

ВЛАДИМИР РУГА, АНДРЕЙ КОКОРЕВ

“УЧИТЕСЬ ТОРГОВАТЬ”*

“В тюрьмах нас торговать не учили”, — горько воскликнул старый большевик.

В. И. Ленин

Декрет, подписанный В. И. Лениным 19 июля 1921 года, носил название: “Инструкция о порядке открытия и производства всякой торговли и правила надзора за ней”. Согласно этому закону любой гражданин Советской республики, достигший 16 лет, имел право “производить открытую продажу... в закрытых помещениях, а также на площадях, рынках и базарах”. Для занятия торговлей нужно было всего лишь получить патент и соблюдать установленные правила — в частности, не сбывать товары, произведенные “из сырья и материалов, предоставленных государством на особых договорных условиях”.

Как ни провозглашали лидеры большевиков скорый приход эры коммунизма, как ни грезили об обществе без товарно-денежных отношений, как ни обрушивали всю мощь репрессивного аппарата на “спекулянтов”, законы общественного развития оказались сильнее умозрительных доктрин. Осенью 1921 года на VII Московской губпартконференции Ленин признался соратникам:

“Предполагалось более или менее социалистически обменять в целом государстве продукты промышленности на продукты земледелия и этим товарообменом восстановить крупную промышленность, как единственную основу социалистической организации. Что же оказалось? Оказалось — сейчас вы это все прекрасно знаете из практики, но это видно и из всей нашей прессы, — что товарообмен сорвался: сорвался в том смысле, что он вылился в куплю-продажу. И мы теперь вынуждены это осознать, если не хотим прятать голову под крыло, если не хотим корчить из себя людей, не видящих своего поражения, если не боимся посмотреть прямо в лицо опасности. Мы должны осознать, что отступление оказалось недостаточным, что необходимо произвести дополнительное отступление, еще отступление назад, когда мы от государственного капитализма переходим к созданию государственного регулирования купли-продажи и денежного обращения. С товарообменом ничего не вышло, частный рынок оказался сильнее нас, и вместо товарообмена получилась обыкновенная купля-продажа, торговля.

Потрудитесь приспособиться к ней, иначе стихия купли-продажи, денежного обращения захлестнет вас!”

* Журнал продолжает публиковать фрагменты работы «Москва нэпмановская», которую завершают наши давние авторы доктор исторических наук Владимир Руга и Андрей Кокорев.

В декабре 1921 года на IX Всероссийском съезде Советов Ленин уже открыто объявил, что “торговля является оселком нашей экономической жизни”. В развитии этого тезиса вождь призвал соратников “учиться у купца, частного предпринимателя, который достаточно умен, чтобы за сотню процентов прибыли сделать дело так, как сплошь и рядом не сумеют этого сделать никакие коммунисты и профсоюзники”.

Можно представить, какое смятение в головах партийцев вызвал этот новый курс. Ведь ровно год назад всем было велено радоваться закрытию Сухаревского рынка – по мнению Ленина, главного символа торгашеско-спекулянтской стихии, сводившей на нет усилия власти по организации “правильного” распределения материальных благ. По этому поводу в дневнике старого москвича Н. П. Окунева появилась такая красноречивая запись:

“Газеты полны статей о победе над Сухаревкой. Точно невесть какой враг сломлен! И уж такие перспективы рисуются теперь, что вот он, рай-то социалистический, сейчас же и откроется для сов. подданных! “Сухаревка – этот гнойник на теле пролетариата, площадь, где среди бела дня десятки тысяч праздных людей бешено спекулировали, развращая и засасывая граждан в сети мародерства, – ликвидирован!..” “Сухаревка – это язва пролетарского государства, питающаяся спекуляцией за счет интересов рабочего класса, вносящая разложение в работу и развращающая подрастающую молодежь...” “Это – осиное гнездо разнузданного и хаотического торгашества...” “Пролетариат Москвы забудет основательный осиновый кол в могилу скончавшейся в полном расцвете своего барышнического аппетита Сухаревки...” “Сухаревская спекуляция погибла – да здравствует пролетарская система снабжения и распределения...” и т. д., и т. д.

В это же время вводится так называемый “труд. паек”, идея коего – не трудящемуся есть не давать. Будет получать много тот, кто много работает. За время прогула продовольствие по карточкам не выдается. Карточки делятся на три серии, по “А” будут выдавать в день полтора фунта, по “Б” – 1 ф. и по “В” – 0,5 ф. Ну, а под шумок этих продовольственных побед “сухаревцы”, перебравшиеся в подполье, во двory, в глухие переулки, – торгуют уже хлебом по 1.200 р. за ф., картошкой по 450 р. за ф. и т. д.”

Впрочем, ошибкам “кремлевского мечтателя” и “колебаниям линии партии” посвящены специальные исторические исследования, которые доступны любому желающему. Мы же, продолжая описание быта москвичей в эпоху нэпа, отметим, что в августе 1921 года в газете “Коммунистический труд” самым мелким шрифтом было напечатано: “Рынок в Каретном ряду закрыт, а на Сухаревской площади открыт”. Главные официозы – “Правда” и “Известия” – факт возрождения знаменитого рынка обошли молчанием.

В середине сентября 1921 года московские власти “Сухаревку” снова “приостановили”. В те дни Н. П. Окунев отметил в дневнике: “...т. е. торга на ней не производится. На Земляном валу рынок растет. Он вытянулся теперь от угла Фурманного переулка чуть ли не до Курского вокзала. Теснота непроходимая. Спешащие на вокзал пробираются через рынок с трудом и жестоко ругают кого-то за неоткрытие Сухаревки, где, конечно, просторнее и во всех отношениях удобнее, как для аборигенов рынка, так и для тех, коим нужно только пройти через него”.

Однако Сухаревская площадь пустовала недолго. Очень скоро торг на ней возобновился. Впечатлениями от рынка того времени поделился В. А. Гиляровский:

“Проехал броневик. Проползли мешочники. Стою и брезгливо смотрю. Прямо-таки противно окунуться в это серое, живое, кишашее.

Все-таки иду. Присматриваюсь и уже различаю отдельные фигуры, серые, грязно-белые, черные, вылинявшие, и ни одного яркого пятна. Вдали в середине толпы весело мелькнул красный платочек на голове женщины – и опять все серо. Поднимающаяся пыль дополняет впечатление. Френчи, шинели, защитные рубахи.

Я в толпе. Вот восточный человек, торгующий колбасами и обломками сыра на лотке, запустил под рубаху обломок доски и ожесточенно дерет себе спину и не видит, как мальчуган стащил у него кусочек сыру, запихнул в рот и нырнул в толпу.

Где-то вдали гогочет гусь.

