

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ КРАСНОЯРСКА В 1920-Е ГГ.
(ОДИН ДЕНЬ ИЗ ЖИЗНИ КРАСНОЯРСКОГО РЫНКА)**

Юрлов П. В.

научный руководитель д-р ист. наук Федорченко В. И.

Сибирский федеральный университет

Предприниматели и их культура в годы НЭПа всегда привлекала большое общественное и научное внимание, так как свободное предпринимательство в 20-е годы являлось своеобразным феноменом советской жизни. Оценки данного явления сильно зависели от господствующей идеологии и политических настроений. Данная статья не содержит авторских суждений об эффективности частной торговой деятельности, а лишь описывает повседневную жизнь местных предпринимателей на основе газетных, архивных материалов и воспоминаний современников.

В данной работе рассматриваются профессиональные предприниматели, так как торговля являлась их основной деятельностью (в отличие от других социальных групп). Городская предпринимательская культура была неразрывно связана с таким социально-экономическим явлением как рынок. Рынок являлся барометром состояния экономики и чутко реагировали на быстро меняющиеся настроения властей. Он являлся живым организмом и вел свою своеобразную жизнь. На примере красноярской барахолки, как на срезе социальной жизни, можно рассмотреть основные группы предпринимателей в городе. В мае 1924 г. в Красноярском рабочем № 113 была опубликована зарисовка повседневной жизни рынка в Красноярске «Турне по красноярской барахолке». Неизвестный корреспондент газеты следующим образом описал основных представителей базарной торговли:

«Продавцы – большей частью, бездомные дети, «ширмачи». Днем торгуют, ночью отдыхают, где и как придется... Они торгуют, зарабатывая на стакане копейку. Зато где что плохо лежит – стянут.

Со стороны сада – самая гуща барахольщиков – людей кочующей профессии... Все они – ловки, подвижны, увешаны ящичками, мешками... Торгуются до одури...

Особенно оживленна барахолка в базарный день. Часов 5-6. Город еще спит. Если нет покупателей, по отдельным кучкам ведутся разговоры на политические темы, по преимуществу – антисоветские.

Пищит где-то гармошка, фальшивит скрипка. Это – слепцы... Они здесь тоже завсегда. Изредка попадет им в чашку копейка или старый, завалившийся совзнак.

Торговые ряды. Здесь лавки торгашей и спекулянтов. Людей оседлых, обдувающих из-за прилавка... Торговцы «снижают» цены, но только по своему. Вот хотя бы с мясом. Спекулянты, не встречая со стороны кооперации и госторговли никакой конкуренции, с чувством проводят свою собственную «реформу», систематически... повышая цены».

Таким образом, в предпринимательской среде рынка можно выделить следующие группы: «ширмачи», «барахольщики», «слепцы», «торговцы». Перечисленные группы являлись сложившимися, профессиональными предпринимательскими слоями со своими закрепленными секторами рынка.

Первая группа – «ширмачи» - представляли собой детей, ведущих мелкую торговлю (например, семечками) и, заодно занимавшихся воровством. Понятие «ширмачи» произошло от слова «ширма», так как дети были бездомными и спали за ширмами, то есть, где придется. Торговлей и воровством они занимались, чтобы выжить. Как вспоминала М.В. Вакутина (работник профсоюза, председатель горкома союза госторговли и кооперации): «Весной 1920 г. в городе была большая

беспризорность детей, мы собирали беспризорников, отводили в ГорОНО, иногда уговаривали бездетных женщин взять в дети сироту, но эти мероприятия мало что давали... В 1922-1923 гг. в связи с неурожаем в Поволжье в Красноярск прибывало много голодающих людей, особенно много было детей. Дети были не только истощены, но и плохо одеты». Система органов попечительства страдала от недостатка средств, детских домов не хватало, и условия в них были крайне плохими, поэтому много детей в Красноярске жили, где придется и были предоставлены сами себе.

Не смотря на запрет заниматься торговлей лицам младше 16 лет, дети были активно вовлечены в торговый процесс. Так, например, на станции Красноярск во время стоянки пассажирских поездов наблюдалась масса торгующих детей, которые попутно занимались и карманными кражами. Число торгующих несовершеннолетних, их социальное происхождение, не поддавалось учету в силу их большой мобильности и слабости попечительских и контрольных органов. Дети, торгующие на рынке, являлись свидетельством нездоровой ситуации в экономике страны. Попав в разряд «ширмачей» ребенок, повзрослев, часто пополнял численность криминальных групп. Поэтому с явлением детской торговли местные власти активно боролись. Однако, проблема оказалась неискоренимой, так как «ширмачи» являлись следствием многих социально-экономических бед, поразивших страну в первой половине XX века.

