

ГЕОРГИЙ ПАНКРАТОВ

“ВДНХ: СКОЛЬКО СТОИТ ПОПАСТЬ В РАЙ?”

Исторический репортаж

1 августа 2019 года исполнилось 80 лет Выставке достижений народного хозяйства. Общего у нынешней ВДНХ и той, что существовала в советские годы, разве что территория, и та много раз перекраивалась, как и территория самой страны, где ВДНХ с 1960-х годов была провозглашена “главной выставкой”. Будучи маленькой моделью государства, выставка на протяжении всей своей истории переживала с ним торжественные и трагические моменты, а изучение особой жизни, которая царила здесь, — почти всегда повод поговорить о чём-то большем: чем жил человек в разные годы, что его занимало и было для него ценно, к чему он стремился, на что надеялся, как менялось отношение общества в разные годы к одним и тем же сферам жизни — отдыху, культуре, деньгам, алкоголю, потреблению, науке, религии, спорту, природе и даже любви и дружбе. Одна из самых знаковых и в то же время малоизвестных страниц в истории выставки — 1990–1991 годы, короткое время перед распадом СССР. О нём мы и поговорим.

В сентябре 1990 года Совет министров СССР постановил сохранить Выставку достижений народного хозяйства в общесоюзной собственности как единый выставочный комплекс. Хотя и столица, и РСФСР активно претендовали на перевод главного экспозиционного комплекса страны в их ведение. Этот эпизод в жизни выставки, показавшийся в смутные времена спасительным, на деле обернулся выходом на финишную прямую для той ВДНХ, какой она была задумана и построена во времена советского могущества. Никто не знал, что выставка доживает последние дни; и даже если целостность страны вызывала всё большие опасения, то для ВДНХ, с какими бы ни пришлось столкнуться трудностями сотрудникам, участникам мероприятий и обычным посетителям, никто не мог представить такого финала.

Смена идеологии и переход на “новые экономические рельсы” стали катастрофой для рядовых работников выставки, послужили снижению общей культуры её посетителей и удручающе сказались на облике павильонов, фонтанов и аллей. Но сама выставка как исторический и социальный объект, получив встряску, готовилась к сильнейшему рывку. Он оборвался в самом конце 1991 года, как обрывается песня, внезапно поставленная на паузу. Для ВДНХ эта пауза продлилась долгие 20 лет.

Именно распад Союза и последующие события показали, что новая модель существования, избранная выставкой, не принесла ей ничего, кроме дурной славы — ни успехов, ни процветания, ни яркой, насыщенной событиями жизни. Возможно, дело в том, что сохранить себя, отказавшись от самой своей сути, не может ни отдельный человек, ни такой огромный организм, созданный и управляемый людьми, как выставочный комплекс. А величественное название, от которого отказались сразу же, едва распался СССР, будет вспоминаться лишь как рифма из небезызвестной рекламы «Мега».

Спустя несколько лет — в 1999 году, срок не такой уж большой в масштабах выставки — её тогдашний директор Василий Шупыро сказал:

— К сожалению, мы окончательно утратили атмосферу, присущую ВСХВ–ВДНХ.

Сегодня мрачный постсоветский период истории выставки считают логичным завершением процессов, начавшихся в 1990 году. Но это не так. Те два года стали уникальным временем в её истории, временем страхов и надежд, проб и ошибок, временем, когда никто не мог быть уверенным в завтрашнем дне, но многие были уверены в прекрасном будущем. Ведь мало кто догадывался, что впереди ждёт только большая пауза, в которой всё уже станет ясно, и не будет ни проб, ни надежд — ничего не будет.

Еще раньше, до решения Совмина, в январе 1990 года выставка была переведена на хозрасчёт.

— Перестройка непосредственным образом затронула и выставочное дело, потребовала кардинального пересмотра задач, функций, структуры, экономического механизма и стиля работы, — не устаёт объяснять заместитель генерального директора ВДНХ В. И. Сергеев.

Бюджетное финансирование подразделений выставки с 1990 года полностью отменено: крупные павильоны отпускались фактически в свободное плавание — отныне каждый должен зарабатывать, как может и чем может. Средняя ставка аренды выставочного помещения — 50 копеек за метр площади. Остальным павильонам рекомендовано самим вносить предложения по переводу на хозрасчёт, а если таких не находится — ликвидировать. Но порой не спасают даже предложения; так была закрыта знаменитая Круговая панорама и уволены все её сотрудники. Уникальное сооружение, не имеющее аналогов в мире, находится в ведении кинодирекции Бабушкинского района, а спасти его пытаются обращением к начальнику московского «Киноvideопроката» — в служебной записке представлен проект самостоятельного функционирования в условиях рынка.

Судьбу сотрудников Круговой панорамы разделяют и многие работники выставки: за два года — с 1988-го по 1990-й — было уволено 450 «единиц», и это известие в новых реалиях преподносится дирекцией скорее в позитивном ключе, причём только как первый этап сокращений. Действительно, к концу 1991 года число сотрудников выставки сократилось ещё на 2000 человек.

Одновременно с уменьшением штата резко увеличивается количество коммерческих услуг. Подразделения всюду осваивают несвойственную им деятельность: производственно-оформительский отдел торгует заготовками из стекла и металла, выполняет заказы на конструкции для дома и садового участка, превращаясь фактически в «частную лавочку», не имеющую отношения к задачам выставки, и даже — отдельной статьёй — «реализует отходы». «Животноводство» занимается платным консультированием по разведению кроликов. Дом культуры ВДНХ организует платные кружки для работников и их семей вместо прежних бесплатных, таким образом создавая круговорот денег на выставке: работник получает от неё деньги и ей же отдаёт.

Со стороны большинства павильонов необходимость реформирования встречает молчаливое сопротивление: «К сожалению, перечень в основном сформирован по инициативе сверху», — констатирует руководство.

Директор ВДНХ Вадим Саюшев сетует на то, что большинство крупных советских предприятий больше не хочет выставляться на ВДНХ — их продукцию «и так берут». Крупные экспозиционные павильоны всё чаще выставляют иностранцев, небольшие павильоны остаются ни с чем. Территория, по мнению директора, используется неэффективно:

— У нас на ВДНХ достаточно прудов, а дохода от рыбы нет.

— Коровник пустует, можно использовать его не по назначению — пусть лучше будет склад, чем пустой коровник!

– Почему бы на газонах вместо ромашек не выращивать лекарственные травы?

Саюшев не отрицает, что в новой экономической реальности ВДНХ начинают теснить конкуренты, по его мнению, это только на пользу. Но кто конкуренты главной выставки Союза? Выставочный комплекс “Наука”, Торгово-промышленная палата – что и говорить, в золотые времена выставки о подобных конкурентах не могло быть и речи. Действительно ли это принесёт пользу?

В 2018 году ответ стал очевиден. Но попробуем окунуться в жизнь ВДНХ конца 1990–1991 годов – и мы поймём, что это время не только поставит вопросы “Как жить?” и “Что делать дальше?”, оно родит и смелые проекты их решений, которые так и не сбудутся. Возможно, дело в том, что проекты рождаются для истории, будущего, а вопросы ставятся перед людьми, живущими здесь и сейчас. Первым не хватит времени, вторым – знаний, сил и элементарно – денег.

“Лучше бы этого не было”

Запущенные в стране политические и экономические процессы ещё не привели ни к каким результатам, само их понимание, что называется, идёт “со скрипом”, но повседневно уже стала другой. Как отразились эти перемены на внешнем облике выставки, какой она предстаёт перед современниками? Что бы мы увидели, оказавшись на ВДНХ в девяностом и девяносто первом?

Одной из первых хозрасчёт оценила заведующая столовой в одном из строений – популярного общепитовского заведения “Русь”, кормившего и посетителей, и сотрудников. При входе в зал – самовар, пищевые котлы, стаканы, готовые блюда. Прямо на них с потолка льёт вода. Чтобы пробраться к кассе, предстоит идти по грязным лужам. “Весна”, – коротко объясняет заведующая.

– При нынешнем хозрасчёте мы не можем оплачивать ремонтные работы, вот и используем подручные средства. Лучше бы этого не было, – заключает она.

1990 год начинался на выставке с новостей, ещё недавно неслыханных, – об убийствах и грабежах. К руководству выставки обращаются дружинники: при возросшей преступности их перестали поддерживать, отменили льготы и поощрения, несмотря на опасность, которой они себя подвергают. Сотрудники прилегающего к территории выставки отдела милиции не справляются и выступают в роли помощников добровольной дружины ВДНХ. “Продолжается затянувшееся ожидание каких-то постановлений правительства, их не будет”, – уверены дружинники: необходимо защищать себя самим.

Смысл происходящих в стране изменений укладывается в голове не сразу. Большинство общественных организаций – партийные, профсоюзные, комсомольские – утратили позиции единства целей и не являются выразителями воли коллектива. Организованная пару лет назад добровольная дружина выставки, в которой была тысяча человек, каждую субботу и воскресенье обеспечивала порядок на выставке...

В 1991-м вопросом “о смысле происходящих изменений” уже не задаются – всё понятно. Вместо крика: “Помогите!” – ровная констатация: “Обвиняются в равнодушии”. Добровольная дружина существует в “мерцающем режиме”, силами самых стойких. Во время закрытого празднования дня рождения в одном из кафе на ВДНХ один из гостей шумной вечеринки решает забрать у другого куртку, вопрос решается ударом ножа. Протрезвев, компания понимает, что натворили – ведь все же свои! – и решает, что делать с окровавленным товарищем. Милицию вызывать нельзя, “скорую” – тоже. Персонал заведения молчит – бармены и официанты опасаются, что их уволят: ведь они продают алкоголь, а на ВДНХ это запрещено. В компании обнаруживается “медсестра”, которая объясняет: кровотечение несильное, можно пить дальше. Поняв, что товарищу становится всё хуже, компания вызывает знакомую машину, но проезд на территорию выставки запрещён, приходится тащить его до входа, объясняя странное поведение друга тем, что он напился. Не получив медицинской помощи, раненый умирает.

Торговля оружием – последнее, с чем ассоциируется нынешняя ВДНХ. Однако первый год девяностых добавил выставке и этого колорита. Некие

москвичи замечены были при продаже итальянских пистолетов прямо на Центральной аллее, их “покупателем” становится случайно оказавшийся поблизости инспектор отдела милиции. В ходе драки только чудом удаётся избежать перестрелки и ранения случайных прохожих – продавцы оружия настроены решительно, отбиваются до последнего.

