, а не на богатство. Статус индивида определяется его «местом в обществе» и умением общаться с «подходящими людьми» [11, с. 93]. Исследования, проведенные американским социологом и антропологом Ллойдом Уорнером, показали, что связь между социальным положением человека в обществе и его экономическим и профессиональным статусом эмпирически не подтверждается. Зато ученый обнаружил зависимость социальной оценки от типичных для стратификационной системы способов поведения [11, с. 92].

Дефицит как фактор социальной дифференциации и символической самоидентификации групп

В повседневной жизни среднестатистического советского города принадлежность к статусной группе всегда была неопределенной в силу размытости ее границ. В условиях неофициального распределения в рамках престижной стратификации общества принадлежность к социальной группе держится на смутном чувстве приобщенности к ней. Отсюда потребность в выработке особой символической идентификации, которая позволила бы консолидировать группу и дистанцироваться от других. Таким статус-символом выступает стиль жизни, специфическая модель поведения, форма организации повседневных практик, что позволяет отличать своих от чужих [12, с. 36—37].

Проблемы идентификации статусной группы требуют ее символического измерения, и применительно к позднесоветскому обществу социальные отношения блата, как обмена на уровне знаков и символов, дают богатый эмпирический материал.

Теоретические основы потребления товаров и услуг как производства символов разработал Жан Бодрийяр [13 ; 14]. По его мнению, в ходе потребления происходит дифференциация населения. В том же ключе рассуждает

В. И. Ильин, автор учебника по социологии потребления. По словам ученого, «потребление... превращается в инструмент конструирования социальной идентичности, социокультурной интеграции в общество» [15, с. 5].

В советское время деньги не играли такой большой роли, как сейчас. Статус человека был ценностью самой по себе. Он определялся не доходом и не размером собственности, а местом в социальной иерархии. Критерии социального размежевания менялись на протяжении всего советского периода. К 1970—1980-м гг., когда в СССР сложилось потребительское общество и материальное благополучие стало цениться высоко, статус не утратил своего значения, скорее наоборот, так как он получил дополнение в виде отрывающихся возможностей в условиях растущего дефицита.

В советском обществе наряду с официальной публичной сферой всегда существовала область неформальных межличностных отношений с особыми типами солидарности, где фактор престижа и связанного с ним статуса имел ключевое значение.

Владимир Шляпентох ввел в научный оборот понятие «приватизация публичного пространства», под которым понимал общую тенденцию к персонификации социально-экономических отношений. Приватизация, по В. Шляпентоху, происходит в форме превращения полезных знакомых, обладающих возможностями обеспечить доступ к редкому ресурсу, в категорию своих людей, друзей или даже членов семьи [16, р. 154]. «Дружба приобретает особую значимость в повседневной жизни людей, — пишет В. Шляпентох. — Значимость дружеских связей прямо пропорциональна доступности товаров и услуг» [16, р. 173—174].

Высокий статус как инструмент возможностей и статус как самооценка тесно переплетены. Возможность достать дефицитный товар была привлекательна сама по себе. Вещи, которые находились в ограниченном доступе, могли быть и не нужны. Важнее была сама возможность их достать [17, с. 114].

Привлекательность дефицитных вещей находилась в обратной зависимости от их доступности. Предметы потребления, обладавшие высокими потребительскими свойствами, конечно, ценились (например, качественные ткани, бритвы, ножи, посуда и т. п.), но дефицитным товаром не были. Они были частью повседневности, которая не рефлексировалась сознанием, а потому не значима [18]. Гораздо важнее было приобретать вещи, которых нет в магазине, даже если они не обладали более привлекательными потребительскими свойствами. Те, кто имел возможность достать альтернативу тому ассортименту, который предлагала широким массам советская торговля, чувствовал свою особенность, свою значимость, непохожесть на других людей. Это рождало у них чувство уверенности и укрепляло самооценку. Такие люди выделялись из общей массы. На них смотрели с уважением, им завидовали и подражали. Взаимное признание друг друга создавало особую социальную группу лиц, действующих схожим образом и обладающих одним типом поведения. Как писал известный сатирик Михаил Жванецкий в своем рассказе «Дефицит», блестяще прочитанном Аркадием Райкиным: «Ты меня уважаешь. Я тебя уважаю. Мы с тобой уважаемые люди». Очевидно, что в данном монологе речь идет не об уважении как эмоциональной стороне межличностных отношений, а о взаимном признании как инструменте формирования социального престижа.