Следующая группа – «слепцы» - представляла собой инвалидов, пострадавших в боевых действиях на полях Первой мировой и Гражданской войн. Как и предыдущая группа, данная прослойка предпринимателей вынужденно выходила на рынок, чтобы прокормиться. «Слепцы», как правило, играли на музыкальных инструментах (скрипка, гармошка и т.д.) и таким образом собирали милостыню. Среди «слепцов» встречались и профессиональные мошенники, выдающие себя за жертв войны. Данные персонажи хорошо описаны И. Ильфом и Е. Петровым на примере Шуры Балаганова и Паниковского в романе «Золотой теленок».

Что касалось предпринимателей, профессионально занимавшихся торговлей, то автор «Турнэ по красноярской барахолке» выделяет в первую очередь «барахольщики». Данная прослойка занималась скупкой и продажей вещей и домашней утвари. «Барахольщики» - делилась в свою очередь на «оседлых» и «налетчиков». Первые в основном были представлены «бывшими», то есть людьми ранее, принадлежавшими привилегированному классу, и людьми свободных профессий. В результате революции они потеряли источники доходов, свой статус и потихоньку распродавали свои домашние вещи.

Они заметно начали пребывать на рынок в Красноярске в 1923 г. Также они группировались вокруг артели «Экономия» и комиссионного магазина Девяткова. Как описывает автор статьи в Красноярском рабочем, среди «оседлых» «можно услышать «мадам», а изредка и «господин»».

Другой тип «барахольщиков» - «налетчики» - автором характеризуются как «старые волки». У них имелся определенный стаж, навык и ловкость в купле-продаже. «Налетчики» являлись более мобильной группой, чем «оседлые» и могли легко переезжать с места на место. Более того, у них имелись самые тесные контакты с криминальным миром, который через них сбывал краденые вещи.

И последней предпринимательской группой на рынке были непосредственно сами торговцы – «торгаши и спекулянты». Эта группа в отличие от предыдущих вела стационарную торговлю из палаток и лотков. В статье они описываются как люди оседлые, «обдувающие из-за прилавка». Согласно правилам торговли у всех имелись ценники на товарах («таксы»), которые, однако имели лишь условный характер, так как цены, прописанные там, были плохо видны и никак не относились к товару. Реальная цена оказывалась намного выше. Таким образом «торгаши и спекулянты» выполняли

требования властей по снижению цен лишь на бумаге. Их цены были выше, чем в кооперации, однако данный недостаток компенсировался наличием самого товара, возможностью взять в долг и не стоять долго в очереди.

Описывая повседневную жизнь красноярской барахолки, автор статьи подметил одну особенность, характерную практически для всех слоев предпринимателей, - обсуждение слухов. «Если нет покупателей, по отдельным кучкам ведутся разговоры на политические темы, по преимуществу – антисоветские». При отсутствии радио и телевидения, а также учитывая всеохватывающую политическую неграмотность населения, слухи оставались порой единственным способом заполнить информационный вакуум. Информация, передаваемая через слухи в среде предпринимателей, касалась преимущественно одной тематики – государственные мероприятия в сфере внутренней и внешней политики, несправедливость и жестокость нового, большевистского строя и его скорое свержение.

Слухи не только заполняли умы людей, но и имели непосредственное влияние на поведение участников рынка. Так, например в 1922 г. произошел большой скачок цен на продукты, увеличение цен было вызвано обнародованием декрета о деноминации денег, что было принято населением за их аннуляцию. Пригородное крестьянское население и многие городские жители стали усиленно скупать на рынке товары и продукты. Владельцы товаров учли это обстоятельство, и цена на предметы повысилась до 10 раз. Так цена мануфактуры за аршин повысилась с 18 тыс. до 180 тыс. Данные слухи подогревали ажиотаж на дефицитные товары, продукты первой необходимости, что выливалось в большие очереди перед магазинами и общее недовольство продовольственной политикой государства. Это толкало покупателей обращаться к частной торговле, где цены были гораздо выше, но зато был в наличии необходимый товар.

Анализ слухов показывает, что предприниматели жили ожиданием скорого свержения власти большевиков и установления более справедливой власти. Здесь стоит отметить, что предприниматели 1920-х гг. не хотели реставрации царского режима, так как тогда бы пришлось возвращать торговые площади, дома, предприятия их прежним владельцам, и испытывали даже противоречивое чувство благодарности новой власти, создавшей условия для новой частной инициативы. Со временем надежды на приход справедливой власти ослабевали. Предприниматели стали осознавать свой вклад в оздоровлении экономики и верили (или по крайней мере очень хотели верить), что большевики достаточно разумны, чтобы не устранять такой важный товаропроводящий поток, как частная торговля. Это доказывают как материалы торговых совещаний Общества взаимного кредита, так и факты сохранения частных лавок и магазинов в Красноярске до конца 1920-х гг.