Ноябрь 1990 года. Маленькому сыну посетительницы выставки становится плохо. Он падает прямо на площади, прохожие помогают поднять его, посадить на скамейку. Поскольку дело происходит возле буфета “Восток”, женщина обращается туда с просьбой дать ей воды и слышит в ответ от буфетчицы:

– Мне наплевать на вашего сына, пусть хоть подышает.

Она обращается к руководству ВДНХ, помня о том, что прежде такие вопросы обязательно “выносились на суд общественности” и довольно быстро решались. Однако теперь официальная ВДНХ может лишь развести руками: заведение не входит в структуру выставки. И хотя фраза, якобы брошенная буфетчицей, звучит слишком нереалистично, сама возможность такой ситуации на выставке в 1991 году не вызывает никаких сомнений. При этом официальная статистика ВДНХ этих лет гласит: 77% посетителей довольны работой выставки, 35% удовлетворены полностью, 20% совершенно недовольны.

Неизменна великолепная природа выставки.

– В солнечный день у какой-нибудь незамерзающей полыньи можно услышать несложную, но очень жизнерадостную песенку: “Шик-шик-шик!” Подёргивая коротким хвостиком, её не поёт, а скорее вызывающе выкрикивает небольшая птичка величиной с дрозда – оляпка...

– В лесу тишина. Лишь изредка раздаётся сухое потрескивание замороженных сучьев, – рассказывают посетители.

Лес... Спасение от непонятных и порою жутковатых перемен, происшедших с выставкой, похоже, находят именно в нём. Совсем как в 1939-м, когда открывалась сельскохозяйственная выставка, и в 1959-м, когда она полностью изменила облик, так же и теперь – здесь поют птицы, светит солнце, распускаются редкие цветы.

– Конечно, и грязь, и мусор, и бесчисленные киоски, которые ломают всю инфраструктуру выставки – всё это нас не радует, – констатирует главный архитектор выставки. – ВДНХ сейчас больна, как, впрочем, и вся страна. Но думаю, что всё должно измениться, думаю, что года через два, я в это просто верю.

В декабре 1989 года официальная выставка, поздравляя сотрудников и посетителей с Новым годом, в последний раз обратилась к ним: “Дорогие товарищи!” С наступающим 1991 поздравят уже “друзей”, а кого поздравлять, и поздравлять ли вообще, с 1992-го станет и вовсе непонятно. Фестиваль “Русская зима”, проводившийся с Нового года до самой Масленицы аж с 1967 года, теперь практически незаметен и не сопровождается никакой рекламой, в отличие от прежних лет.

– Ты, уходящий год, ввёл прежде неизвестные понятия, такие как “развал экономики, тотальный дефицит, обесценивание денег”. Вряд ли за всё это тебя, уходящий год, вспомнят добром. Ты не сумел помирить народы нашей ранее дружной страны.

Эти слова – из новогоднего поздравления А. Глущенко, одной из самых ярких и талантливых сотрудниц. Она жёсткий и бескомпромиссный журналист, известна прекрасными сложными темами своих репортажей, которые помогали развивать выставку и решать её многие внутренние проблемы. Провожая 1990 год, она находит в нём и хорошее:

– Каждый день, как и прежде, случалось чудо – рождались дети, цвели сады, пели птицы, светило солнце. Ты уходишь, год, и никогда не повторяешься. Оставь лишь лучшее, оставь нам вечное: веру, надежду, любовь.

Эти слова, как и во множестве других статей и материалов выставки, буквально кричат о боли утраты, непонимании и неприятии новых реалий. Так происходит по всей стране, во многих газетах Москвы и Союза. Новые реалии, напротив, ни о чём не кричат. Они уверенно и твёрдо говорят словами Саюшева с соседних страниц того же издания:

– Я, конечно, против постоянных выставок – это дорого и неэффективно. По-моему, лучше так: выставил новое, провёл ярмарку, пригласил гостей, заключил соглашения и уехал. Просветительские мероприятия будут осуществляться в зависимости от наличия средств.

В декабре 1990 года от разговоров наконец переходят к делу. Павильон “Ветеринария” отдан во владение всесоюзному обществу “Элита”, благодаря чему зарабатывает 10 000 рублей. Первые шаги к рыночной экономике прокладывают собаки – участницы смотра вместе с представителями зарубежных фирм и ветеринарными врачами.

На сегодняшней выставке этого павильона нет. Он сгорел в 2006 году, пополнив список утрат эпохи ВВЦ.

“Эра” милосердия

1990 год запомнился “выставкой Америки” на Фрунзенской набережной, 30, в “строительном” филиале ВДНХ. Участники – обычные бизнесмены из Штатов, владельцы небольших фирм. Чемоданчики, краски, кухонная утварь – всё то, что выставлялось на ВДНХ и ранее, но только производства фирм из США. Выставка вызывает неоднозначную реакцию – от восторга качеством до недоумения: а почему всё то же самое не производят наши, а если и производят, то не выставляют? Гости из Штатов хвалят страну, несмотря на мороз.

– Что же вам так нравится? – спрашивают посетители. – У нас голод, все злые и дикие.

– Ну, что вы, русские совершенно замечательные люди! Нам очень хочется помочь России. Потому что мы просто любим вас.

У этих обычных людей – рядовых бизнесменов из другой страны, представлявшихся отчего-то супервлиятельными, – посетители выставки пытаются узнать ответы на все главные вопросы, волнующие общество.

– Поймите, – учат американцы. – Рассчитывать только на помощь нельзя. Нужно самостоятельно становиться на ноги!

Схожее впечатление – у московского школьника, которого фонд “Интеллект”, расположившийся на ВДНХ, отправил с дружеским визитом в США. Несколько дней он провёл в доме американцев с русской фамилией Демоновы, потомков выходцев из России. Больше всего ему запомнились доброжелательность, открытость и общительность американцев:

– Такое ощущение, что жизнь американцев – сплошной праздник, без проблем! Везде люди улыбаются, готовы заговорить с незнакомцем, помочь ему в любой ситуации.

Если вспомнить, ситуация с сыном посетительницы, упавшим возле павильона, вряд ли могла произойти в такой стране, в которой побывал мальчик.

Но так или иначе, выставка рассчитывает не на что иное, как на помощь. В 1990 году выпущена специальная методичка для работников и организаторов выставок: “ВДНХ выходит на международный рынок”. Зачастую этот выход сопровождается инцидентами, совсем не характерными для международного опыта, и больше похожими на гуманитарную помощь. Представитель финской фирмы “Лабсистемс”, участник выставки “Охрана матери и ребёнка”, рассказывает:

– 50 фирм из 14 стран участвовали в выставке. Более половины – постоянные участники. В прошлом году Советскому Союзу ими была продана партия оборудования, медикаментов и так далее. Тем не менее, ваша страна денег никому не уплатила. Однако все приехали на эту выставку и согласны подождать с уплатой долгов. Все инофирмы понимают вашу ситуацию – идёт перестройка, и задержка с деньгами неизбежна. Мы все хотим искренне помочь вам, и подобное отношение в делах, нетипичное для иностранцев, расцениваем с нашей стороны как акт милосердия.

Что планирует выставка на 1991 год? Требуется решения главный вопрос: какой уклон приобретёт ВДНХ? Руководство выставки поначалу ограничивается туманной формулировкой: “Обслуживание советской экономики в условиях рынка”. Это означает, что на ВДНХ, помимо выставочных павильонов, нужны банки, маркетинговые службы, биржи. Чтобы новый организм, рождающийся на основе прежней выставки, функционировал, все, кто имеет отношение к нему, – и организаторы мероприятий, и арендаторы, и сотрудники выставки, причём на любых должностях, – должны обрести новый навык – становиться менеджерами по продажам. Легко ли переучивать людей, особенно пожилых? “Сотрудников, не желающих работать в таком ритме, мы, естественно, отпускаем”, – заявляет администрация ВДНХ.

Может, среди прочего, и с этим связано открытие спустя 60 лет биржи труда. “Готовы ли мы к безработице?” – этот вопрос интересует каждого.

– При сохранении тенденции увеличения количества лишних людей, независимо от того, какую модель экономики мы выберем, увеличение армии потерявших работу неизбежно, – сообщает на ВДНХ начальник управления трудовых ресурсов и занятости.

Вслед за биржей труда на ВДНХ открываются и другие – товарная, закрытая также 60 лет назад, специалисты предрекают ей оборот 2-3 млрд рублей за 1990 и 1991 год, и Главснаб – биржа материальных ресурсов. Банки на выставку не спешат, но открывается Центр маркетинга с характерным для того времени названием “Эффект”.

Ещё в начале 1990 года на ВДНХ заговорили о необходимости создания некоего Единого коммерческого центра, который объединил бы все направления деятельности, имеющие платный характер, и работал как рекламная “биржа”, как центр экономической информации – проводил своеобразный ликбез. Такой центр, выражаясь языком XXI века, стал бы своеобразным роутером, распространяющим, будто *Wi-Fi*, самые инновационные экономические веяния по всей выставке, которая планировала стать лидером в стране по обучению маркетингу, экономике, менеджменту, экспертно-посредническим услугам. “Эффект” отчасти и становится такой структурой, но сосредотачивается на последнем аспекте. Его директор – человек категоричный:

– Сегодня никому не интересны фонтаны. На ВДНХ приходят деловые люди; у них может быть лишь одна цель – наладить связи с деловым партнёром, фирмой, узнать цены, найти посредника.

На последнем слове он делает акцент. Посреднические услуги – и есть то, чем занимается Центр маркетинга: найти нужный товар и помочь приобрести его. Другая специализация “Эффекта” – то, что впоследствии назовут PR: например, необходимо продвигать советские ЭВМ, которые крайне успешны в рамках нашей страны, но о них никто не знает на Западе. В речи директора маркетингового центра впервые звучит формула, которую вскоре возьмут на вооружение все, кто имеет отношение к выставке: “Продвижение вместо достижений”.

– Единственное, что от вас потребуется, – это доверие, – объясняет он. – Слово предпринимателя, данное партнёру или банкиру, должно цениться выше, чем контракт, составленный при участии лучших адвокатов.