Несмотря на отрицательное отношение людей к существовавшему дефициту, в воспоминаниях преобладают положительные оценки того времени. Население не чувствовало нужды. «Легко жилось, главное, что люди были другие и были как-то добрее»; «То, что продуктов не было... все равно мы не голодали... друг друга все же ценили больше, чем сейчас...» — вспоминают люди [19, с. 109—110].

Возможности достать дефицитный товар существенно различались на разных уровнях неформальной иерархии. Однако стремление обладать такой возможностью даже в минимальных масштабах было повсеместным. Иметь то, чего ни у кого нет, — в этом заключался смысл потребления. Если на Западе консьюмеризм формировался через культивирование и насаждение конкретных товаров и услуг через рекламу, через создание образа потребительского рая, то в СССР потребности поддерживались дефицитом. Как писали американские антропологи Джон Борнеман и вторившая ему Кэтрин Вердери, капитализм делал желание конкретным, определенным и предлагал конкретные товары для его удовлетворения. Социализм, напротив, возбуждал желание, не фокусируя его, поддерживая путем лишений [20, р. 28]. Если в США, как писал Жан Бодрийяр, «90 % населения не имеют другого желания, кроме как иметь то, что имеют другие» [14], то в СССР ситуация выглядела несколько иначе. Важно было иметь то, что не имеют другие. Однако это было актуально для небольшой группы лиц, имевших возможность доставать дефицитный товар. Для тех, кто был лишен этого, на первое место выходила задача потреблять наравне со всеми, чтобы не казаться аутсайдером. По данным Ольги Гуровой, в СССР только 19,3 % высокооплачиваемых инженерно-технических работников стремились отличаться от основной массы. Остальные стремились быть «не хуже других» [21, с. 31].

На первый взгляд, эти показатели свидетельствуют о том, что потребительские установки советских людей в целом соответствовали общемировым тенденциям. Однако следует различать «иметь то, что имеют другие» и «быть не хуже других». Во втором случае статусная составляющая потребления явно выходит на первое место. В СССР, в отличие от стран Запада, в условиях широкого распространения личных связей потребление приобретало дополнительный ценностный смысл, усиливающий престиж потребителя. На этой основе шло символическое размежевание групп. Бодрийяр писал, что человек потребляет не столько вещи, сколько знаки. Потребление однотипных товаров нивелирует существующие социальные различия и создает новые уже на основе дифференциации потребления. Людей интересуют не столько потребительские свойства предмета, сколько то, что он означает. Это позволяет ощущать свою принадлежность к миру тех, кто потребляет или действует сходным образом, и отличаться от других, кто не потребляет эти знаки. Предметы и их потребление, по Бодрийяру, лишь символы статуса, власти, престижа, которые порождают определенные отношения между людьми и создают свой собственный язык коммуникации, не понятный чужому [13].

Статусный характер потребления

Советский человек стремился к потреблению не столько самих вещей, сколько их образов. Об этом справедливо пишет С. Г. Кара-Мурза, который акцентирует внимание на дефиците образов. Только автор «Советской цивилизации» почему-то сводит эту проблему к потребностям в рекламе, образах товарного изобилия, которые якобы волновали советских людей [22, с. 213—214]. Людям действительно был нужен образ, его символическое значение, связанное с иллюзией высокого положения в обществе и принадлежности к особому кругу избранных.

В стремлении ощущать свою принадлежность к миру тех, кто имеет возможность доставать дефицитные вещи, возрастало значение самих вещей, что объективно усиливало мещанские настроения. Эта черта была присуща скорее основной части населения, которая не имела влиятельных покровителей или полезных знакомств и не могла на регулярной основе доставать дефицитные товары, хотя и стремилась казаться принадлежащей к миру

людей с особыми возможностями. Но даже среди них мещанство считалось негативной чертой [23].