Весело стоит босой рыжий мужичонко, на котором надет толстый дерюж-

ный мешок с огромным клеймом и какими-то цифрами. Он держит коробку с махоркой и стаканчиком-меркой. Орет на весь базар:

– Махорка рязанская, самкраше! Кому махорки?

Иду по наружному ряду.

Картошка – 800 руб. фунт. Сало грязными кусками, захватанное и желтое, по 14 000 руб. фунт. Масло в пыльной бумаге – 15 000 руб. фунт. Ржавая ветчина – 16 000 руб. фунт. Изюм с землей, какие-то ярко-зеленые конфеты. Торгуются, покупают.

Вот на тележке целый лабаз: мешки муки, пшена, рису. Все это мусорно и все по 5000 руб. за фунт. На другой стороне рынка – развал: на земле лежат обломки железа, ключи, замки, дверцы, ручки, разрозненная дорогая посуда, статуэтки, вазочки и черт знает еще что, никелированная клетка для попугая, а на ней висят старые штаны. Их при мне же купили, а клетку, но уже без штанов, я видел там же через неделю. Кому она?”

Спустя полтора года “Сухаревка”, сполна ощутившая благотворное влияние нэпа, выглядела иначе. Репортер “Огонька”, побывавший на рынке в январе 1923 года, назвал свой очерк “Чрево Москвы”:

“Хриплое, серо-пенное, всегда беспокойное море палаток, рундуков, ларьков, шипящих сковородок и несчетных вещей, наваленных грудями.

Истерически звоня, медленно врезаются трамваи в живой, горячий, сочный хаос рынка и качаются, точно поднятые на волнах.

Многие тысячи лиц спокойных и овеванных сутолокой, с глазами, дрожащими как студень, сосредоточенных и морщинистых от напряжения. Многие тысячи рундуков, крики, как в бане, крики залпами, пачками, пестрыми грудями летящие от всех, всех, всех, ко всем же, и достигающие цели метко и прямо. Рынок.

Длинные, узкие дороги, боковые тропинки, тупики, площади. Рынок – город, как баллон со сгущенным кислородом, туго налитый жизнью.

Дыхание рынка густое, полное, утробное с урчанием, чавканьем, присвистом.

Толстый, крепкостенный желудок переварил новую пищу – те пришлые интеллигентские элементы, которые бросила сюда революция. Теперь этих “бывших” уже не сразу отличишь от коренных торговцев. У них красные, жадные руки и они с черными, жирными ногтями. Свои товары они предлагают цветисто и убедительно; обогатили рынок новыми приемами, внесли жестяное благородство.

Рынок стал свой, корневой, не пришлый. Меньше мужиков, красноармейцев, баб – тех, что с мешками ездили сюда со всех окраин пятибуквия, погибая на буферах и от сыпняка.

Стал увереннее, прочнее, кряжистее. Меньше случайных вещей.

И случайных людей.

Сварились здесь все классы, примирились, сторговались.

Платки, платье, мануфактура, все новое, фабричное.

Галифе. Можно тут же примерить. Шляпы, шапки, фуражки. Зеркальце в шесть квадратных вершков – виден козырек и толстый нос. Обувь. Натягивают на темные, с коричневыми пятнами пота, онучи – сапоги смазные. Пыхтят. Мнут кожу. Думают. Торгуются.

А рядом горбоносый – шашлыки бараньи шипят – масло пузырями хлопает. Насовывает мясо на заостренные палочки. Напеваает восточное, тихое. Крики. Кого-то поймали. Бьют.

На земле книги: Азбука Коммунизма, Сказание о святом Питириме, большой Энциклопедический словарь, Новейший сонник. Покупают: красноармеец в шлеме, хмурый в пенсне и веселая девка – белозубая.

Каждый свое.

Свистки, свистки.

Озорные, залихватые, острые и неумолимые. Еще десять минут. Сотни тележек тянутся в пасти окруженных домов. Мелькают деревянные стенки, прилавки, полотняные крыши хлопают по ветру. Разбирают рынок, как декорации. Кончился какой-то хорошо сложенный, “насыщенный жизнью спектакль”.

Вечереет. Площадь пустая, странная, маленькая. Как она могла вместить столько людей, палаток, жизни? Сметают сор, бродят бездомные собаки, и надо всем мерзкий, кисловатый запах: сора, людей, мочи, пищи. Запах того, что составляет жизнь”.

У нас нет оснований не верить тому, что опубликовано в центральном советском журнале, и наверняка рынок действительно выглядел так. Однако на страницах “Рабочей Москвы” нашлось описание уголка, где Сухаревка сохранила черты прежней “толкучки”. Побродив по тем местам августовским днем 1923 года, М. Андреев опубликовал бытовую зарисовку “Там, где продают бахла”:

“На Сухаревке каждая дрянь находит своего потребителя. Тряпье раскупят хитрованцы, “потерявшие линию”, возьмут оптом “купчихи”.

“Купчиха” – продукт новейшего времени. Она скупает по 10–20 лимонов всякую грязь и ветошь, отбеливает каким-то ей известным составом, перелицовывает, перекраивает, делает из большого маленькое и затем продает на этом же самом Сухаревом за “ношенное”, но вполне пригодное платье.

Вот движется живой магазин. На одном плече пар 12 новых, но очень скверных брюк, в руке “плечики” с пиджаками, подмышкой не то женская кофта, не то короткое мужское пальто, к тому же он “сам себе вывеска”:

– Брююки, пинжаки, ах хороши!.. Покупай, дешево отдаю!..

Возле живого магазина всегда стайка людей: покупают мало, но много прицениваются и до крови в зубах торгуются. (...)

Среди этого мусора прочно осел “потерпевший от революции” интеллигент.

Кто не видел этих скромных девиц, вылинявших старичков и старушек, испитых юнцов, с достоинством часами и днями выстаивающих с какой-нибудь грошовой фототипией в дорогой рамке, розовым саше для носовых платков, бронзовой медалью, полученной дедушкой, диванной подушкой. Свой товар, включая бронзовую медаль и печать давно угасшей фирмы, они ценят необычайно дорого.

Но это... “Дорогая собака” Чехова. Сначала оценка очень высока, по мере стояния она понижается и доходит до сухаревской “нормы”. И правильно, кому нужно дамское эспри, дедушкина медаль, бабушкин веер? (...)

Среди мелкотравчатой публики иногда бросится в глаза “акула” – прилично одетый гражданин с рысьими глазами, толстым кошельком, богатым опытом. “Акула” ищет “случая”. Подошел случай – хорошо, нет – над ним не каплет...

Впрочем, “акулы” в этом углу редки: они больше любят аукцион”.