Он апеллирует к русским купцам и вспоминает Зингеров, Морозовых, Елисеевых, оговаривая, правда, что они не только продавали, но и производили тоже. Однако в нынешних условиях важнее всего научиться продавать. По мнению директора “Эффекта”, выставка не потеряла привлекательности. С этим утверждением можно спорить, и с ним спорят, подразумевая под привлекательностью внешний вид выставки и экономические аспекты. Однако, – что не проговаривается, но подразумевается в 1990-1991 годах многими, если не всеми, кто выбирает сотрудничество с ВДНХ, и зачастую обуславливает этот выбор, – значение ВДНХ как символа только возрастает. И, возможно, с точки зрения эмоционального пика “символичности” выставка проживает самые яркие свои годы. Новый порядок не станет считаться с историей выставки, он примется безжалостно форматировать её под себя, но он в ней нуждается.

Масштабность новых задач не уступает прежним: благодаря маркетингу отечественный товар должен вытеснить заграничный, причём не только на советском рынке, но и на зарубежных – ксероксы из Серпухова ничуть не хуже заграничных; всё, что требуется, – сделать так, чтобы мир узнал об этом. Экономисты и “рыночники” ранней поры – люди иного ума и ценностей, отличных от тех, что утверждала прежняя выставка, они ничуть не уступают своим предшественникам в романтике. Эта романтика и двигает многими из них, приводя, в конечном счёте, на ВДНХ. Скорый крах государства, а с ним и выставки теперь ставят в вину именно этим романтикам, но ведь они и сами, в конечном счёте, проиграют. Проиграют тем, кто ни в какую романтику не верит.

В маркетинговом центре ВДНХ впервые говорят о трансформации выставки в ярмарку – дословно: крупный рынок товаров широкого потребления и оборудования, который действует в установленные сроки в течение ограниченного времени. Ориентиром служит знаменитая нижегородская ярмарка, которую так любят упоминать руководители 1990-х, проводя совсем не очевидную параллель с ВДНХ. Мол, она определяла конъюнктуру рынков, диктовала

мировые цены на многие товары и ресурсы, да и просто славилась прекрасной купеческой атмосферой.

На языке же народном, пусть и не отражающем всей сути, это означает просто базар — слово, которое долго ещё будет преследовать выставку. В 1991 году этот путь для ВДНХ был одним из возможных, но не единственным и главное — не исключавшим других. Но чем ближе к концу года, тем явственнее будет проявляться Ярмарка, которая, в конечном счёте, и поглотит всё. Даже корпоративная газета постсоветского ВВЦ, выродившаяся до каталога фирм-арендаторов, возьмёт именно это название: “Ярмарка”, хотя официального применения этого термина приблизительно к выставочному центру в целом будет избегать.

Парад конверсий

Однако даже в качестве ярмарки ВДНХ-91 имеет очевидные сложности. Научно-познавательный журнал “ВДНХ СССР”, который успешно распространялся по подписке во все регионы Союза и три десятилетия знакомил читателей с передовыми достижениями страны, вдруг переключается на “тайны психики”, “инопланетян среди нас”, не может устоять даже перед последователями Порфирия Иванова. Такая корректировка тематики не мешает ему сменить название на “Прогресс”. О “достижениях” теперь принято говорить только в кавычках, кем бы ни был говорящий — резидентом выставки, директором, корреспондентом, рядовым сотрудником. Следуя логике интервью и официальных заявлений, само название выставки пора начинать писать как В“Д”НХ, хотя более достойна заключения в кавычки в 1991 году была буква В — сама выставка. Выставочное дело называют тормозом на пути к бизнесу:

— Время звонких литавр и победных реляций наложило мрачный отпечаток на страну и её зеркало. (Здесь очевидная подмена: выставка, создававшаяся и функционировавшая с 1939 года именно для этих целей, не могла наложить какой-либо отпечаток на саму себя, на свою смыслообразующую функцию. — *Прим. авт.*) Достижения были на рапортах, достижения были в павильонах. Именно на этом призрачном фундаменте непоколебимо стояло советское выставочное дело. Именно это и стало главным “тормозом на пути к бизнесу”, — из типичного интервью.

ВДНХ отказывается от закрытых выставок. “Авиадвигателестроение-90” впервые позволяет продемонстрировать зарубежным и советским покупателям продукцию отрасли, прежде глубоко закрытой. На двигатели, превышающие качеством мировой уровень, сразу находится множество покупателей: 150 деловых контрактов с зарубежными фирмами, 800 — с нашими, и каждый пятый касался покупки авиадвигателей — вот итог выставки.

— Мы *прорубаем окно* на внутренний и внешний рынки, — с гордостью говорят организаторы. Договоры способствуют науке: совместно с немцами разработан первый двигатель на водороде и метане. Двоякость ситуации, однако, в том, что новый подход, действительно стимулирует развитие, оставляет ему единственную цель — конечную продажу за рубеж.

Совсем недавно “космос” и “коммерция” казались несовместимыми. Но вот советское предприятие “Энергия-Буран” демонстрирует все свои секреты в павильоне “Космос”. Однако и здесь всё непросто: ведь речь идёт о конверсии. Ещё одно модное слово означает перестроение отрасли на повседневные нужды, например, ракетно-космических технологий — в отрасли народного хозяйства. “Машиностроение-конверсия-рынок” — так называлась экспозиция; она и подобные ей, пожалуй, свидетельствуют и о конверсии самой ВДНХ. Новые принципы выставочного дела — свободный вход для любых предприятий (разумеется, для располагающих необходимыми финансовыми средствами), возможность выгодно продать и купить всё, что угодно, борьба с закрытостью и рыночными тайнами.

Однако далеко не все выставки производят такое идеальное впечатление.

— Мальчик, почему в павильоне нет народа? — спрашивают ребёнка на входе в павильон.

— Потому что не дают значков и пакетов!

При всей игривости подобного ответа, он отлично иллюстрирует проблемы многих выставок, особенно “второго ряда”. Отсутствие ярких рекламных плакатов, скромное оформление выставочных стендов: отечественная полиграфия

в кризисе, да и денег у большинства участников нет. Сотрудники компаний отработывают рабочее время и убегают из павильонов, у них нет личной заинтересованности, выставка для них — дополнительная нагрузка. Да и условия, в которых им приходится работать, более чем скромные — стол и стул. Даже зарубежные выставочники не задерживаются на своих стендах. Наиболее проблемно всё, что связано с сельскохозяйственной отраслью, которая с переходом страны “на рынок” и выставки на хозрасчёт становится самой убыточной. Сельхозтехника раскупается ещё до производства, продавать нечего, а следовательно, и в выставках в их новом понимании необходимости нет: выставляется лишь та продукция, что навязана предприятиям распоряжениями сверху. Чтобы “оживить” такие выставки, устраиваются аукционы — распродажи экспонатов по завершении выставочных дней: хотя бы какие-то деньги. Именно в 1991 году аукционы стали проводиться на ВДНХ впервые.

Так замыкается круг для ВДНХ, организованной когда-то, в первую очередь, как передовая сельскохозяйственная выставка. В поддержку сельского хозяйства издаются материалы, которые распространяются на специальных выставках, посвящённых приватизации агропромышленного комплекса. ВДНХ и здесь выступает “впереди планеты всей”, только на сей раз она призывает страну расстаться с тем, для популяризации чего и создавалась.

Раздел “Экспонаты” журнала “Прогресс” даёт возможность оценить, на что обращают внимание в 1990 и 1991 годах, как и в прежние времена. Отличий немного — любая информация из раздела теперь завершается словами “покупается” и “продаётся”, а в описании экспонатов всё чаще встречаются характеристики “магический”, “чудодейственный”, “волшебный”, даже если речь идёт о предметах, которые принято оценивать совсем по другим критериям, например, коммутаторах. Что же в 1990-м и 1991 годах экспонируется на выставке впервые?

Утюжок “Солнышко”, чудо-печь для блинов “Ускорение”, дистанционный градусник для измерения температуры в доменной печи, “гремучий газ” для протезирования в стоматологии, фильтры для воды из титана, чулочно-носочные автоматы и пр.

Многие стационарные павильоны, сохранив названия, отражающие формальную отраслевую направленность, при этом до неузнаваемости меняют её суть. Например, “Здоровье” оккупируют экстрасенсы, сомнительные психотерапевты, практикующие изучение “тайн психики”, транс и гипноз, китайские лекари с “горящей полыньёй”. Целительница Лаура, способности которой открыла в своё время сама Джуна, открывает в “Здоровье” собственный кабинет. Она лечит стресс, который объясняет как “потерю человеком жизненной энергии”.

— И ты передаёшь им свою?

— Да, но не надо забывать, что мы и сами можем контролировать это состояние. Необходимо “отдавать” досаду, раздражение, злость, всю “чёрную” энергию. Надо только постараться. Будет плохо — приходи ко мне, помогу.

По соседству — центр похудения Эйдимова.

— Нас трое: ты, я и болезнь, — встречают здесь посетителя. — Выздоровеешь ты или нет, зависит от того, кого возьмёшь в союзники.

Павильон “Радиоэлектроника”, под влиянием такого соседства, тоже решает сменить курс на “оздоровительное направление”: здесь и “гамак-лекарь”, и сердечные приборы, и различные устройства в помощь слепым и глухим. Конверсия в действии, однако реальные достижения радиоэлектроники вряд ли ограничиваются одним лишь этим направлением. Павильон в условиях хозрасчёта вынужден ими ограничиться.

В то же время на одной из выставок выступает главный подростковый психиатр Москвы: четверть подростков в Москве нуждаются в оздоровлении нервной системы, 3% — в срочном лечении. Но нет валюты, в городе 9 000 больных, а лекарств хватает только на месяц. С трибуны павильона на главной выставке страны он открыто обращается к присутствующим:

— Помогите нам!

Другие павильоны и вовсе отказываются от своего отраслевого наполнения, с одобрения, пусть и не задокументированного, а всего лишь высказанного в интервью гендиректора Саюшева:

— Предпринимаемые в последнее время попытки внедрения новых форм, создание совместных и малых предприятий в существующих управленческих

структурах не дают желаемых результатов. Осуществление коммерческой деятельности на отраслевом принципе не срабатывает.

Его слова реализуются на практике вполне в духе наступившего времени. Вот магазин “Хлеб” у Южного входа. В один из отделов выстраивается немаленькая очередь. Характерный вопрос времени: “Что дают?” Мармелад, предполагают посетители, печенье?

– Труссы, хлопчатобумажные! – с восторгом отвечают из очереди.