Что касалось проведения предпринимателями досуга, то автором не было найдено каких-либо свидетельств бурного и дикого шика нэпманов. Красноярск в то время был провинциальным городом, где существовал большой дефицит культурно-досуговых мероприятий. В своих развлечениях красноярские предприниматели старались подражать предпринимателям царского периода. В этом они были очень схожи с ленинградскими предпринимателями.

По этому поводу в газете Коммерсант была опубликована статья С. Кузнецовой «В городе неистовал нэп», где автор следующим образом описывает отдых ленинградских нэпманов: «По аллеям «Сада отдыха» с важным видом в сопровождении разодетых, раскормленных, на диво выхоленных жен ходили сахарные, шоколадные и мануфактурные «короли». Все они... старательно подражали в своих манерах старому петербургскому «свету», вдребезги разгромленному революцией и гражданской войной. Вечерами они любили собираться... в модных ресторанах и кабаре...,

барственно покрикивали официанту «Эй, поскорее, отец!» ... и неистово аплодировали артистам, приглашая их потом к столу и с удовольствием играя роль меценатов».

В Красноярске же конечно не было таких широких возможностей культурно провести досуг как в столичных городах. Но местные предприниматели пытались, пусть и в скромных масштабах, копировать столичных предпринимателей. Ходили в кинотеатр «АРС», посещали кафе и даже устраивали балы, которые, кстати, пользовались популярностью и среди обычных граждан.

Слово «столичный» в рекламе приезжих гастролей обеспечивало большую популярность мероприятия в среде предпринимателей. В фельетоне «Наши развлечения», опубликованном в Красноярском рабочем в сентябре 1922 г., автор С. Здешний высмеял падкость красноярских предпринимателей на все столичное. «Приезжала Мариинская «опера» прямо из Питера... Посыпали на «Бориса Годунова» песцы, горжеты, сногшибательные шляпы и ... обожглись. Оказались не артистами Академического Мариинского театра, а «артистами» из категории покойного губшубснима. Выругались нэпманы и на Кармен не пошли».

Данный пример свидетельствует, что предприниматели старались приобщаться ко всему высокому, «академическому», чтобы хоть как-то отвлечься от будней и подчеркнуть таким образом свое социальное и экономическое благополучие.

Помимо «столичных» гастролей в предпринимательской среде пользовались спросом иностранные фильмы, которые в большом количестве показывались в красноярских кинотеатрах «АРС» и «Патиграф». Там посетители могли не только насладиться заграничными кинолентами, но и провести время в буфете за карточной игрой. Что касалось мест общественного питания, то в Красноярске предприниматели предпочитали кушать в ресторане «Биржа», чье название подчеркивало его «старорежимную» деловитость и исключительность. Интерьер ресторана был обставлен просто, но аккуратно и чисто. Внутри всегда были цветы, чистые скатерти и даже играл оркестр. Однако предприниматели все же тосковали по прежнему ресторанному духу, с его отдельными кабинетами и шампанским.

В Красноярске также имелся и городской сад, но в отличие от парков больших городов он представлял собой уютное и небезопасное место для прогулок. В саду чаще гуляли молодые люди и хулиганы, чем почтенная предпринимательская публика. С. Здешний так описывал красноярский городской сад: «В саду – холодина адская. Посмотришь на «памятник» доблестному красноярскому дружиннику... и потянет в буфет дружинный». Данные места в Красноярске представляли собой типичные развлекательные заведения, характерные для всех городов периода НЭПа, и пользовались определенной популярностью среди мужского населения.

Однако, популярность выше перечисленных заведений не шло ни в какое сравнение с балами и маскарадами. Эти мероприятия являлись своеобразным спасением состоятельных граждан от тоскливой и серой жизни небольшого города. Танцуя популярные тогда фокстрот и ту-степ, они могли забыть будничные дела и хоть на короткое время, почувствовать себя джентльменами и леди.

Таким образом, рассматривая повседневную жизнь предпринимателей, можно заключить, что предпринимательская среда была крайне разнородной и включала большое количество людей, вынужденно занимавшихся торговлей. Однако, в то же время предпринимателей объединяли общность интересов и надежд, что хорошо видно на примере слухов. Не смотря на отрицательные оценки их деятельности, они являлись верхушкой социальной структуры города с высокими культурными запросами и денежными возможностями.