В сфере широкого советского консьюмеризма вещи обладали значениями, созданными вне их. Приобретение товаров, которые считались дефицитными, резко усиливало их значимость. Даже если товар становился более доступным и его можно было приобрести в магазине в порядке общей очереди, он какое-то время сохранял свои символические свойства и вселял в сознание его обладателя ощущение принадлежности к избранному миру. Примером может являться приобретение хрустальной посуды, ковров или книг, в том числе теми, кто мало интересовался литературой и зачастую не читал даже тех книг, которые аккуратно было выставлены в книжном шкафу. С течением времени, когда хрусталь, ковры и книги появились почти в каждой городской квартире, значение их стало падать. Однако неуклонный рост дефицита в 1980-е гг. оставлял мало шансов предметам престижного потребления потерять свою привлекательность.

Социально-групповой аспект обладания дефицитным товаром, как правило, до конца не рефлексировался сознанием. В своих воспоминаниях люди объясняют погоню за хрусталем или коврами вовсе не стремлением выделиться или быть не хуже других. О хрустале и коврах чаще говорят как о признаках «шика», «роскоши» и «уюта» [24, с. 39—40], упуская скрытые мотивы потребления, связанные со стремлением противопоставить себя массовому обществу. Об этом свидетельствует отсутствие широкой легитимации приобретения статусных вещей. Их важно было достать либо напрямую, либо через родственников, друзей, через знакомых знакомых. Можно купить, отстояв длинную очередь, но это снижало ценность приобретения.

Сама по себе покупка в магазине мало способствовала укреплению социального статуса. Купить то, что может купить любой, смысла не имело. Важно было достать, а не купить. Деньги были. Была проблема их потратить [25, с. 232]. Даже если их не хватало на дорогие товары, это не считалось особо критичным. На статус это мало влияло. Все, что свободно продавалось в советских магазинах, но было малодоступно из-за высокой стоимости, не имело большой значимости, хотя обладали такими вещами немногие. Важно было достать такое, о существовании чего большинство даже не догадывалось, например японскую электронную зажигалку (в СССР были только кремневые) или мало кому известную модель телефона. Лучше достать сверхдефицитную недорогую вещь, чем пойти в магазин и купить бриллиантовые серьги по цене автомобиля.

Что касается иных способов приобретения дефицитных товаров, таких как воровство, подлог, мошенничество, то они не только не ценились, но и решительно осуждались. Предпринимательство также было не в почете. Речь не идет о моральном отношении к воровству и предпринимательству. Сам конструкт статуса строился на вычленении статусных возможностей и придании им значимости. Иметь много друзей, знакомых, особенно влиятельных, с многочисленными связями, было престижно. Обладатель дефицитного товара, приобретенного через них, становился частью этого статусного мира. Сам товар большого значения не имел. Поэтому те, кто приобретал редкие вещи иным путем, тем более через воровство, относились к профанному миру не понимающих специфичность и тонкость человеческих отношений, не способных ценить связи сами по себе. Негативное отношение к мещанству, свойственное 1950—1960-м гг., никуда не делось. Потребительский раж, коллекционирование книг, погоня за мебелью, которые на первый взгляд означали поворот советского человека к консьюмеризму, в основе своей таковыми были лишь отчасти.

О том, что вещи обладали символическими значениями и были важны не с точки зрения их потребительских свойств, наглядно свидетельствует от-

ношение советской молодежи к джинсам. Джинсы были символом современности, символом успеха. Это был элемент престижного потребления. Но когда советская промышленность наладила их производство, они стали никому не нужны, так как их можно было уже купить повсюду. Другое дело — американские джинсы или считавшиеся таковыми. Это была редкость, в магазине такое не купить. Американские джинсы носили только люди, обладавшие доступом к системе распределения или имевшие полезные знакомства. Ради чувства приобщенности к этому миру избранных и тратили молодые люди огромные деньги на покупку таких джинсов у спекулянтов, переплачивая втридорога. Цена доходила до 200 руб., что было сравнимо со среднемесячной зарплатой в стране. Причем сами продавцы таких джинсов в 1970 — начале 1980-х гг. уважением не пользовались [26, с. 397], так как коммерческая и потребительская составляющая их деятельности явно превалировала над статусной.