– Может, глюки, может, не расслышала? – рассказывает посетительница выставки. – Иду и думаю: а это веяние времени, когда большими буквами написано одно, а подразумевать надо совсем другое. Такая гимнастика ума: идёшь на выставку, заходишь в обувной отдел, чтобы мыла купить, в “Трикотаж”, чтобы без спичек не остаться. . .

Порой в павильонах “дают” и вовсе загадочные, доселе неизвестные продукты. Многие ли знают, что такое рудомелис? Слово, которого нет ни в одном словаре, а в гастрономе неподалёку от Дома культуры – есть.

– Теперь печенье так называется, которое раньше было овсяным, – растолковывают в магазине.

– А зачем же новое название?

– Так цены! Овсяное стоило 1 рубль 18 копеек, а это – 4-50, вот и новое название.

– Что может быть важнее в наше время придумывания новых названий! – сокрушаются покупатели.

Коснулся кризис даже павильона “Пчеловодство”. По осени здесь все традиционно запасались мёдом, но в 1991 году его впервые нет.

– Когда будет?

– Не знаем, – безразлично отвечали в павильоне.

Закупочная стоимость мёда в регионах стала слишком высокой, и теперь везти его в Москву невыгодно. Граждане по старинке обращаются к руководству выставки, но влиять на дела павильона ВДНХ уже не может.

“Охрану природы СССР” заселяют живые змеи, вараны, рептилии. Специалисты малого арендного предприятия увлечённо рассказывают “о живых экспонатах и больших перспективах их использования”. Выставка и вправду интересна детям и родителям, но всё-таки сложно представить, что из всех идей и проектов времени демонстрация рептилий и насекомых станет тем немногим, что сохранится на выставке в ближайшие 20 лет.

Павильон “Стандарты” может смело добавлять к названию уточнение: новые. Здесь открылся видеосалон, продаются кассеты, организуется доставка и отправка грузов, экскурсии и бронирование гостиниц, функционируют склад, лекционный зал, киоск технической литературы.

Впрочем, подобные процессы – смена назначения павильонов, переориентация их на другое тематическое наполнение – вовсе не являются “ноу-хау” ранних девяностых. Они сопровождали выставку всегда: в чём-то необходимость пропадала, в чём-то – возрастала. Выставка – это динамичный организм, перемены на ней не просто норма, они и есть жизнь организма, его естественное состояние. Другое дело – чему служат эти перемены и какие задачи их порождают? Развитие или просто необходимость выжить? Как мы видим, вопреки стереотипам, на ВДНХ в 1990-м и 1991-м присутствует и то, и другое.

Сложно представить, но в это непростое время здесь даже открывается новый павильон, причём – вопреки смене курса – именно отраслевой: “Оптика”. Происходит это в самые последние дни существования СССР. Несмотря на сильную коммерческую составляющую, это всё-таки выставка достижений: оптические приборы производственно-технического направления и народного потребления (медицина, фотография и т. д.) представляют 20 лучших предприятий отрасли. Впервые советскому зрителю демонстрируются художественные голограммы. И хотя сам павильон, в котором открывается выставка, не построен специально для неё, а уже существует, она позиционируется как постоянная оборудованная экспозиция.

С новым строительством дела обстоят хуже. Последний проект классической ВДНХ, павильон “Ресурсосбережение”, который начали строить ещё в середине 1980-х, в 1991 году окончательно заморожен. Металлический каркас павильона, невольно ставший памятником этому времени, демонтируют во время масштабной реконструкции 2017 года, и у этого действия тоже будет свой символизм: окончательный отказ от наследия девяностых.

Бармен Миша Ломоносов

– Ещё у нас есть детский городок, – говорит гендиректор выставки. – Будут деньги – будем содержать, нет – оставим до лучших времён.

Городок науки и техники для детей и юношества, открывшийся перед началом 1991 года, – пожалуй, первый интерактивный (и даже в чём-то иммерсивный) проект в истории ВДНХ. Объективно не способный принести прибыль, он существует благодаря спонсорским вложениям. Задумка организаторов выражается в простом и броском лозунге: “От пассивного созерцания – к активному действию”. Ребёнком движет психология пытливого первооткрывателя мира, считают они. Демонстрация опытов, аудиовизуальные средства привлекают и удивляют детей, пробуждая в них желание самостоятельно работать на макетах и моделях, использовать компьютеры и базы данных. Но всё же это не учебный центр, а, скорее, исследовательский; он даёт детям главное – страсть к поискам, осуществлению замыслов и решению неординарных задач.

Что представляет собою детский городок, кто его гости и “жители”?

– Наш городок для детей в возрасте от трёх до... тридцати трёх лет, – расширяет границы целевой аудитории его директор, неожиданно напоминая о сегодняшних подходах к научпопу и вниманию к “кидалтам”. Прежде, чем войти в городок, – небольшая разминка на надувных матрацах и подушках. Вводный зал помогает сориентироваться по “улицам” – экспозициям и разделам, сразу за ним – небольшая выставка изобразительных и декоративно-прикладных искусств и, наконец, – “Мир персональных компьютеров”. Здесь детей и их родителей встречает Гоша, старший методист.

Малыши играют на компьютерах в логические игры. Ребята постарше осваивают программы, правда, тридцатилетних среди них не видно. Самый большой ажиотаж – возле компьютерной изостудии: выслушав инструкции, вы подходите к телекамере, и тут же на экране появляется ваше изображение, а через минуту прибор распечатывает его на бумаге.

В зале физики и техники гостей встречают строгие восьмиклассники – завсегдаитаи городка, ученики московских школ, одного из которых зовут Миша Ломоносов. Они посвящают каждого входящего в тайное знание: физика – царица всех наук. Но этим сюрпризы не ограничиваются.

– На самом деле мы бармены, – представляется Миша и, переждав изумление на лицах публики, поясняет: – Только подаём не напитки, а физические эффекты. Кто какой желает?

И правда, часть раздела “Удивительного мира физики и техники” так и называется – физбар. Глаза юных посетителей блещут, они обступают стойку, а Миша Ломоносов с другом показывают им волшебные свойства люминесценции и рассказывают, как ими пользуются в мире: например, для обнаружения нефти или проверки подлинности денежных знаков.

Здесь же на стойке – волшебный фонарь, который мечет молнии. Заинтересовавшийся мальчик берёт его, вертит в руках и долго не может понять, в чём секрет. Наконец, “бармены” поясняют, что мы имеем дело с управляемым газовым разрядом.

В городке есть и свой “вечный двигатель” – барабан, на который намотана магнитная металлическая лента. Но стоит нагреть металл до определённой температуры, как его магнитные свойства теряются. Этим и объясняется принцип работы: ленту притягивает магнит, а лампочка, нагревая участок ленты, расположенный возле неё, “отключает” магнит на этом участке, отчего барабан начинает вращаться. Ребята ещё не знают, что спустя несколько лет здесь будет совсем другой барабан – именно в Центральном павильоне откроют знаменитый на всю страну музей капитал-шоу “Поле чудес”.

А пока здесь копят экспонаты для собственного музея. В мастерской технического авангарда готовят художественные произведения из светодиодов, консервных банок-расчёсок и вообще всего, что подвернётся под руку. Металлический цветок-ромашка демонстрирует изумлённым детям эффект памяти формы: раскрывается и закрывается при нагревании. В завершении перформанса не обходится без голограммы Михаила Ломоносова – на этот раз “того самого”.

В “Горизонтах математики”, подаренных французским спонсором, ребята в игре осваивают сложные математические законы, собирают невероятные фигуры из семи кусочков квадрата, строят кубы внутри куба и делают прочие

вещи, запредельные для ума обывателя, но вполне подвластные пытливому юношескому уму.

От математических игр движемся к “Играм на физических эффектах”. Здесь экспонаты “В мире зеркал”, “Бесконечный коридор” – подобные аттракционы работают в “Лабиринте иллюзий” внутри современного нам павильона “Электрификация”. Кажется, такие развлечения будут актуальны всегда, как и батут, стоящий тут же, в этом зале, на радость трёх-четырёхлеткам.

На “Стройке” – всё как у взрослых:

– Один катит тележку, двое идут рядом, – видимо, начальники, – шутиливо подмечает кто-то из родителей.

Повсюду снуют “строители” в касках, с настоящими тележками, здесь же – склад, шлагбаум. Кирпичи, конечно, легче настоящих, да и материалы яркие все, красочные, как и должно быть в счастливом детстве.

Ну, а на окраине развлекательно-образовательного города – более чем серьёзное, “взрослое” учреждение – центр профориентации. На ВДНХ-2018 готовится целая профессиональная зона – Парк Знаний, прообраз которой зарождается в детском городке 1991 года. Вместо огульной массовой профориентации, уверяют консультанты, теперь практикуется индивидуальная – с тестированием, консультациями психологов и выяснением способностей.

– Мы приоткрываем завесу в будущее, – так говорят здесь.

Но и настоящее детского городка, безусловно, уникально. Оказывается, гиды-“бармены” прошли несколько тестов и теперь работают вполне официально: за час дежурства получают рубль. Игрушки и поделки “технического авангарда” вполне успешно продаются. Весь доход направляется в фонд, за счёт которого здесь стажировются дети из регионов. В ближайших планах – открытие “лазерного ателье”.

Центр профориентации предлагает и совсем необычные обучающие форматы, например, мастер-классы (говоря языком современности) женского обаяния для старшеклассниц. На вопрос посетителей, как это, методист – “хозяйка” городка обаятельно улыбается:

– Очень тонкий и скрытый от глаз процесс.

Всем детям она оказывает максимум внимания: “Что такое, мой хороший? Что тебе рассказать?”

– Каждый ребёнок, пришедший сюда, уже заранее хороший, – говорит она и поясняет: – Хотя бы потому, что он ребёнок.

– У вас есть огорчения в жизни? – спрашивают “хозяйку”.

– У кого же их нет!

– Очереди, колбаса?

– Это конечно. Но ещё – старший сын галстук носить не хочет.

В проект вложились Госкомитет по науке, множество институтов, советских и западных фирм. Как и всё на ВДНХ, расположение городка именно здесь, в павильоне “Центральный”, наделено мощным символическим значением, о котором на выставке заговорят чуть позже. Павильон №1 – визитная карточка послевоенной выставки – становится точкой, где зарождается её юное, пылкое и творческое будущее. Спустя несколько лет оно должно было окрепнуть и распространиться на всю ВДНХ. Детский городок становится микромоделью грядущей выставки, и где ещё ей обосновываться, как не в главном павильоне? Не экспозиционные и не маркетинговые центры заложены в основу проекта перерождающейся ВДНХ, а юные создатели нового мира, для которых и задумывалось всё остальное, ради которых оно должно было работать.