Для полноты картины приведем свидетельство еще одного очевидца. На этот раз описание главного московского торжища появилось на страницах “Огонька” за подписью О. Мандельштама:

“Сухаревка не сразу начинается. Подступы ее широки и плавны, и постепенно втягивает буйный торг в свою свирепую воронку. Шершавеет мостовая, буграми и ухабами вскипает улица; видно, не терпит Сухаревка – уже раскидала свои манатки, – прямо на крупной мостовой: книжки веерами, игрушки, деревянные ложки – что полегче и в руках не горит. Пустяки, равнодушный товар...

На отлете базара сидят на кочках цирюльники; чисто и крепко бреют двух жильных страстотерпцев. Табуретки, что каленые уголья – а не вскочишь, не убежишь*.

Под самой Сухаревой башней, под башней-барыней, из нежного и розового кирпича, под башней-индюшкой, дородной, как 45-летняя государыня, к чахламу деревцу привязана холмогорская корова. Когда строили башню, кончался огородный XVII век. Построил ее Петр с перепугу, увидев дурной сон и на радостях, что обошлось благополучно; вывел на огородной земле диковинную гражданскую постройку: не цейхгауз, не каланчу, а нечто сухопутное до мозга костей, где обучали морскому делу.

Сухаревка земля огородная, ничего, что ее затянуло камнем, под ним чувствуется скупой и злой московский суглинок, и торговля бьет из под земли, как порождение самой почвы.

* Для Сухаревки не редкостью была картина, когда сквозь толпу бежал парикмахер, а следом за ним кричащий человек с намыленным лицом. Это “мастер”, не имевший патента, спасался от фининспектора или милиционера, а клиент старался его догнать, чтобы завершить бритье или стрижку. Один из корреспондентов “Рабочей Москвы” записал такой диалог все-таки встретившихся бегунов:

– А коли я бы тебя, черта, не нашел?

– Бывает-с. Очень даже бывает, что задаром полголовы острижешь. Так и сбежит, не разобравши дела. Только честного человека в убыток введут”.

Дикое зрелище базар в середине города: здесь могут разорвать человека за украденный пирог и будут швыряться им, как резиновой куклой; здесь — люди-тесто и, хочешь — не хочешь, будут тебя месить чьи-то жилистые руки.

Как широкая баба навалится на тебя Сухаревка — недаром славится Москва своих базаров бабьей шириной; плещется злой мелководный торг в зелено-желтых трактирных берегах; слева же подковой разбежался пустой шереметьевский двор, здание легкое и крылатое, как белая девическая ступня.

Базар, как поле, засеянное вразбивку то рожью, то овсом, то гречью, — размежеван, разлинован, изрезан тропинками — и закрыв глаза, по одним запахам, по испарениям можно сказать, какие грядки ты проходишь. То запах свежей убоины, мускусом и здоровьем ударяет в голову — не страшен запах животных трупов, потому что мы не хотим понимать его значения; то квадратный запах дубленой кожи, запах ярма и труда — и тот же, но смягченный и плутоватый запах сапожного товара; то метелочкой петрушки и сельдерея зашепочет невинный запах зеленных рядов, ли сытый и круглый запах рядов молочных. (...)

Говорят, муж от долгого сожительства становится похожим на жену. Если присмотреться — и купец похож на свой товар: всех спокойнее и благообразнее лабазники: все текуче — один хлеб остается.

Лица мясников говорят о сметке первобытного хирурга: они сложнее, подвижнее, добродушнее; мускульная игра, неизбежно сопровождающая их работу; свежевание туши и рубка с плеча, на глазомер, наложило на них отпечаток.

Женщины мануфактурщицы, торгующие булавочной мелочью, заострили лица и поджали тонкие губы.

И здесь отдыхаешь на мостовую и открытых лицах каких-то кавказских чертенят, ковыряющих ваксу с блаженным смехом.

Медленно раскачивается Сухаревка, входит в раж, пьянеет от выкриков, от хлыстовского ритуала купли-продажи. Уже кидает человека из стороны в сторону — только выбрался он из ручной толкучки, преследуем сомнительными двуногими лавками, как понесло его одним из порожистых, говорливых ручейков и прибило к тупику — и оглушенный граммофонами, он уже шагает через горящие примусы, через рассыпанный на земле скобяной товар, через книги.

Книги. Какие книги. Какие заглавия: “Глаза карие хорошие”, “Талмуд и еврей”, неудачные сборники стихов, чей детский плач раздался 15 лет назад.

Тут же уголок, напоминающий пожарище — мебель как бы выброшена из горящего жилья на мостовую: дубовые, с шахматным отливом столы, ореховые буфеты, похожие на женщин в чепцах и наколках, ядовитая зелень турецких диванов, оттоманки, рассчитанные на верблюда, мещанские стулья с прямыми чахоточными спинками.

Удивленный человек метнулся обратно — чуть не наступил на белую пену кружевных оборок, взбитых как сливки, и, сам не зная как, очутился среди гармонистов, словно подыгрывающих к чьей-то свадьбе, разворачивая лады вежливым извиняющимся движением — так, что в воздухе висит гармонный плач.

Есть что-то дикое в зрелище базара: эти десятки тысяч людей, прижимающих к груди свое добро, как спасенного из огня ребенка. Базар всегда пахнет пожаром, несчастием, великим бедствием. Недаром базары загоняют и отгораживают, как чумное место. Если дать волю базару, он перекинется в город, и город обрастет шерстью; а пока он напоминает о себе серой, неожиданной оберточной литературой, этими кулками и мешочками, которые оказываются то житием святого, то сборником диких анекдотов, то уставом какой-нибудь давно отжившей службы”.

При Сухаревском рынке существовала специальная категория работников — возчики. Вечером они разбирали палатки и вместе с непроданным товаром отвозили на ручных тележках в места ночного хранения, а утром привозили обратно. В отличие от Сухаревки на рынке Трубной площади торговля происходила в специальных павильонах. На ночь торговцы просто запирали в них товары и оставляли под присмотром сторожей.

В начале 20-х годов постоянное место для торговли на Сухаревском и других рынках желающие получали путем участия в аукционах, которые проводил земельный отдел Моссовета. Например, на Сухаревке в 1923 году из

общего количества 2930 мест мясникам было выделено 102 места, рыбникам — 24, торговцам зеленью — 46.

Однако основную массу рыночных торговцев составляли так называемые “ручники” (торговавшие “с рук”) и “развальщики” (раскладывавшие товар на тротуаре). В основной своей массе они были “беспатентные”, то есть занимались промыслом в обход закона. “При приближении милиционера, — отмечала “Рабочая Москва”, — они лавой бросаются вдоль улицы, сбивая с ног проходящих. (...) По утрам на панелях города идет бойкая торговля молоком. Озираясь на все стороны, беспатентные торговки льют молоко на тротуар и улицу. В бидоны летит пыль и делает молоко небезопасным для здоровья”.