В этом отношении конвертация статуса в деньги считалась второстепенной и даже малопrestiжной. Помощь оказывалась друг другу не ради коммерческой выгоды. Превращение социального положения с широким кругом возможностей в инструмент наживы резко снижало его значение. Терялась та аристократическая составляющая статуса, которая возвышала человека над остальным миром и позволяла чувствовать себя особенным и независимым. Важно было осознание власти и свободы, имеющихся возможностей, а не того, что они давали. Периодически пользоваться ими считалось нормальным. Но превращать в профессиональный способ обогащения уже нет. Не случайно после распада СССР российские нувориши повсеместно демонстрировали барское поведение, сорили деньгами, подражая, как им казалось, аристократическому классу. До сих пор образ расчетливого дельца слабо легитимирован в российском обществе.

Маркеры статусности

Будучи самостоятельной ценностью, статус в советском обществе 1970—1980-х гг. был по-своему эстетизирован. Это проявлялось в особой манере общения. Ценились непринужденность и солидная сдержанность, а также умение вести себя с достоинством. Пижонство, чванливость или кичливость решительно осуждались¹.

Люди получали особое удовольствие от осознания имевшихся у них возможностей воспользоваться личными связями, даже если в этом не было необходимости. Смысл социальной активности заключался в том, чтобы потреблять не хуже друзей и знакомых своего круга и обязательно больше основной массы населения [27, с. 47]. Это был своего рода маркер избранности. Возможности надо было материализовывать. Они должны были быть как-то представлены, обозначены, даже если некоторые из них становились избыточны, когда, например, открывался доступ к тем вещам и услугам, потребности в которых не существовало. Порой приходилось сознательно демонстрировать престижное потребление, чтобы показать другим и в первую очередь себе имеющиеся скрытые возможности. Например, заказать знакомого стоматолога на дом или записаться по благу на прием к модному врачу, хотя в этом не было никакой нужды. Важно было окружить себя как можно большим количеством маркеров имеющихся у человека возможностей доставать то, что было малодоступно для основной части населения. Импортный гарнитур, желательного производства ГДР, книги популярных авторов, машина (лучше «Волга», в крайнем случае «Жигули»), но никак не «Москвич» или «Запорожец»), цветной телевизор на микросборке, а не громоздкий ламповый «как у всех»), итальянские или хотя бы югославские сапоги, пихта вместо сосны или ели на Новый год, на

¹ Образ человека, «умеющего дружить», был весьма точно показан Александром Калягиным в советском фильме «Прохиндиада, или Бег на месте».

праздник красная и черная икра, копченая колбаса, красная рыба, шоколадные конфеты, марочные импортные вина, малоизвестные марки водки (например, «Сибирская» вместо «Русской» или «Пшеничной») — вот некоторый минимальный перечень предметов престижного потребления среднего класса в большинстве советских городов в 1980-е гг., когда уровень дефицита значительно вырос. Все это было трудно достать, что, собственно, и превращало эти вещи в символы высокого статуса. Даже взятки в СССР порой давали колбасой или рыбой.

В 1970—1980-е гг. друг другу раздавали заказы, когда кто-то ехал в командировку в Москву, Ленинград или Прибалтику, если повезет, — за границу. Но это были разовые случаи, которые помогали стать на время обладателем дефицитного товара. Важнее было иметь постоянный выход на руководство магазина, ресторана, лучше торгова, треста, ОРСа, базы и др. Знаменитой поэт Расул Газматов, член Президиума Верховного Совета СССР, с гордостью рассказывал друзьям, что его дочь сидит за одной партией с сыном директора ГУМа [28, с. 264]. «В театре просмотр, премьера идет. Кто в первом ряду сидит? Уважаемые люди сидят: завсклад сидит, директор магазина сидит, сзади товаровед сидит», — писал сатирик М. Жванецкий. Однако на практике ситуация выглядела несколько сложнее. Отношение к работникам торговли, в том числе имевшим доступ к дефицитным товарам, в обществе было скорее отрицательным. Тот, кто принадлежал к статусной группе, смотрел даже на директора магазина свысока. Если люди, связанные с ними блатными отношениями, хотя бы демонстрировали уважение, то среди основной части граждан престижных профессий высокомерие и нескрываемое презрение по отношению к работникам торговли встречались очень часто.