От космоса к капусте

Если оценивать состояние ВДНХ в 1990-1991 годах исключительно по количеству и тематическому разбросу проводимых выставок, не вдаваясь в подробности, легко прийти к выводу, что никакого кризиса она не испытывала и жила вполне привычной, полноценной жизнью. Но, как и в случае с павильонами, многие выставки, сохранив тематику, существенно изменили суть. Со дня провозглашения Хрущёвым курса на научно-технические достижения в 1959 году, мейнстримовой темой ВДНХ всегда оставался космос. Но в новое время космическая тема оказалась в чести только в плане “развенчания тайн” и распродажи всего того, что раньше считалось “секретными разработками”.

Собственно, о том, что связано с реальным освоением космоса и движениях в этом направлении по всей стране, а не только на выставке, стало принято говорить исключительно в ироничном ключе. А то и вовсе использовать “космос” как повод к разговору о чём-то другом, приземлённом. Например, космическая тематика оказалась весьма востребована в выставочной карикатуре. “Взлёт разрешаем!” – сообщают генералы космонавту с головой-рублём на фоне ракеты с названием “Цены”.

И всё же две крупные экспозиции представлены в павильонах “Москва” (“Монреальский”) и “Космос”. Выставки наглядно демонстрируют, сколько средств и сил страна вкладывает в развитие космической отрасли.

– Но вот оправдано ли это? – задают себе вопрос участники и посетители.

И приходят к выводу: да, оправдано. Космическая отрасль способствует развитию таких наук, как кибернетика, вычислительная техника, химия и физика, и – как конечный продукт всей цепочки – приводит к повышению материального благосостояния людей.

– Более чем тридцатилетний опыт развития космонавтики и созданная в прошлом развитая космическая индустрия позволяют теперь осуществлять взаимовыгодное деловое сотрудничество, – рассуждают участники.

На выставках провозглашается немного сюрреалистический термин “космический рынок”. Информация о природных ресурсах земли, вывоз грузов на орбиту, аренда каналов связи – вот какие услуги этого нового рынка интересуют участников выставок в первую очередь. А главной целью использования космических средств и единственным объяснением того, почему ими вообще нужно заниматься, становится высокая рентабельность.

Сегодня в ходу другие термины, например, биткойны, блокчейны. Они звучат и на ВДНХ-2018, в павильоне “Умный город”; желание не отставать от современности невозможно осуществить без принятия её терминологии и активного использования в речи. То же происходит и на ВДНХ-1991. Но посреди не споров даже – ведь все здесь единомышленники, – а разговоров о выгодах рынка и частных обсуждениях сделок и контрактов вдруг внезапно чувствуешь себя как будто на семинаре научных фантастов прошлого, услышав что-нибудь вроде:

– Космические просторы со временем станут такой же наезженной дорогой, как, скажем, шоссе Москва – Симферополь.

Звучат и предложения “из области фантастики”: например, производить в космосе инсулин. Одной дозы такого препарата, в отличие от обычного, хватит на целый месяц, а для массового производства нужен завод в космосе. Проект такого завода уже готов – осталось собрать 500 миллионов рублей, расходы окупятся через 5 лет.

От знаковых космических дат, которые так любили на прежней ВДНХ, никуда не денешься, вот и выставка “К звездам-91” формально посвящена 30-летию полёта Юрия Гагарина, который и сам когда-то бывал гостем главной выставки Союза. Мини-экспозиция демонстрирует документы, приборы, предметы, которыми пользовался первый космонавт, воссоздаёт кабинет академика Королёва и рабочие места из Центра управления полётом. Чуть поодаль – стенды, посвящённые освоению дальнего космоса, образцы продукции советских и зарубежных фирм. На выставке представлены и экзотические направления отрасли, такие как космическая педагогика и космическая журналистика, филателистические коллекции. Прямо из павильона гости выставки отправляют воздушную почту в Калугу, на родину Циолковского, и космическую – по маршруту “Москва–Звёздный городок–Космодром–Орбитальный комплекс “Мир” – и обратно”.

Но главная “фишка” выставки – экспозиция “Космос – детям и юношеству”. Публике представлено всероссийское аэрокосмическое молодёжное общество “Союз”, состоящее из 200 коллективов и 35 000 человек. Учёба, конкурсы, летние лагеря, международная практика – это общество активных энтузиастов, интеллектуалов и практиков, в котором нет смысла состоять “для галочки”, может стать альтернативой общественным и политическим силам и имеет все шансы для развития. Миссия “Союза” выражена в чёткой, красивой и броской фразе в духе прошлого и с прицелом в будущее: помочь молодому человеку стать космонавтом.

Жизнь на ВДНХ не останавливается ни на минуту. Количество выставок становится больше, а их тематический разброс – даже шире, чем во многие

предшествующие годы. “Научно-технические достижения в строительстве”, “Компьютерные технологии”, “Машиностроение–конверсия–рынок”, наконец, просто “Конверсия”, “Иноватор” – эти крупные выставки с миллионным оборотом собирают сотни участников. На последней из них организуется аукцион военной техники – с молотка уходят оригинальные технические разработки на базе боевых машин. Например, мобильный кинотеатр на гусеничном ходу или покрасочное судно стоимостью 8 млн рублей, которое красит корабли, находясь в море, и автомобили, будучи пришвартованным. Ближе к концу года на ВДНХ проводится всё больше необычных аукционов – так, на торги выносятся товары, переданные в дар Москве во время визита делегации Моссовета в Японию.

В павильоне “Товары народного потребления” – громкая выставка “Человек и питание”. Перед глазами посетителей – изобилие готовой продукции из мяса, рыбы, овощей, фруктов, причём в таком ассортименте, который по-настоящему шокирует. Многие считают выставку издевательством: в стране нет продуктов, и забыть свои пустые прилавки, разглядывая изобилие чужих, никак не получается. Но это ещё не главное, ведь выставка пропагандирует принципиально иную культуру питания: вместо “быстренько перекусить” – “готовить быстро, кушать медленно”. Она объясняет, что здоровый образ жизни – это стиль, традиция и цель, и он не достигается запретами, а диета может быть вкусной и разнообразной, вот только соль и сахар нужно употреблять “с умом”. Даже такая, казалось бы, мелочь, как упаковка, должна не только использоваться для отличия от конкурентов, но и помогать сохранять продукцию. Всё это более чем в диковинку.

На этой же выставке зарубежные компании рассказывают о своём опыте работы в СССР. Любопытно, как реагируют на их откровения журналисты. Так, в статье о стандартах компании “Макдоналдс”, которые она пытается внедрить среди сотрудников – не хамить и не воровать, – они называются “заведомо невыполнимыми требованиями”.

Окончательно добивают посетителей автоматы для сохранения формы и выпечки рогаляков.

– Ну, а эти-то игрушки нам зачем? – недоумевают они и уходят.

Международная выставка “Бизнес-91” – ключевая в новых реалиях. Свыше 60 участников, секции: оборудование, товары народного потребления, компьютеры, искусство и культура. И всё же мероприятие с таким громким названием кажется странным: если любую выставку отныне понимают как собрание тех, кто занимается бизнесом, то на выставку “Бизнес” должны приехать, причём без всяких тематических ограничений, все, кто хотя бы чем-то занимается. Принцип, весьма схожий с популярными бесплатными газетами, наполненными рекламой всего подряд, на смену которым придут более профессиональные и успешные нишевые издания. Оказалось, объединяет участников выставки несколько семинаров-ликбезов по экономике и основам ведения своего дела. Схожие мероприятия проходят и на “Велении времени” – нечто вроде *speed dating* для зарубежных компаний, которые хотят “познакомиться” с нашими фирмами – и на самой крупной выставке “Мировой опыт и экономика СССР”, проведение которой обошлось в 20 млн рублей, однако вход на неё бесплатный: народ необходимо просвещать и ориентировать на новую жизнь.

Директор комплекса “Наука”, организатор нескольких крупных форумов в 1991 году, говорит предельно жёстко, хотя и далеко не все с ним согласятся:

– К сожалению, западные партнёры проявляют крайнюю осторожность в установлении деловых контактов с представителями нашей страны. Имидж советских предприятий в западном мире равен нулю.

В небольших павильонах – своя жизнь. “Содружество-91” – фактически недорогая распродажа польских товаров в маленьком павильоне “Гидрометеорология”. В “Геологию” приезжает религиозная общественная организация из Японии “Сока Гаккай”. Созвучное названию павильона мероприятие в “Судостроении” – здесь продаются парусные яхты, и здесь же организуется книжная лавка предпринимателя. ВАЗ отмечает на ВДНХ 25-летие, но праздник получается скромным: трудно организовать интересную выставку, когда её экспонаты миллионы раз проезжают по улицам. Маленькая выставка “Погреб на балконе” собирает конструкторов-самодельщиков, которые наряду с серьёзными фирмами представляют множество видов погребов. Интерес, как ни странно, высокий, ещё интереснее его объясняют организаторы:

– В последнее время свои закрома надёжнее государственных.

Сложно представить, каких только отраслей на выставке не представлено, и это при отказе от отраслевого деления! Впервые организаторами становятся не министерства и ведомства, а общественные объединения, фирмы, частные лица. Слова “креатив” ещё не существует, но названия некоторых выставок способны изумить неподготовленного обывателя: “Лошади для спорта и экспорта”, “Выставка поп-звёзд” (по факту концерт). Заставляют открывать рты от удивления и некоторые новые разделы на научных выставках; так, на солидном компьютерном “Новинтехе” рассказывают о необычном применении информационных технологий “в биолокации, полтергейсте, астрологии”:

– Чтобы составить добротный гороскоп, отражающий все движения небесных сфер, западные астрологи уже давно используют мощные ЭВМ.

Впрочем, эти приёмы отлично работают – завлекают людей на выставку.

На “Новых экологических видах транспорта” – удивительный для СССР монорельс, широкая разветвлённая сеть по всему городу как альтернатива трамваю. Другой “альтернативный” транспорт и вовсе без названия – некое “средство на воздухоопорных гусеницах”, рядом – подвесная дорога и тому подобные фантастические проекты, количество которых в транспортной отрасли традиционно выше, чем в любой другой. Куда ближе к реальности насущные вопросы – загрязнённости океанов, морей и рек, – требующие срочного решения.