Кстати, героиней популярной в те годы песни “Бублики” была как раз уличная торговка. Еще можно вспомнить, как завершил свой “кутеж” Киса Воробьянинов: ночью он купил у старушки корзину баранок и принялся разбрасывать их, бродя по безлюдному Смоленскому рынку.

“Беспатентные” не только находились в конфронтации с властью, но в какой-то мере нарушали интересы рыночных торговцев “с местом”. Один из сухареццев признался репортеру: “На грош ниже твоего пустит, глядь, торговлю на целый день и сорвал”. Например, немного дешевле, чем на Сухаревке, торговали на близлежащей Мещанской улице. Сюда устремлялись покупатели и за теми товарами, которые были запрещены к продаже на рынках. Так, весной 1924 года Моссовет распорядился торговать керосином и бензином исключительно в специальных лавках. Но москвичи, не желавшие стоять в длинных очередях, привычно обращались к частным торговцам. Как обычно, спрос рождал предложение. Журналист М. Андреев, проходя по Мещанской, стал свидетелем такой сцены:

“Под воротами, где ведется нелегальная торговля “горючим”: керосином, бензином и пр. — стоит милиционер. Он травленный волк и хорошо знает: уйти на минутку, и сейчас загорится бойкая торговля. Поэтому он стоит, как вкопанный, а невдалеке сложа ручки сидят, как ни в чем не бывало, торговцы недозволенным товаром. Тут же шмыгают и огорченные покупатели. Остаются, поглядят и... шмыг дальше”.

Расползание стихийной уличной торговли с рыночных площадей по близлежащим улицам и переулкам приводило к их загрязнению и затрудняло движение прохожим. В декабре 1922 года корреспондент “Известий” Н. Смирнов, пройдя от Трубной площади до Сухаревки, писал об увиденном:

“За бульварами, вплоть до Сухаревской башни, опять живая человеческая лента. Много детей. Здесь уже не с порнографическими карточками и цветами, а с вязанками дров: в вязанках не больше десятка поленьев. Безработные, как в 1918 и 1919 годах, покупают на скудные гроши по 2–3 полена.

Опять шум: трескучий, прерывистый, глухой. Жесткое “конфетти” семечек. Толкотня”.

Борясь с неконтролируемой стихией “беспатентных”, московские власти стали переносить рынки в замкнутые пространства либо огораживать заборами торговые площади. Там, где это сделать было невозможно, торговлю просто запрещали. Уже с апреля 1922 года на Каланчевской площади за нарушение запрета на ручную торговлю налагали штраф (до 300 золотых рублей) или отправляли под арест (до 14 суток). Товар милиция должна была конфисковывать и передавать в распоряжение Комиссии помощи голодающим.

А весной 1924 года Моссовет вообще запретил уличную торговлю “в развал”. Для всех нарушителей правил уличной торговли были установлены штрафы: 300 рублей с торговцев в развал и 3 рубля с “ручников”. Исключение было сделано лишь для приезжих крестьян, которым позволили торговать в базарные дни (среда, пятница, воскресенье) при наличии у них удостоверений от волисполкомов. Попутно власти обязали “ручных” торговцев, кроме патента, иметь при себе специальный металлический знак, который выдавали в МКХ. Самыми приметными среди легальных уличных продавцов были лоточники “Моссельпрома”. Они носили фирменную голубую форму и кепи с большим козырьком. О престижности этой профессии в 1924 году был снят фильм “Папиросница от Моссельпрома”.

С 1 июня того же года была запрещена торговля мороженым в развоз. Мороженщики оказались виноваты в том, что торговали лакомством “везде и из самой разнообразной посуды”, а в их тележки “летела пыль и загрязняла продукт”. Вместо традиционных тележек, мороженое было предписано продавать “в киосках упрощенного типа в местах, отведенных МКХ”.

Первым из московских рынков переместили Сухаревку. Под новый рынок отвели место бывших огородов Гефсиманского скита – между Большим Сухаревским переулком, Трубной и Садово-Сухаревской улицами. В 1925 году на пустыре площадью три с лишним гектара по проекту архитектора К. С. Мельникова были выстроены деревянные торговые павильоны и каменное здание конторы (сохранилось до наших дней).

“Теперь это – “Новая Сухаревка”, строго распланированная, с рядами деревянных барачков, – описывал В. А. Гиляровский результат преобразований центра московской торговли. – В них помещаются 1647 отдельных магазинов, из которых 1000 уже заняты торговцами. Чистота, порядок, электрическое освещение огромными фонарями для ночной охраны, 6 водонапорных кранов и пожарная сигнализация. Бараки расположены по отделам: галантерея, обувь, кожа, одежда, москательный, щепной, скобяной, шапочный, стеклянный, мебель, меха, мануфактура, мясной, рыбный, мучной, письменные принадлежности, табак и пока только две книжных лавки букинистов и ни одной антикварной.

– Где же антиквария? – спрашиваю одного старого сухаревщика.

– Старьевщики-то? Да кому теперь ихнее барахло нужно? Вот там, в “развале”, есть один-другой со своими рогожками.

Для “развала”, т. е. именно для толкучки, отведен угол ближе к Трубной улице. Его со временем отгородят от рядов.

А пока иду туда. Это пахнет старой Сухаревкой. Развалены на рогожках и полотнах товары: замки, ключи, отвертки, старое железо, куски кожи для починки обуви, ржавые гвозди и обломки. Точильщик на своем станке шлифует ржавый топор. Дальше, вдоль забора, выстроены ряды поржелых сапог, калаш, груды тряпья, подушек, рвани. Трое татар горячатся на своем языке, осматривая и выворачивая поношенное пальто молодого человека в старом пиджаке. Вот и “антиквар” с несколькими хрустальными и фарфоровыми посудинами и поломанной скульптурой. Там невозмутимые китайцы, как тени, двигаются с трещотками, женщины с ярко-красными самодельными букетами, “ручники”, обвешанные платьем, кружевами, кто с чем в руках, то становятся в линию, то расходятся. Покупают пока мало.

А вот и самое веселое место толкучки – обжорка. Длинный обжорный ряд начинается с бабы с покрытым подушкой и замотанным ситцевым одеялом ведром, из которого она за гривенник накладывает полную тарелку мятой картошки и поливает ее из кувшина грибным соусом. Пахнет постным маслом. Рядом другой, “скоромный” аромат: на жаровне кипит и брызжет жареная колбаса, а тут же блочум с вареной свининой. Вот блинница печет белые блины и поливает их маслом. Один за другим несколько самоваров с горячим медовым сбитнем, лотки с булками и бутербродами. А кругом раскрасневшиеся лица питающихся”.