Нельзя четко обозначить перечень престижных профессий, из представителей которых складывался такого рода полуэлитный клуб. Неверным было бы и обратное замечание, что профессиональная деятельность, занимаемая должностью значения не имели. Люди, обладавшие широкими возможностями и связями, как правило, принадлежали к вполне конкретным социальным сферам. Это руководители среднего и высшего звена, возглавлявшие торговые заведения, рестораны, больницы, начальники строительных трестов, производственники, верхушка научных и образовательных учреждений, представители партийной и советской номенклатуры, старший и высший офицерский состав в армии и в правоохранительных органах и др. Однако далеко не все из них входили в блатные сообщества. Более того, можно было не занимать ответственную должность, но быть частью узкого круга избранных. Для этого нужно было обладать только соответствующим социальным капиталом.

Так возник мир локальных сообществ, очень близких к дружественным по форме и сословным по своей сути. Таких сообществ обычно было несколько даже в небольших городах. Иногда они взаимодействовали между собой, что позволяло некоторым людям, имевшим связи в разных группах, свободно маневрировать между ними, оказывая посреднические услуги. Наладив связи с более высокой группой, можно было перейти на ранг выше, получив назначение в вышестоящие структуры даже с переездом в другой город. Однако это было сопряжено с риском утраты налаженной системы личных связей без ясного понимания собственного влияния на новом месте, особенно в новом городе.

Связями очень дорожили, поэтому нужно было их постоянно воспроизводить, напоминая о себе просьбами и предложениями. Периодически проводились дружеские встречи в компаниях нужных людей. Делалось это обычно по-домашнему: на даче, в частной сауне, на праздновании дня рождения. Неформальное общение укрепляло принадлежность к такого рода сообществу и позволяло каждому его члену чувствовать себя выше остальных.

ных. В такой системе, как пишут М. К. Карпова и А. А. Карпухина, люди постоянно награждают друг друга какими-то знаками отличия, и приглашение в гости — это однозначный маркер положения в социальной иерархии [10].

Тот же механизм лежал в отсечении от группы тех, кто не соответствовал сложившимся в системе типам поведения и не обладал необходимым статусом. Было чрезвычайно важно, чтобы люди, не входившие в круг избранных, не могли пользоваться теми же благами, что и представители статусной группы. Появление у чужих тех же возможностей подрывало устойчивость группы, так как лишало ее необходимых социальных оснований, обесценивая блат. Как писал М. Жванецкий: «Представь себе, исчез дефицит. Я пошел в магазин, ты пошел в магазин, мы его не любим — он тоже пошел в магазин». Здесь важно последнее замечание. Тот, кто не является частью своего круга, не должен был обладать тем, чем обладают свои.

Заключение

Таким образом, можно констатировать наличие в советском обществе особых неформальных статусных групп, отношения в которых строились на манер дружбы. Однако главным скрепляющим фактором в них была не эмоциональная привязанность друг к другу, а взаимная полезность и блат как система связей, позволяющих получать доступ к дефицитным товарам и услугам. Природа этих связей была не столько экономической, сколько социальной. В их основе лежало стремление удовлетворить потребность в статусном размежевании, выделиться и противопоставить себя основной массе. Советские идеологические принципы социального равенства, культивировавшиеся в СССР, в условиях фактической неоднородности общества стали дополнительным стимулирующим фактором формирования особых полузакрытых статусных групп, само возникновение которых призвано было компенсировать данное несоответствие. В условиях растущего дефицита блат стал важным средством объединения людей, обладавших возможностями достать малодоступные вещи или устроить «хорошего человека» на престижную работу, решить сложный вопрос, свести с нужными людьми. Связанное с этим статусное потребление выступало своего рода маркером имевшихся возможностей, позволявшим отличать своих от чужих. Это повышало значимость дефицитных товаров среди основной массы населения, стимулируя поворот советских людей к консьюмеризму, размывало социалистическое единство и способствовало усилению процессов социальной локализации и формирования специфических малых групп.