Заметно и шумно проходит “Экологическая выставка”, на которой впервые говорят об обмелении и катастрофической загрязнённости Волги: на 30% за 3 года – цифры более чем серьёзные. Экологические активисты ранних девяностых – Комитет спасения Волги – ещё не поджигают “файеры” и не приковывают себя цепями. Они идут на приём к депутату, члену Верховного совета РСФСР:

– Выслушав нас, он заявил: закон об охране природы в СССР – готовится, специальных мер по Волге не будет. И предложил расходиться. Так что же, говорим: правительство нас не слушает, вы тоже. Куда идти с волжскими бедами, в ООН? Этот довод возымел действие.

Настоящей сенсацией становятся впервые представленные на выставке “Охрана труда” материалы о травматизме, трагических гибелях на производствах, профессиональных заболеваниях. От всех этих факторов умирает ежегодно 15 000 – столько погибло в Афганистане за все годы войны. Альтернативное название – “Выставка смерти в постоянной эксплуатации” – довольно скоро замещает официальное. Здесь проводится экспозиция на передовых технологий, а станков-убийц: так, от этого пресс-подборщика ПС-1,6 смертельно травмировано 144 человека, от ЦДК-5, 2 Тюменского завода – ещё около сотни человек... Из выборочно проанализированных образцов техники в разных отраслях тем или иным требованиям не соответствует 90% (!), причём речь идёт о новейшей технике последних двух лет.

– Такое разгильдяйством не назовёшь. Это настоящее преступление перед рабочим человеком.

Инспекция профсоюзов рассказывает о предотвращении тысячи несчастных случаев и задаёт один из самых популярных вопросов времени: куда смотрит государство?

Посетители ВДНХ находят на ней и другие преступления. Массу негодования вызвала выставка “Мебельный рай в Москве”.

– Сколько стоит попасть в рай? – возмущается посетительница.

Оказывается, целых 5 рублей. Наверное, на выставке – действительно рай на фоне дефицита, рассуждали гости ВДНХ, но ещё в недавние времена в обычном мебельном магазине стояли гарнитуры ничуть не хуже. Средняя цена новой мебели – 30–40 тысяч рублей – большинству кажется запредельной, и 5 рублей за вход в сравнении с нею – действительно немного. Но если идти семьёй, да еще и с детьми – набегает приличная сумма.

– Зачем платить просто за возможность поглазеть на... не спектакль со знаменитыми артистами, а так, скудную коллекцию явно недоступных товаров? – отзывается посетительница. – Закрывая миллионные сделки на данных выставках и проводя шикарные презентации, устроители этих мероприятий страдают всё же чувством убогости.

На ВДНХ–2018 порою проходят выставки стоимостью по 3 000 рублей за вход, да и в целом по стране закрытые мероприятия стали нормой. Высокая

планка входного билета позволяет отсеять зевак и ориентироваться только на свою аудиторию. “Мебельный рай”, похоже — один из первопроходцев такого подхода. В 1991-м он однозначно в новинку и вызывает у людей немалое раздражение.

— Для кого производят эту мебель? — вопрошает туляк, гость столицы. — Не думаю, что мебель — предмет роскоши. Она так же необходима каждому человеку, как мясо, хлеб, книги, театр и прочее.

12 июля на ВДНХ — традиционный День донора. У входа в поликлинику выставки собираются люди, чтобы сдать кровь. Кто-то приходит в первый раз, кто-то в двадцатый. Доноров мало стало, сетуют люди в очереди.

— Если раньше к нам приходило до трехсот человек, то сегодня нет и ста, — говорит медсестра. — Всё дело в питании: фруктов нет, овощей мало. Если раньше люди боялись СПИДа, то сейчас боятся, что организм не восстановит потерянное. Мужчины слабые пошли, в обморок падают.

— Безвозмездно я бы никогда не сдала, — рассуждает её коллега. — Ни к чему всё это.

Мотивация у доноров разная: “Людам помочь надо”, “Когда я родился, мне срочно нужна была кровь. Меня спасли”, “Просто пришёл и сдал”, “У нас дополнительные отгулы дают”, “Пришёл из корыстных целей — выпить хочу”.

Мероприятие, конечно, сложно отнести к рентабельным, и никакой конверсии в прямую выгоду здесь нет. Все расходы покрывает выставка, в них входят цветы, питание, чай с сахаром и печеньем. День донора на современной ВДНХ проводится и по сей день, правда, участвуют в нём, в основном, сотрудники.

Звёзды эстрады, кино, театра, в прошлые годы столь часто посещавшие ВДНХ, дававшие на выставке концерты, импровизации и интервью, в 1990-м и 1991 годах словно забывают о выставке. Разве что приезжает Александр Панкратов-Чёрный, да и то запрещает себя фотографировать.

— Контракт, — объясняет известный актёр. — С тех пор, как я снялся в хозрасчётном фильме “Десять лет без права переписки”, то дал подписку, что с обритой головой не имею права сниматься в течение пяти лет.

— Но это касается съёмки в кино, — возражают ему. — А на фото можно.

— Контракт есть контракт. Не хочу быть крупно оштрафованным.

Впрочем, звёздами на ВДНХ исторически считаются другие люди. Такие как заслуженный работник транспорта Латвийской ССР железнодорожник Леонид Левицкий. Его дед был соратником Ленина, отец — директором павильона “Латвия” на ВСХВ. Сам Леонид Витальевич ездил на выставку работать с материалами о железнодорожном транспорте, посещал отраслевые мероприятия.

— Первое посещение ВДНХ произвело неизгладимое впечатление, — рассказывает он. — Поразили своим величием павильоны, фонтаны...

Теперь, уйдя на пенсию, Леонид Витальевич приезжает сюда с фотоаппаратом и регулярно пополняет свой альбом, посвящённый выставке.

В 1991 году в последний раз вручаются знаменитые награды ВДНХ — золотые и серебряные медали. Но происходит это незаметно. Один из тех, кто представлен к некогда высокой награде, — Алексей Зель, мастер художественной стеклодувной техники, ставший известным сначала в среде зарубежных коллекционеров и только потом — в СССР. Корзины, фрегаты, целая серия животных — все они выдуты из стекла.

— Как стать Алексеем Зелем? — спрашивает мальчишка на экспозиции.

— Мои секреты доступны всем: наблюдательность, терпение, трудолюбие, зоркий глаз и твёрдая рука.

— Что вас больше всего вдохновляет?

— Зрители.

За 18 лет умелец создал сотни неповторимых художественных произведений и несколько признанных шедевров — “Шиповник”, “Бабье лето”, “Русское поле”.

Среди прочих изменений, в дирекции ВДНХ задумывают переформатировать и процесс награждения, разработать новые критерии, создать экспертный совет. Планируется возродить право изображения полученных наград на рекламах, деловых бумагах и изделиях предприятий и организаций, а также разработать высшую награду ВДНХ СССР, равнозначную понятию “Гран-при” за рубежом. Но для этих замыслов, к сожалению, не хватит времени.

– Сегодня медали ВДНХ не играют никакой роли в стимулировании развития промышленности в целом и не показывают достижения предприятий в частности. Целесообразно, изучив мировой опыт, разработать новую наградную систему ВДНХ СССР с тем, чтобы она была одним из рычагов воздействия на производительность, – объясняет член секции пропаганды Всесоюзного общества охраны памятников истории и культуры.

До предложений ввести медали за антидостижения и “худшую продукцию”, впрочем, не доходит. А вот посвящённая им выставка всё же состоится.

– Пора начинать показывать реальность на ВДНХ, – говорят экскурсоводы.

Вот как вспоминает это мероприятие под названием “Выставка некачественных товаров” американский журналист Дэвид Ремник:

Вереница посетителей медленно шла вдоль удивительного собрания антидостижений: гнилой капуста, дырявых башмаков, ржавых самоваров, облупленных кастрюль, воланов без перьев, сплюснутых рыбных консервов. “Гвоздём” экспозиции была бутылка минеральной воды, в которой плавалдохлый мышонок. В разделе одежды красные стрелки указывали на неровные рукава, вылинявшую краску, трещины в подошвах. На этикетке одного ювелирного украшения было прямо написано: “чудовищное”. Никто с этим не спорил.

“Чувство собственника в них достигло апогея”

Если и есть что-то неизменное на выставке – так это павильон “Цветоводство”. В нём растут живые цветы, создаются композиции, миниатюры, сувениры. Здесь всё красочное и яркое, и такое же настроение у людей, кто тут работает и кто приходит сюда. Павильон побеждает на международных конкурсах в разных частях света, здесь проводятся аукционы, лекции, и все уходят с ласковым советом:

– Дарите женщинам цветы!

Но проблемы не миновали и “Цветоводство”, а вернее, производственный участок павильона – теплицы. Две трети из них пустует, а на оставшемся участке работают бабушки, которые старше выставки и трудятся на ней с первого дня. Платить нечем, продавать цветы без разрешения руководства ВДНХ нельзя, техники нет. По соседству – несколько теплиц, арендуемых кооперативом, и ситуация в них разительно отличается: высаживают посадочный материал для садоводов – дело весьма прибыльное.

– Да какой тут секрет? – говорят молодые люди, арендаторы, показывая на землю. – Вы же по золоту ходите!

Исправлять ситуацию на территории, эксплуатируемой ВДНХ, планируют переходом на бригадный метод. Каждая работница должна выработать продукции на определённую сумму, что на практике значит одно: бабулям придётся гнуть спину в три раза чаще.

Из всех культур на ВДНХ-90/91 хуже всего с той, под которой мы подразумеваем воспитание, каждодневное поведение, взаимодействие с окружающим миром. У нас нет культуры обладания красотой, но ей можно научиться, считают оптимисты. Пессимисты полагают, что эта культура у нас была, но мы её утратили.

Озеленители – самая “верная” структура ВДНХ: она отличается удивительной стабильностью и неизменностью своих рядов. Кажется, люди приходят сюда навсегда. Некоторые работают с 1936 года (за три года до официального открытия!) и ещё полны сил. Каждый кустик здесь высажен руками этих людей, но сил, чтобы справиться с “вызовом времени”, у них явно нет.

После выходных на Центральной аллее – картина разгрома: убирать можно всю неделю. Весь ассортимент оберточной бумаги, упаковок и бутылок представлен на газонах ВДНХ. Каждому в жизни своё: кому-то красоту создавать, кому-то – уничтожать; арендаторы и кооператоры выставок, кажется, специализируются на втором. У аттракционов и общепита территория напминает городскую свалку, сорят не задумываясь, не только посетители, но и продавцы – “их” зона только в радиусе пяти метров от торговой точки, на остальной территории – хоть потоп. Такого здесь никогда не было, говорит старейшая работница ВДНХ:

– Может, Господь Бог видит, как я люблю свои цветы, свою ВДНХ, вот и держит меня на Земле.