При нэпе возродился и другой знаменитый московский рынок – на Болотной площади, традиционное место торговли фруктами и ягодами. О том, как он выглядел до революции, мы рассказывали в книге “Москва повседневная”. За годы Гражданской войны рынок на “Болоте” был почти разрушен – все деревянные части магазинов и палаток москвичи выломали на дрова. В сентябре 1923 года газеты сообщали: “Теперь идет усиленное восстановление. Отремонтированы склады, восстанавливаются тротуары, рынок чистится, красится”.

В 1927 году на “Болоте” побывал журналист Л. Черкасский. Впечатления об увиденном он поделился с читателями журнала “За 7 дней”:

“Когда попадешь на Болото, то кажется, будто все овощи и фрукты всего мира собраны и брошены громадной рукой на эту площадь.

В длинных каменных и железных лабазах чинно разместились оптовики.

Главенствуют на Болоте три организации: Плодвинсоюз, Госсельсиндикат и МСПО. Они – хозяева Болота, к ним чутко прислушиваются остальные. От этих колоссов зависят в большинстве случаев сегодняшние цены.

В большинстве случаев, ибо Болотный рынок не целиком в руках госорганов и кооперативов. Частник, как гриб, густо вылез между лабазами советских организаций. Бывает иногда так, что в кооперативе нет какого-нибудь товара, а у частника он был припрятан к этому случаю. Тогда, конечно, ни о каком регулировании цен не приходится говорить. Частники берут, сколько захотят.

Приблизительно так обстоит в этом году дело с ягодами. Ягоды были только в МСПО, а у остальных крупных организаций почитай что не было ни фунта.

Еще глупее дело обстояло с лимонами. Одно время цена на них дошла до 2 р. 50 к. вместо обычных 20–30 коп. за штуку. Почти все лимоны оказались в руках у одного частного торговца, бешено взвинтившего цены.

Но это только частные случаи. Цены на овощи регулируются прекрасно. На фрукты организации заключили договоры, и цены на них не будут высоки.

Рядом с оптовым рынком поместился и розничный. Сюда каждый день приезжают московские огородники, чтобы сбыть свою капусту, картофель и яблоки.

День на Болоте начинается рано. Кооперативы торгуют с 6 ч., частники открывают в 8 часов. Что же касается до лихих огородников, то они начинают торговлю со света. Часа в 4 утра базар – в полном разгаре.

Цены тут – не извольте беспокоиться. Огороднику только бы сорвать побольше. Не зная рыночных цен, вы можете сильно переплатить, и пресловутая “болотная” дешевка обойдется вам втридорога.

На Болоте вы можете увидеть очень странные вещи. С раннего утра и до 2-х часов дня там беспрестанно топчется народ. А ведь каждый хочет есть. Чем только не “угощают” на Болоте. Тут и какие-то особые пирожки, с супом и постным маслом, которых нигде кроме Болота не увидишь, тут и другие, никому неизвестные, яства, древностью своего происхождения восходящие ко временам Пугачева”.

“Болото” специализировалось на торговле сезонным товаром. В зимнее время вместо фруктов и овощей продавали сушеную рыбу, грибы, соленья и т. д. Основную массу покупателей на этом рынке составляли не рачительные хозяйки, искавшие дешевизны, а мелкие уличные торговцы “в разнос”. Они в складчину приобретали мелкооптовую партию фруктов и с ними расходились по всей Москве.

Среди них был, например, герой рассказа Б. Левина “Груши”. Мелкий служащий советского учреждения, получив отпуск, решил вместо отдыха дополнительно заработать. На Болотном рынке он купил ящик груш, завернул каждую в папиросную бумагу и влился в ряды беспатентных торговцев.

“В первую половину дня Степан чувствовал себя очень неважно. Ныли бока от толкотни и гудело в голове от звонких выкриков: “Липкая бумага для мух!”, “Давай, давай, французские сливы!”, “Иголки для прочистки примусов!”, “Пирожки, кому пирожки!”, “Ха-ра-ши яблоки!”

С непривычки собственное зазывание – “груши дюшес, груши” – казалось ему беспомощным детским лепетом. Если он в этот же день не попал в руки милиционера, то только случайно, но зато торговцы его здорово разругали и возненавидели надолго. Дело в том, что, кроме милиционеров, Степан опасался еще сотрудников своего учреждения. Заметит издали какого-нибудь гражданина в синей толстовке с портфелем, – срывается с места, и рысью по мостовой, а за ним шаркались табуном и врассыпную бежали торговцы и торговки, полагая, что действительно угрожает какая-либо опасность. Вначале не замечали виновника паники, но после пятого раза на Степана обрушились: “Дурак, полоумный!” А какая-то низкорослая торговка курами подошла к Степану и строго сказала:

– Если ты еще хоть раз, черт плюгавый, будешь пугать, я все твои дули пошвыряю”.

Мелкие уличные торговцы являлись одним из главных символов эпохи. Однако они стояли на самой низшей ступени лестницы частного предпринимательства и никак не могли учить большевиков торговому делу “настоящим образом”. Нэповские “коробейники” выполняли важную функцию – доносили товар буквально до каждого потребителя, но при этом всеми силами стремились делать это, не платя налогов. Если следовать букве ленинского учения о нэпе, государство рабочих и крестьян было заинтересовано в развитии более крупных форм частной торговли: магазинной и оптовой.

На первом этапе новой экономической политики так и происходило. Вместе сосуществовали и конкурировали три вида торговли: частная, кооперативная и государственная. Понятно, рядовой московский обыватель не ломал голову над хитросплетениями многоукладной экономики “переходного периода” и совсем не разделял печали пламенных революционеров по поводу “времен-

ного отступления на хозяйственном фронте”. Для него гораздо важнее было то, что после нескольких лет крайних лишений, вдруг чудесным образом снова стали открываться магазины, а на их витринах и прилавках появились давно забытые товары.

В марте 1922 года Управление торговли “Мосторг” открыло в здании “Мюр и Мерилиз” универсальный розничный магазин. “Универмаг Мосторга” (будущий знаменитый “ЦУМ”) по примеру своего дореволюционного предшественника предлагал покупателям многообразие товаров: от мануфактуры до мебели, предметов роскоши и гастрономии.

В Верхних торговых рядах открылся Государственный универсальный магазин (ГУМ), который, как утверждают советские источники, был создан в 1921 году по личному указанию В. И. Ленина. Возможно, на первом этапе своего существования ГУМ был не так заметен, но в 1924 году он, без сомнения, превратился в ведущее торговое предприятие Москвы. Вот появившаяся в то время публикация в “Огоньке”:

“Твердая валюта – и на витринах ГУМа плакаты:

Цены снижены. . .

Вследствие твердого курса цены снижены на 10%!

– На 15%!!

– На 20%!!

– На 25%!!!

“Цены снижены” – это заманчиво. Это заманчиво, конечно, не для завсегдатаев Петровки, не для обладательниц котиковых манто, не для скучающих молодых людей с широкозадными пиджаками и узконосыми ботинками, с пудовыми каратами на белых, как вата, пальцах. . . Для них ГУМ – это:

– Фи! Слишком демократично!