Список источников

1. Ledeneva A. *Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange*. Cambridge : Cambridge University Press, 1998. 256 p.
2. Ledeneva A. Continuity and Change of Blat Practices in Soviet and Postsoviet Russia // *Bribery and Blat in Russia*. London, 2000. P. 183—206.
3. Тарасова Т. В. Потребительское поведение в условиях дефицита: теоретическая модель и советская реальность // *Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения*. 2013. № 4. С. 81—86.
4. Гудков Л. Д., Дубин Б. В. «Нужные знакомства»: особенности социальной организации в условиях институциональных дефицитов // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2002. № 3 (59). С. 24—39.
5. Барсукова С. Ю., Радаев В. В. Неформальная экономика в России: краткий обзор // *Экономическая социология*. 2012. Т. 13, № 2. С. 99—111.
6. Шедий М. В. Социально-экономические детерминанты трансформации коррупционных отношений в современном российском обществе // *Вестник Восточной экономико-юридической гуманитарной академии*. 2013. № 1. С. 75—80.

7. Винокуров С. С. Коррупция и сети неформальных отношений // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. СПб. : Изд-во С.-Петерб. гос. эконом. ун-та, 2015. С. 277—280.
8. Леденева А. В. Личные связи и неформальные сообщества: трансформация блата в постсоветском обществе // Мир России. 1997. Т. 6, № 4. С. 89—106.
9. Бубнов Ю. А. Исторические предпосылки взяточничества // Społeczeństwo i edukacja. Międzynarodowe studia humanistyczne. 2013. № 1. С. 45—65.
10. Карпова М. К., Карпухина А. А. Феномен престижа в теории социальной стратификации // Наука. Общество. Государство. 2018. Т. 6, № 4. С. 178—185.
11. Батуренко С. А. Социальная стратификация в исследованиях У. Л. Уорнера // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2022. Т. 28, № 2. С. 86—98.
12. Флоринская С. А. Социальный престиж как механизм регулятивной культуры // Сервис Plus. 2008. № 3. С. 32—37.
13. Бодрийяр Ж. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М. : Культурная революция ; Республика, 2006. 268 с.
14. Бодрийяр Ж. Система вещей. М. : РИПОЛ классик, 2020. 256 с.
15. Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. № 2. С. 3—40.
16. Shlapentokh V. Public and Private Life of the Soviet People. Changing Values in Post-Stalin Russia. N. Y. ; Oxford : Oxford university press, 1989. 281 с.
17. Барсукова С. Ю. Блатной Советский Союз, или Экономика взаимных услуг : рецензия на книгу: Ledeneva A. 1998. Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange. Cambridge : Cambridge University Press // Экономическая социология. 2013. Т. 14, № 1. С. 114.
18. Шюц А. О множественных реальностях // Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом. М. : РОССПЭН, 2004. С. 401—455.
19. Нечаева Е. С. Структуры повседневности советского человека в период перестройки (опыт анализа биографических интервью) // Теория и практика общественного развития. 2012. № 8. С. 108—111.
20. Verdery K. What was socialism, and what comes next? Princeton : Princeton University Press, 1996. 312 p.
21. Гурова О. Отношение к вещам в советском обществе. Был ли Homo consumens в СССР? // Люди и вещи в советской и постсоветской культуре : сб. ст. Новосибирск : Новосиб. гос ун-т, 2005. С. 22—34.
22. Кара-Мурза С. Г. Советская цивилизация. Кн. 2. От Великой Победы до наших дней. М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. 768 с.
23. Иванова А. Изображение дефицита в советской культуре второй половины 1960-х — первой половины 1980-х годов // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77). С. 216 — 235.
24. Гурова О. От товарища к товару: предметы потребления в советском и постсоветском обществе // Люди и вещи в советской и постсоветской культуре : сб. ст. Новосибирск : Новосиб. гос. ун-т, 2005. С. 35—48.
25. Плещенко В. И. К вопросу об ограниченной функциональности наличных денег и специфике розничного товарооборота в СССР // Россия и современный мир. 2020. № 2. С. 228—239.
26. Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 661 с.
27. Кордонский С. Г. Рынки власти: административные рынки в СССР и России. М. : О.Г.И., 2006. 238 с.
28. Васькин А. А. Повседневная жизнь советской столицы при Хрущеве и Брежнев. М. : Молодая гвардия, 2018. 671 с.