Но её работа, как и четырёх её коллег, просто не позволяет восстанавливать всё с той же скоростью, с которой разрушают их труды. В фонтанах не просто купаются, а ещё и справляют нужду. Цветы вырывают с корнем, целыми кустами.

— Чувство собственника, о котором много говорят в последнее время, в этих людях развить не придётся — оно давно достигло апогея. Результаты его — вот они.

Руководство выставки, занятое созданием нового имиджа ВДНХ, к сожалению, совсем не уделяет внимания помощи озеленителям.

— Здесь становится хуже, неуютнее, нет прежнего порядка и красоты, — говорят посетители.

— Здесь прошёл ураган? — спрашивает канадский бизнесмен, участник делового форума.

Скульптура “Рабочий и колхозница” неподалёку от Северного входа на ВДНХ почти разрушена, но обрастает не строительным, а настоящим лесом. В постаменте обживаются бездомные.

К слову сказать, ряды “бескультурщиков” порой пополняют и сотрудники ВДНХ, из новых. Фотограф ХОЗУ сорвал 60 пионов и сломал 30 веток сирени, но в его случае жадность привела к бедности — такие люди не задерживаются в коллективе выставки даже в этот непростой период.

Вспомнить о замках и злых собаках

Конечно, редкие работники выставки занимаются откровенным вредительством. Но общая атмосфера во взаимодействии между теми, кто некогда делал общее дело, создавая и развивая выставку, всё чаще кажется нездоровой.

В эфире программы “Время” директор крупного НПО, арендатора ВДНХ, вовсю поливает грязью выставку. И кого же в первую очередь? Детский городок. С ним его фирма не поделила павильон “Центральный”, а место выгодное. Предложение участвовать в жизни городка материально и оставаться с ним под одной крышей либо съехать в другое место его не устраивает, и не только по финансовым соображениям, ещё и по идейным: свою деятельность для выставки он считает важнее.

— Я сделаю всё возможное, чтобы убрать детский городок из павильона, — звучит в эфире прогрессивной программы “Взгляд”, собирающей у экранов всю страну.

Накаляются отношения и между разными отделами выставки: все теперь существовали автономно.

— Порохом гражданской войны в условиях надвигающегося рынка запахло и у нас, — сообщают журналисты ВДНХ.

Управление информации и рекламы публично ссорится с производственно-оформительским комитетом. Первым не заплатили деньги, а вторые утверждают, что так и надо, — сумма, мол, завышена. Такие случаи, немыслимые ранее, не единичны. Но что интересно: какой бы ни была суть претензий друг к другу самых разных сторон, пусть и все они стоят на прямо противоположных принципах, но все друг друга уязвляют и клеймят одинаково, одним и тем же аргументом. Более того, каждый стремится “укусить” и саму выставку: мол, не готовы мы к рынку, потому что ориентируемся на “печальное время достижений”. Клеймят приверженностью старому и невосприятию всего передового во вполне классической, годами отработанной советской стилистике, что и в 1939-м, и в 1950-х, и в 1970-х годах, в тех же словах, тех же оборотах. Пламенная борьба за новую жизнь упаковывается не просто в старую — в ветхую стилистическую обёртку.

Производственно-оформительский комитет, ставший одним из самых заметных на Выставке, — он занимается изготовлением плакатов, щитов, транспарантов, формирующих лицо выставки, и имеет несколько своих цехов, — а значит, и устойчив в условиях рынка, призывает скорее выработать единый стиль оформления ВДНХ. Слово его руководителю:

— Нужна новая концепция внутренней рекламы, отражающая особенности того делового организма, который будет развиваться на территории нынешней ВДНХ. Она должна стать частью генерального проекта возрождения выставки.

Задача, кажущаяся вполне посильной, будет решена только к 2014 году и уже совсем другой командой. Пока же пресс-центр ВДНХ открыто переходит на коммерческие рельсы, решив публиковать и выпускать от лица ВДНХ даже то, что к выставке не имеет ни малейшего отношения.

— Вам нужен деловой партнёр, спонсор? Вам нужна реклама ваших идей? Вам просто нужно выжить в условиях рынка? — привлекает пресс-центр. Пресловутое “выжить” читается очень во многих рекламах и “уникальных предложениях” на ВДНХ-90/91. Сложно скрыть истинную задачу плодами первых робких попыток осваивать PR и копирайтинг.

Для адаптации к новой жизни организуются бесчисленные курсы по переподготовке. Проверка министерства финансов выявляет многочисленные нарушения на ВДНХ, причины которых — элементарная экономическая безграмотность, да к тому же в стремительно меняющихся условиях. В первые годы девяностых ВДНХ впервые публикует данные: как и на что выставка тратит деньги.

Но, кажется, больше, чем что бы то ни было, всех заботит отказ от аббревиатуры ВДНХ. “Скорей, скорей!” — будто без этого прогресс не сдвинется с места. Так ребёнок, выросши из старых штанов, спешит отказываться от идеалов родителей — громко, надрывно, бескомпромиссно. Что есть ВДНХ ранних девяностых, как не подросток, лишившийся опеки и не знающий, куда теперь податься?

Новый подход к людям демонстрирует дирекция выставки. На конец года запланирована большая переаттестация, которая наверняка приведёт к масштабным сокращениям в начале нового, 1992 года. Повышение ставок, пересмотр функций и задач, оценка резервов и перспектив каждого — всё это называлось “уйти от уравниловки”. Если прежние аттестации проводились в духе социалистического воспитания — оценить работу, осудить, похвалить — то теперь человек мог быть сколь угодно положительным, ответственным, отзывчивым и сколь угодно долго работать на выставке, оценивалось лишь одно: какую прибыль он способен принести.

“Выставочный” детский сад около Хованского входа ещё продолжает работу, но возле него нет площадки, где дети могли бы играть. Помещение маленькое, на актовый зал, изостудию денег нет. Администрация ВДНХ пытается решить проблемы сада, например, оборудует тренажёрный зал, однако все и сразу не решишь, время не то. Медленно, но развивается база отдыха “Тучково” — здесь открывается новый корпус, 500 сотрудников проводят на базе отпуска. Но на работу с детьми едут энтузиасты — на педагогов уже нет средств. Для школьников созданы все условия — бегай, купайся, играй, отдыхай! Но вот обычный московский школьник приехал сюда в каникулы.

— Тебя как зовут?

— Серёжа.

— Ты почти весь день проводишь в компьютерном классе. Неужели ты в школе не устал от этих занятий?

— Нет...

В поликлинике ВДНХ — хвойные и жемчужные ванны, разные виды душа, массаж. Теперь не только для сотрудников, но и для посетителей — за умеренную плату. Колбасный заводик выставки, вежливо извиняясь в официальной документации, поднимает в несколько раз цены: закупочная стоимость мяса изменилась в 4 раза, а ещё ведь и транспортные, и прочие затраты!

Комсомол в глубоком кризисе и уже ни на что не влияет, даже не может распоряжаться собственными финансами. Попытку спасти его и вписать в новую реальность пытается предпринять новый руководитель. Она провозглашает главные задачи: защищённость молодёжи и трудоустройство, прямая работа с руководством выставки и отстаивание своей точки зрения. Как и везде, им требуются активные и энергичные ребята — сложно представить, чтобы в эти годы где-нибудь требовались другие.

22 апреля выставка скромно отмечает День рождения Ленина. Руководство праздник игнорирует, приходят энтузиасты из числа сотрудников — те, кто считает это важным для себя. Ветераны партии и молодёжь возлагают цветы у памятника вождю возле Центрального павильона. Не гремит оркестр, не выступают ораторы, своим присутствием здесь люди молчаливо высказывают свою нынешнюю позицию: конечно, сегодняшний день их беспокоит сильнее, чем Ленин. Роль Ленина переменялась, теперь он символизирует прошлое,

и Ильича не просто игнорируют, на него открыто нападают. Эти нападки приводят к распаду страны, считают собравшиеся. Они чувствуют себя “подпольщиками”, и не зря – в 1991-м этот праздник на ВДНХ проходит в последний раз.

В том же году проходят выборы в партийные организации выставки. Их значимость и влияние буквально рассыпаются на глазах. Активность в партийной идеологической работе снижается до нуля. Политическая учёба проводится в форме дискуссий и посвящена проблемам экономики и рынка. Все отмечают, что в партийных рядах нет единства, но объясняют это ошибками прошлого:

– Историческая однопартийная система привела к тому, что в партии оказались люди с разными взглядами. Это мы наблюдаем и в партийных ячейках выставки. Партии необходимо чётко определить свои цели.

Коммунисты, чувствуя крах, пытаются оседлать “новую волну”, возглавить её. Но сделать это сложно: интерес к идеологии стремительно падает, новые правила жизни не вписываются в прежние коммунистические рамки. 7 ноября 1991 года только 150 работников выставки выходят на торжественный митинг.

Профсоюз требует индексации цен и зарплат, выделяет желающим земли под огородные участки. 1 800 работников решают заняться выращиванием картофеля и овощей. Со вспашкой земли, борьбой с вредителями и транспортом обещает помочь выставка. Создаётся Фонд социальной защиты ВДНХ, полностью состоящий из добровольных пожертвований. Схема проста – все, кто не уверен в завтрашнем дне, скидываются на случай, если им потребуется помощь. Фонд обещает защиту работников от “независящих причин”: катастроф, аварий, невыполнений производственной программы из-за непреодолимых обстоятельств. Судя по всему, такие перспективы пугают сильнее, чем хулиганы на тёмных аллеях выставки. В отличие от дружинников, фонд почти сразу собирает внушительную сумму – 10 тысяч рублей.

Пресса всё чаще нападает на Главную выставку страны; теперь если и пишут о чём-то, связанном с ВДНХ, – так только о мусоре и бардаке, о преступлениях, о бесполезности и бессмысленности выставки, не замечая или не желая замечать крупных выставок, масштабных, порой авантюрных проектов будущего.