– Фи! Не гнаться же в самом деле за дешевой!

“Цены снижены” – это вызывает улыбку у котиковой Петровки!

– Ну так что, что снижены? Нам до этого какое дело? Нуждаемся мы, что ли?

ГУМ не для них. Под стеклянным небом ГУМа, на воздушных мостиках, перед простыми, после Петровки, “витринами” с конкретными ярлыками цен, вы не встретите их – обладательниц котиковых манто, скучающих молодых людей с длинными розовыми ногтями, шеншелевых мадонн с отсутствующими глазами и радиостанциями на голове вместо шляп.

И все-таки – женщины прежде всего. Помните – из “Избранных сочинений” популярного поэта:

*Нет места сомнению и думе,
Все для женщины только в ГУМе?*

Я не знаю, нашел ли Маяковский что-либо более сильное, но это – хорошо. Ужасно верно. Можно было бы даже целое исследование такое написать: – Женщина и ГУМ.

Какая женщина? Средняя. В самом лучшем случае – только каракулевая отделка. В самом лучшем случае – простые шевровые сапожки. Совсем – не лаковые лодочки. Совсем – не океан из котиков. Иногда даже в платочке. Чаще – в простенькой шляпке. Часто – с корзиной. Деловая женщина. Она редко останавливается перед парфюмерными магазинами. Ей нужно. . . Что? Мадепалан для белья? Слюнявчики для пятимесячного детеныша? Ночную вазу? Иголку? Куклу? Швейную машину? Десяток пирожных? Шелковые чулки? Железную сковородку? Мраморный умывальник? Шнурки для корсета?

*Нет места сомнению и думе,
Все для женщины только в ГУМе?*

От иголки до автомобиля, до грузовика, до трактора. Новенькими, только что выгруженными из вагонов автомобилями заполнена целая улица ГУМа. Теперь уже подлинно все. Что еще?”

Очевидно, что этот репортаж следует отнести к жанру скрытой рекламы. Однако анализ текста позволяет сделать некоторые выводы о характере советской государственной торговли на ее начальном этапе. Во-первых, в то время ГУМ был по-настоящему универсальным магазином: в нем можно бы-

ло купить не только товары повседневного спроса, но даже автомобиль или трактор. Во-вторых, ГУМ ориентировался на “среднего” покупателя. А чтобы привлечь людей с ограниченными доходами, приходилось объявлять значительные скидки. В-третьих, руководители ГУМа владели не только азами торгового дела, но также умели применять весь арсенал рекламных приемов.

Кое-кто из тех, кому партия приказала учиться торговать, повели дело по примеру своих учителей. В государственных магазинах объявляли о “дешевках” (распродажах). Тот же ГУМ проводил, говоря современным языком, “акции” вроде “Дня червонца”:

“Только 3 дня – 13, 14, 15 сент. – за 1 червонец: отрез на брюки, на юбку, на пиджак, на жакет, полотно на белье, пару белья муж., белье дамское, готовое детское платье, обувь, шляпы, меха, ювелирные изделия, часы, набор лучших вин 6 и 8 бут.

Одновременно на все прочие товары скидка 15% с червонной цены”.

В октябре 1923 года “Универмаг Мосторга” объявлял о скидках до 40% – “впредь до изменения цен в трестах”. Его руководство сообщало, что поставило сделать этот магазин “самым дешевым и доступным в Москве”. Премия была гарантирована тем покупателям, “кто найдет какой-либо предмет в универмаге дороже, чем в других магазинах Петровки, Кузнецкого моста, Тверской и др.”. Купленное в “Универмаге Мосторга” обещали доставить на дом бесплатно.

В битве за покупателя военно-кооперативное управление МВО на Воздвиженке (бывшее “Экономическое общество офицеров”, будущий “Военторг”) рекомендовало себя так: “15% скидки, которые мы делаем на все товары, в то время, как в других универсальных магазинах она достигает 40% – служат доказательством того, что у нас и прежде было дешевле всех”.

Н. П. Окунев, большую часть жизни проработавший в области коммерции, не мог не обратить внимания на содержание и язык рекламы советских учреждений:

“В преддверии Нижегородской ярмарки, открывающейся завтра, все газеты пестрят громадными объявлениями. “Мосполиграф”, “Госанонс”, “Кустпромторг”, “Сельмаштрест”, “Петрогоскожтрест”, “Вукооптранс”, “Фондкомбал”, “Погарз”, “Горзав”, “Стеклофарфортрест”, “Моссельпром”, “Севзапгосторг”, “Центропробизоль”, “Всекопромсоюз”, “Фосфатотук”, “Укртрестсельмаш”, “Петрораспредхладбаза” и еще добрая сотня подобных тарбарских “фирм” делают разные заманчивые обещания продать на ярмарке чего только пожелает русская душенька. И все как у господ (эксплуататоров), со всеми “нашими удовольствиями”, т. е. и с кредитом, и с гарантией, и с доставкой на дом, и с отменной свежестью либо с поразительной прочностью. Удобства для покупателей сулятся небывалые и “оборудованные общезжития и столовые”. При этом сотни посреднических заведений: и артели, и транспортные, и биржевые, и банковские, и комиссионные. Цены у всех и на все “вне конкуренции”. А как считаешь еще, что в “казино”, бывшей гостини. “Германия”, и концертная программа, и игры: лото, карты; первоклассный ресторан, оркестр, да о том, что в Нижний теперь не только можно ехать, идти или плыть, но и лететь (Москва–Нижний, полет 2,5 часа, плата 120 млн. р.), то и скажешь... а что скажешь?”

На близкое родство рекламы в годы нэпа с дореволюционной прямо указывает и рифмованное прославление продукции “Донгостабфабрики” (бывшая Асмолова и К^О). Прямым продолжателем “Дяди Михея” и “Дяди Корнея”, о которых мы писали в наших предыдущих книгах, стал советский “Дед-табаковед”. Приведем одно из его произведений под названием “Жалеть не будешь”, в котором автор, творя в духе времени, умело сочетал рекламу и политическую агитацию:

Мы знаем нэпманов коварство,

Наживы и обмана путь...

Но производство государства, —

Оно не может обмануть!

“СОВЕТСКИЕ” и “ТРУДОВЫЕ”

Папир. в. с. А № 1 Папиросы 3 сорт

Иль “ЭХ, ОТДАЙ ВСЕ” и “БУРЛАК”

Папиросы 3 сорт А. Папир. 3 сорт

*Кури, голубчик мой, любви:
Не ошибешься тут никак!*

Конечно, эти вирши по популярности не шли ни в какое сравнение с рекламным творчеством “агитатора, горлана-главаря” В. Маяковского. Главный пролетарский поэт, объединившись с художником-авангардистом А. Родченко, успешно наладил конвейер по наводнению Москвы рекламой собственного сочинения. Отголосок бурной деятельности этого альянса до сих пор можно увидеть на фасаде так называемого “Дома Моссельспрома” в Калашном переулке.