References

1. Ledeneva A. Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange. Cambridge, Cambridge University Press, 1998, 256 p.
2. Ledeneva A. Continuity and Change of Blat Practices in Soviet and Postsoviet Russia, *Bribery and Blat in Russia*. London, 2000, pp. 183-206.
3. Tarasova T.V. Potrebitel'skoe povedenie v usloviyakh defitsita: teoreticheskaya model' i sovetskaya real'nost' [Consumer Behaviour Under Conditions of Scarcity: Theoretical Model and Soviet reality], *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy i puti ikh resheniya* [Modern Science: Current Problems and Ways of their Solution], 2013, no. 4, pp. 81-86.
4. Gudkov L.D., Dubin B.V. "Nuzhnye znakomstva": osobennosti sotsial'noy organizatsii v usloviyakh institutsional'nykh defitsitov ['Needed Acquaintances': Features of Social Organisation in Conditions of Institutional Scarcity], *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change], 2002, no. 3 (59), pp. 24-39.

5. Barsukova S.Yu., Radaev V.V. Neformal'naya ekonomika v Rossii: kratkiy obzor [Informal Economy in Russia: a Brief Overview], *Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic Sociology]*, 2012, vol. 13, no. 2, pp. 99-111.
6. Shedi M.V. Sotsial'no-ekonomicheskie determinanty transformatsii korruptsiyonnykh otnosheniy v sovremennom rossiyskom obshchestve [Socio-Economic Determinants of Transformation of Corruption Relations in Modern Russian Society], *Vestnik Vostochnoy ekonomiko-yuridicheskoy gumanitarnoy akademii [Bulletin of the Eastern Economic and Legal Humanitarian Academy]*, 2013, no. 1, pp. 75-80.
7. Vinokurov S.S. Korruptsiya i seti neformal'nykh otnosheniy [Corruption and Informal Networks], *Rossiya i Sankt-Peterburg: ekonomika i obrazovanie v XXI veke [Russia and St. Petersburg: Economy and Education in the 21st Century]*. Saint-Petersburg, Publ. S.-Peterb. gos. ekonom. un-ta, 2015, pp. 277-280.
8. Ledeneva A.V. Lichnye svyazi i neformal'nye soobshchestva: transformatsiya blata v postsovetском obshchestve [Personal Ties and Informal Communities: the Transformation of Blat in Post-Soviet Society], *Mir Rossii [Russia's World]*, 1997, vol. 6, no. 4, pp. 89-106.
9. Bubnov Yu.A. Istoricheskie predposylki vzyatochnichestva [Historical Background to Bribery], *Spółeczeństwo i edukacja. Międzynarodowe studia humanistyczne [Society and Education. International humanities Studies]*, 2013, no. 1, pp. 45-65.
10. Karpova M.K., Karpukhina A.A. Fenomen prestizha v teorii sotsial'noy stratifikatsii [The Phenomenon of Prestige in the Theory of Social Stratification], *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo [Science. Society. State]*, 2018, vol. 6, no. 4, pp. 178-185.
11. Baturenko S.A. Sotsial'naya stratifikatsiya v issledovaniyakh U.L. Uornera [Social Stratification in the Research of W.L. Warner], *Vestnik Mosk. un-ta. Ser. 18. Sotsiologiya i politologiya [Vestnik Mosk. un-ta. Ser. 18. Sociology and Political Science]*, 2022, vol. 28, no. 2, pp. 86-98.
12. Florinskaya S.A. Sotsial'nyy prestizh kak mekhanizm regulativnoy kul'tury [Social Prestige as a Mechanism of Regulatory Culture], *Servis Plus [Service Plus]*, 2008, no. 3, pp. 32-37.
13. Bodriyyar Zh. Bodriyyar Zh. Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury [Consumer Society. Its Myths and Structures]. Moscow, Kul'turnaya revolyutsiya, Respublika, 2006, 268 p.
14. Bodriyyar Zh. Sistema veshchey [The System of Things]. Moscow, RIPOL klassik, 2020, 256 p.
15. Il'in V.I. Obshchestvo potrebleniya: teoreticheskaya model' i rossiyskaya real'nost' [Consumer Society: Theoretical Model and Russian Reality], *Mir Rossii [Russia's World]*, 2005, no. 2, pp. 3-40.
16. Shlapentokh V. Public and Private Life of the Soviet People. Changing Values in Post-Stalin Russia. New York, Oxford, Oxford university press, 1989, 281 p.
17. Barsukova S.Yu. Blatnoy Sovetskiy Soyuz, ili Ekonomika vzaimnykh uslug [The Blatnoy Soviet Union, or the Economy of Mutual Services], retsenziya na knigu [book review] Ledeneva A. 1998. Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange. Cambridge, Cambridge University Press, *Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic sociology]*, 2013, vol. 14, no. 1, p. 114.
18. Shyuts A. O mnozhestvennykh real'nostyakh [On Multiple Realities], *Shyuts A. Izbrannoe: mir, svetyashchiysya smyslom [Selected Works: a World Glowing with Meaning]*. Moscow, ROSSPEN, 2004, pp. 401-455.
19. Nechaeva E.S. Struktury povsednevnosti sovetskogo cheloveka v period perestroyki (opyt analiza biograficheskikh interv'yu) [Structures of Everyday Life of a Soviets during Perestroika (Experience of Biographical Interviews Analysis)], *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and Practice of Social Development]*, 2012, no. 8, pp. 108-111.
20. Verdery K. What was socialism, and what comes next? Princeton, Princeton University Press, 1996, 312 p.
21. Gurova O. Otnoshenie k veshcham v sovetskom obshchestve. Byl li Homo consumens v SSSR? [Attitudes Towards Things in Soviet Society. Was Homo Consumens in the USSR?], *Lyudi i veshchi v sovetskoj i postsovetskoj kul'ture [People and Things in Soviet and Post-Soviet Culture]*, sb. st. Novosibirsk, Publ. Novosib. gos un-t, 2005, pp. 22-34.
22. Kara-Murza S.G. Sovetskaya tsivilizatsiya. Kn. 2. Ot Velikoy Pobedy do nashikh dnei [Soviet Civilization]. Moscow, EKSMO-Press, 2002, 768 p.
23. Ivanova A. Izobrazhenie defitsita v sovetskoj kul'ture vtoroy poloviny 1960-kh - pervoy poloviny 1980-kh godov [The Image of Scarcity in Soviet Culture of the Second Half of the 1960s and the First Half of the 1980s], *Neprikosnovennyy zapas [Untouchable reserve]*, 2011, no. 3 (77), pp. 216-235.
24. Gurova O. Ot tovarishcha k tovaru: predmety potrebleniya v sovetskom i postsovetskom obshchestve [From Comrade to Commodity: Consumption Items in Soviet and Post-Soviet Society], *Lyudi i veshchi v sovetskoj i postsovetskoj kul'ture [People and Things in Soviet and Post-Soviet Culture]*, sb. st. Novosibirsk, Publ. Novosib. gos. un-t, 2005, pp. 35-48.
25. Pleshchenko V.I. K voprosu ob ogranichennoy funktsional'nosti nalichnykh deneg i spetsifike roznichnogo tovaro-oborota v SSSR [To the Issue of Limited Functionality of Cash and Specifics of Retail Trade in the USSR]