Вспоминая годы детства, историк Москвы Ю. А. Федосюк отмечал как политическую составляющую рекламы времен нэпа, так и ее назойливость:

“Официальная пропаганда всюду старалась дискредитировать частника и побудить население покупать товары в кооперативе. Эта тема была одной из ведущих в газетах, плакатной агитации, в постановках “Синей блузы”*. Повсюду раздавался призыв: “Не покупайте у частника, лучшие товары – в кооперации!” Поддерживаемая государством кооперация широко пользовалась рекламой, боролась с частником путем регулярного снижения цен на потребительские товары. Частник, теснимый налогами, снижать цены не мог, но рекламой тоже пользовался. Такого размаха коммерческой рекламы, как при нэпе, я уже не помню; сказывалась ожесточенная конкуренция обоих секторов. Рекламные плакаты и объявления назойливо били в глаза на каждом шагу. Ими были заполнены стены, газеты, журналы – почти как в капиталистических странах”.

На все годы нэпа советские граждане были поставлены перед выбором: либо товары по низким ценам, но далеко не всегда хорошего качества, за которыми зачастую приходилось стоять в очередях в государственных (кооперативных) магазинах, либо более высокая цена, но вежливое обслуживание у частного торговца.

Вот, например, типичное мнение о государственной торговле (подобные замечания граждан до определенного времени регулярно появлялись на страницах “Рабочей Москвы”): “Купил жене в магазине Москожи на Смоленском рынке баретки, но после первой же прогулки подметки развалились. Лучше бы купил в частном магазине, хоть на 2 рубля дороже”.

Плохим качеством отличалась не только промышленная продукция. Исследование продовольственных товаров, проведенное Московским санитарным институтом летом 1923 года, привело к неутешительным выводам:

“Продукты на 33%, т. е. на целую треть недоброкачественны, а по отдельным продуктам цифры гораздо больше. На первом месте, к сожалению, стоит самый важный, основной продукт нашего питания – хлеб.

Он как раз оказывается самым недоброкачественным из всех продуктов. Целых 80% с лишним, т. е. четыре пятых его, неудовлетворительны.

Хлеб московских хлебопекарен, не исключая и МСПО, избыточно-влажный, с большим количеством отрубей, и к тому же часто плохо выпечен. Такой хлеб малопитателен, плохо переваривается и легко вызывает желудочно-кишечное расстройство.

За хлебом следуют мясные продукты, главным образом колбаса. В ней слишком много воды, много крахмала; от избытка селитры и плохого мяса в ней часто попадают соли ядовито-азотистой кислоты. Кроме того, колбаса на рынке очень часто уже испорченная и продается с признаками начавшегося разложения.

А каково молоко? Это основной продукт детского питания. Нужно провести резкую грань между молоком Госмолока и Крестьянского союза, с одной стороны, и рыночным молоком с другой. Первое доброкачественно, второе сплошь недоброкачественно. В лучшем случае, оно лишь снятое и разбавленное, в худшем, еще с другими примесями. Вместо нормальных трех с лишним процентов жира, в нем никогда почти не бывает больше двух, а иногда и полтора, и один, и еще меньше. (...)

Этот список можно было бы еще и еще продолжить. Нет ни одного продукта, не обследованного санитарным институтом. Вполне доброкачественных продуктов на рынке очень мало”.

* “Синяя блуза” – существовавший в СССР в 1920–1930 гг. жанр агитационных театрально-эстрадных представлений (примечание Ю. А. Федосюка).

Кроме качества, советская торговля вызывала нарекания покупателей своими ценами. Н. П. Окунев отмечал в дневнике: “Кооперативы заторговали всюю и превратились, собственно, в тех же частных обирателей. Торгуют конфетами по 32.000 руб. ф., капустой по 900 р. ф., колбасой по 16.000 р. ф. Умные люди говорят, что скоро их товары будут дороже рыночных. Да и немудрено: вон у нас в НКПС говорят, что расходы его кооператива исчислены в 11 млн. р. Надо же их покрывать “прибавочной стоимостью”. Дело становится все запутаннее”.

Наблюдалось в советской торговле и такое явление – исчезновение дешевых товаров, выделенных специально для кооперативов. Так, в марте 1922 года со страниц “Рабочей Москвы” некто Люсин обращал внимание на такой факт: “Отдел соли Наркомпрода в течение последних 3-х месяцев отпускал соль исключительно кооперативам и государственным предприятиям по дешевой цене. А вы слышали, чтобы какой-нибудь кооператив распределял среди своих членов соль? Я знаю до 10 крупных кооперативов, и ни в одном из них не выдавалось, начиная с сентября месяца, ни крупинки соли”.

Получается, либо кооператоры торговали солью из-под прилавка, либо сразу перепродавали ее с выгодой для себя частным торговцам. В любом случае большей части рядовых потребителей приходилось покупать жизненно необходимый продукт у частных.

В апреле 1924 года на общегородском собрании работников МСПО* выступил с докладом Л. Б. Каменев, в ту пору заместитель председателя СНК. Видный большевик предложил кооператорам строить свою работу не по каким-то теоретическим соображениям, а исходя из практических задач. Одна из них: используя государственные льготы, “научиться бить частный капитал более низкими ценами”. Доводя свою мысль до аудитории, Каменев сказал:

“Нам не нужно в кооперации накопления кооперативных капиталов, а нужно, чтобы кооперация, которая будет работать, была бы орудием нового социалистического строительства, чтобы, сравнивая кооперацию с частным капиталом, можно было сказать: да, пролетарское государство, в виде новой кооперации, создало такие формулы удовлетворения пролетарских потребностей, которые лучше капиталистических форм, и каждая лавка, которая вызовет у крестьян и рабочих не эти чувства, а вызовет противоположные, т. е. оттолкнет его от кооперации и бросит в объятия частного капитала, такая лавка будет играть подлинно контрреволюционную роль, если говорить по существу”.

Логично было бы предположить, что, услышав политическую оценку своей работы, “красные купцы” (“краскупы” на новоязе того времени) бросились немедленно исправлять положение. Однако рядовые потребители, судя по их отзывам, попавшим на страницы газет, что-то не заметили изменений к лучшему. Их нарекания дают некоторое представление о советской торговле середины 20-х годов:

“В большинстве первичных кооперативов отсутствуют наиболее необходимые предметы питания: картофель, мясо, крупа. Наоборот, везде красуются недоступные по своим ценам для рабочего населения разные вина, деликатесы и проч.

Эти примеры показывают, что у нашей кооперации отсутствуют необходимая чуткость и гибкость, и это, главным образом, делает ее неспособной к успешной борьбе с частным рынком. Организованной борьбы с последним наша кооперация не ведет. Наоборот, она часто делает то, что на руку частному торговцу”.

Наибольшее недовольство вызывало хамское отношение продавцов государственных магазинов и кооперативов к рядовым покупателям:

“Отовсюду слышны жалобы на то, что в наших государственных и кооперативных лавках покупателя “обслуживают” так, что он спешит поскорее убраться из магазина подобру-поздорову.

Из писем:

“Подойдя к прилавку в любом госмагазине, вы несколько не встречаете сочувствия вашему, казалось бы, “благому” начинанию оставить несколько червонцев в кассе магазина и приобрести то, что вам нужно, а, наоборот, обрекаетесь на довольно, а иногда и очень продолжительное стояние в ожидании, ког-

* Московского Союза потребительских обществ.

да с вами заговорят, когда одному из двух обслуживающих целое отделение “совслужащих” придет в голову спросить, что вам нужно. А тон, каким спросят? Этот тон сразу пройдет по вас холодком. Почему и за что он сердится?”

А если не сердится, то заставляет подождать так долго, что всякая охота к покупкам пропадает.

Впрочем, дело не только в вежливости.

Бывает, что покупатель-рабочим отказывают в товаре и тут же продают его рыночным торговцам”.

“Во вновь открытом магазине “Мясохладобойня” Наркомпрода, по Садовой ул., против Каретного рынка состав служащих подобран так, что если один раз купил, то в другой не пойдешь. Обращение с покупателями грубое, на все замечания не обращают внимания и даже больше – отвечают, что если не нравится, идите и покупайте вон на рынке, благо он расположен рядом.

Может, это был бы все сносно, но главное, что в магазине совсем отсутствуют хорошие сорта мяса, на глазах покупателя частые рыночные торговцы уносят баранину в палатки, а покупателям продавцы говорят: “придите попозже, сейчас баранины нет”, а когда придешь позже, говорят: “сегодня баранины не будет, приходите завтра”, и приходится невольно идти на рынок в палатке покупать, может быть, ту же баранину, которую на глазах у тебя уносит торговец несколько раньше. Выходит, что магазин не для населения, а для удобства и наживы спекулянтов в палатках”.

Итак, что же мы видим? На шестом году учебы “у купца, у частного предпринимателя” советский магазин по-прежнему не готов выполнять свою главную задачу – предоставлять трудящимся возможность приобретать необходимое для жизни в лучших условиях, чем у частного торговца. Вместо уважения к человеку труда – очереди, обман покупателей продавцами, необходимость постоянно контролировать торговых работников, иначе будут манипуляции с ценами и хищения.

Впрочем, кое-что принципиально новое нам удалось отыскать. В этом опять помог журнал “Огонёк”. В конце 1928 года на его страницах был опубликован очерк Д. Маллори “Женский магазин”:

“Их в магазине тринадцать. Четырнадцатая – заведующая. Она из выдвигенков. Была разносчицей писем на почтамте. В “день работницы” выдвинули тов. Маркину в кооперацию. И ей пришла мысль – создать магазин, где работали бы исключительно женщины. Кооперация воплотила эту мысль в жизнь.

Теперь в Москве несколько женских магазинов, но “Продуктовый № 10” в тихом Казарменном переулке, в районе Покровки – один из первых.

– Все опытные продавщицы! – говорит завмаг. – Раньше работали в мужских магазинах. Теперь собраны здесь. С работой справляются хорошо... Только почему-то с разрядами у нас неладно. Гастрономы-мужчины получают 70–82 рубля, а у нас гастрономы-женщины почему-то по 55–60 рублей... Вот вам прочность предшхисудка... За ту же работу женщине дешевле. Впрочем, обещали дать твердые штаты и сравнять тарифы с мужскими.

В магазине полно. Один из старых покупателей говорит нам:

– Женское обращение, знаете ли, обходительнее! Женщина лучше объяснит, которое по хозяйству. Это ей ближе.

– Макароны есть? – громко кричит старуха.

– Возьмите вермишель, Марья Семеновна. Вермишель получена. Под сыр одно и то же...

– Вы думаете? Ну, дайте 400 грамм.

Вваливается пьяный человек.

– Белое есть? Тю, сколько бабья понабралось!..

Пьяных, впрочем, быстро успокаивают сами же покупатели. За все время в магазине не было ни одной стычки с публикой. Женщины как-то лучше умеют лавировать между “обидой” в очередях и отсутствием иной раз того или иного товара...

Иногда вспыхивает ссора:

– Без очереди даете другим, а мне не даете. Прошу жалобную книгу.

Но тут же свидетели заносят в жалобную книгу свои “поправки”: “Продавщица вовсе не отпускала без очереди, а эта женщина скандалила, о чем свидетельствуем собственноручно... Нечего зря нападать на продавщицу”.

Характерное явление. Случаев “флирта”, заигрывания покупателей с продавщицами не было ни одного за 6 месяцев существования магазина.

– К вам относятся как к работницам, и никто не посмел “флиртовать” или даже пошутить с продавщицей!

Но зато случаи пренебрежительного отношения к женскому труду со стороны некоторой категории мужчин нередки:

– Рису нет! А еще женский магазин! – ворчит старик в фуражке отставного чиновника.

Но такие смехотворные претензии, конечно, немногочисленны. Гораздо чаще выражения удовольствия со стороны покупателя:

“Зайдя в женский магазин, натыкаюсь на абсолютную чистоту и порядок”, – пишет один из покупателей в книге пожеланий.

И действительно, чистота, порядок, быстрота работы – изумительная.

– Тов. Маркина, мясо привезли!

Заведующая спешит с книжкой во двор. Огромные туши мяса носят мужчины, женщины только помогают.

Идея женских магазинов широко прививается у нас. В том же Бауманском районе открыт магазин широкого потребления – галантерея, мануфактура, обувь. Здесь 16 продавщиц, разница только в форме одежды: здесь изящные синие толстовки с белыми воротничками...

Заведующая беседует с покупательницами.

– Работа, кажется, легкая, – говорят продавщицы, – а поверите – на фабрике гораздо меньше уставали. Тяжелый труд. Весь день на ногах, весь день говорить. Да ничего... Привыкаем!”

Остается добавить, что в том самом году, когда москвичи радовались появлению “женских” магазинов, советская власть обложила своих “учителей” двойным налогом. Многим из частных торговцев пришлось закрыть свои заведения. А в 1930 году частных предпринимателей вообще ликвидировали как класс.

“Учёба”, о которой говорил В. И. Ленин, закончилась. За отсутствием учителей.