- Retail Turnover in the USSR], *Rossiya i sovremennyy mir [Russia and the Modern World]*, 2020, no. 2, pp. 228-239.
26. Yurchak A. Eto bylo navsegda, poka ne konchilos'. Poslednee sovetskoe pokolenie [It Was Forever Until It Was Over. The Last Soviet Generation]. Moscow, Novoe lit. obozrenie, 2014, 661 p.
27. Kordonskiy S.G. Rynki vlasti: administrativnye rynki v SSSR i Rossii [Markets of Power: Administrative Markets in the USSR and Russia]. Moscow, O.G.I., 2006, 238 p.
28. Vas'kin A.A. Povsednevnyaya zhizn' sovetskoy stolitsy pri Khrushcheve i Brezhneve [Daily Life in the Soviet Capital under Khrushchev and Brezhnev]. Moscow, Molodaya gvardiya, 2018, 671 p.

Информация об авторе

Петренко Максим Степанович — кандидат исторических наук, доцент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: petmaxim@yandex.ru

Information about the author

Maxim S. Petrenko — Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: petmaxim@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 18.09.2024; одобрена после рецензирования 17.10.2024; принята к публикации 31.10.2024.

The article was submitted 18.09.2024; approved after reviewing 17.10.2024; accepted for publication 31.10.2024.