Восьмидесятые запомнились как время смелых идей по развитию и реконструкции выставки. Ни одна не реализовалась. На смену пришли девяностые с новым видением выставки – причём у каждого своим. Одним видится некое подобие луна-парка, другим – свободная экономическая зона, третьи просто мечтают распродать территорию иностранцам. Разговоры о будущем ВДНХ не утихают ни на минуту. Фонды изношены, павильоны давно не ремонтируются, некоторые, перешагнувшие полувековой возраст, разваливаются на глазах. Элементарный вопрос – выживет ли выставка – вроде бы решён: выживет. Роль выставок в мире стремительно возрастает, и Советский Союз вряд ли хочет стать исключением. Остаётся лишь не прогадать с форматом.

– Какой быть ВДНХ – производный вопрос от главного: какой рынок возобладает в стране. Мы исходим из того, что наш рынок будет советским, социалистическим, регулируемым, – говорит гендиректор Саюшев. – Если воцарится стихия, война всех против всех, последствия непредсказуемы.

Все предлагаемые идеи замыкаются так или иначе на рынок, ориентир на другие цели приведёт к немедленному краху, что очевидно всем. Споры на тему “что делать с выставкой” порой принимают неприглядные формы. То в одном, то в другом павильоне звучат призывы:

– Пора кончать с ВДНХ – местом, где встретились свинарка и пастух.

Теперь эту встречу наделяют иным смыслом, вместо гордости и счастья каждый подчёркивает желание дистанцироваться. На месте этой встречи будет новый мир, конечно же, не для свинарок – АО “Общесоюзный деловой выставочный центр”. Ещё недавно, в 1987 году выставка радовалась появлению “у себя в гостях” первого акционерного общества, а теперь и сама собирается стать АО.

Почему именно АО? Так легче устраивать экономические взаимоотношения. У выставки может появиться несколько владельцев. Неделимое и неделимое имущество становится мобильным и делимым, то есть может быть продано любому количеству участников. Этот последний пункт, который примут в одной стране, а реализовывать начнут в другой, и станет причиной

последующих трудных лет выставки, с их проблемами, многие из которых не решены до сих пор.

Какой же быть новой выставке? Ей предлагают придать международный статус, статус бизнес-центра и даже сделать отдельным районом Москвы! Звучат планы по созданию огромной кондитерской фабрики “выставочного качества”, вокруг которой и стоит выстраивать новый бренд, и даже создания как основополагающего проекта будущей ВДНХ животноводческого комплекса с аукционами лучших пород животных. Но более отчётливые формы приобретает проект создания на базе выставки технопарка-технополиса. Задача технопарка – создание климата, где человек трудится над своей идеей в конкурентной среде. Здесь же он находит производителя, который согласен эту идею реализовать.

В апреле 1991-го о проекте впервые говорят на официальном уровне как о совместном советско-итальянском предприятии под эгидой Госкомитета СССР по науке и технике. На территории бывшей ВДНХ планируется создать нечто подобное Дубне и Черноголовке, но в современном формате (ближайшая аналогия из XXI века, – конечно же, Сколково). Здесь научный мир должен тесно срастись с бизнесом, стать востребованным. Мозг технопарка – центр инновации с лабораториями, мотор – бизнес-центр, а вокруг этого ядра – гостиницы, торговые центры, рестораны, бары и казино. Причём эти заведения должны быть лучшими по Москве в категории доступных, заменив собой шашлычные уличного приготовления и “кафешки” без вилок. Здесь же должен расположиться один из самых вместительных в мире складов, заработают аттракционы мирового уровня, а по территории будет пущен сверхсовременный транспорт, включая монорельс, о котором ВДНХ грезил с начала 1980-х – и всё будет финансироваться от реализации тех идей, которые родятся в центре инноваций. В упрощённой модели всё это выглядит, как вселенная носовского “Незнайки”: Знайки придумывают, Винтики и Шпунтики делают, Пончики продают. Помимо этого, в лучшем из вариантов, технопарк будет “получать допинг” по модели парижских выставок – налоговые льготы и дотации от государства, которые в СССР-1991 для выставочной деятельности не предусмотрены.

Потенциальные участники будущего технопарка понимают его задачи каждый по-своему. В МТЦ “Инноватор”, прописавшемся на ВДНХ, задачу Технопарка объясняют коротко: выполнение западных заказов. Скачок от “достижений” советских отраслей в “продвижение” технических и инженерных возможностей страны. Недаром в проекте архитектора Виноградского одним из ключевых моментов становятся спутник связи и коммуникационная сеть, которые позволят осуществлять немедленную передачу информации с выставки на Запад.

Однако проектировщики технопарка, в противовес этому мнению, считают, что само по себе появление такой структуры, как технопарк, повлечёт за собой изменение законодательства. А значит, станет защитой от перекачки наших интеллектуальных идей за рубеж.

В мае 1991 года заложен символический камень технопарка. От настольного макета до воплощённого в стекле, стали и бетоне суперсовременного комплекса с 250-метровым небоскрёбом пройдёт два года, заявляет советская сторона на церемонии. Представители итальянской на вопрос, не боятся ли прогадать с этим масштабным замыслом, отвечают шуткой:

– Единственное, чего мы боимся, – это землетрясения в Москве, которого не выдержит наш небоскрёб. Но у вас же их не бывает.

Уже спустя месяц доска с памятного камня, посвящённого строительству технопарка, пропадает. Инцидент объясняют хулиганством мальчишек, – мол, кто же устоит перед такой красотой. Вполне возможно, что и перед стоимостью: доска оценивается в 300 рублей, почти месячную зарплату милиционера.

В сентябре ограждены территории у Совхозного въезда. Начинается строительство первого объекта технопарка – невзрачного офиса для размещения представителей зарубежных фирм.

– Часть заработанной валюты за счёт сдачи помещений в аренду будет использована для закупки дефицитных товаров ширпотреба, которые потом сотрудники выставки смогут приобрести за рубли, – изящно поясняет замдиректора ВДНХ Михаил Есенин.

Однако в октябре проходит “Биржа-91”, организованная пресс-центром выставки. На ней ВДНХ почему-то заявляется как биржевой центр. Бывшая выставка должна стать оазисом для бизнесменов, соединить природу с рынком, сохранив сложившуюся ландшафтно-архитектурную зону.

— Может ли быть для всего этого лучшая территория, чем ВДНХ? Представьте: товарные биржи, биржи ценных бумаг, торговые дома, финансовые центры — оазис всего лучшего в мировой торговле и бизнесе! — восхищается генеральный директор Саюшев: — Всё это в непосредственной близости от правительственного центра и принимающего решения органа страны. По мнению американских коллег, подобного сочетания нет больше нигде в мире!

“Подождать с распадом”

Политическая жизнь 1991 года — разговор особый. ВДНХ переживает трагические события вместе со всей страной. Уже в январе официальная выставка резко реагирует на литовские события, где националистические силы перешли к вооружённым методам борьбы против СССР и призывали расправляться с коммунистами. Сотрудники выставки обращаются к Горбачёву: ваше решение, товарищ президент?

В отличие от “рыночных” прений, позиция о целостности Советского Союза на ВДНХ едина — все так или иначе желают сохранения страны. На деловых и агитационных семинарах для работников обсуждается политическая обстановка, в периодических изданиях выставки с обсуждением рыночных вопросов и перспектив ВДНХ соседствуют познавательные материалы о случаях распада стран в мировой истории, например, о разделе Индии в 1947 году, когда Великобритания сыграла на религиозных противоречиях между различными группами населения, и его катастрофических последствиях. Рядом со статьей — карикатура: курица-наседка и птенчик, проклюнувшийся из яйца, с большим плакатом “Суверенитет!”

*Лишь только он проклюнулся чуть свет,
Как сразу пискнул: “Суверенитет!”
И чтоб его скорее получить,
Усердно начал курицу учить.*

Когда приходит главная беда, все внутривыставочные проблемы отходят на второй план. “Нужен ли Союз с международной точки зрения?” “К чему приведёт ликвидация?” “Какие последствия для отношений с другими странами?”, “Как повлияет на обороноспособность?” — вот какие вопросы тревожат ВДНХ.

Необходимо подождать с распадом, потому что он неизбежно пройдёт “по плохому сценарию”. Предотвратить войны, катастрофы. Цивилизации гибнут не потому, что не могут пережить какого-то кризиса, а потому что несколько кризисов накладываются один на другой и вступают в разрушительный резонанс. Нужно сделать всё возможное, чтобы разделить кризисы во времени и пережить их один за другим. Не допустить, чтобы терпимость, добродушие и солидарность, которые создавали уникальную возможность совместного проживания множества народов, сменились озлобленностью и агрессивностью. Начнётся необратимая цепная реакция конфликтов, в которой сгорит вся страна.

Все болезненные точки советского общества находят своё отражение, преломляются на ВДНХ. Ведь выставка — это, в первую очередь, люди. СМИ нагнетают враждебное отношение к армии, милиции. Сотрудница выставки, чей муж служил в Афганистане, рассказывает, как постоянно слышит разговоры: “Военные — убийцы и садисты, у них руки в крови. Нет, муж твой замечательный парень, но армию давно пора разогнать. Бездельники!”

— Эта пощечина до сих пор горит на моих щеках, — рассказывает она.

И всё бы ничего, но эти пощечины — не только в трамвайных склаках, а в газетах, на радио, в Верховном совете. Выросшая в семье офицера, она не может с этим смириться: “Для меня армия — близкие родные люди, люди долга и чести”.

— Мы клеймим афганскую войну, а заодно и воинов-афганцев, забыв о том, что посылали их на кровавую бойню именем Родины, и мы, прозревшие

позже, благословляли эту войну своим молчанием. Мы знаем имена героев-пожарных, первыми шагнувших в пламя Чернобыля. У меня перед глазами – бывший вертолётчик, “схвативший” своё над четвёртым блоком. Жена кормит его с ложечки, считая отпущенные врачами дни. У меня сжимается сердце при мысли о том, что однажды и ей скажут, что военные – убийцы.

Когда приходит пора голосовать по вопросу сохранения Союза, выставка единогласно выступает “за”. Обращения напоминают современные петиции на *change.org*, – как окажется, в том числе и эффективностью.

– Не представляем, что, отделившись, кто-то станет жить хорошо. Но и формулировка “обновлённый Союз” не совсем понятна – никто не объясняет, чем этот обновлённый Союз будет отличаться от нынешнего, – говорит директор Детского городка, ему вторит главврач поликлиники.

– Это типа вопроса “а что такое любовь?”. Вроде и все знают, но каждый как-то по-своему, – наклейщица производственно-оформительского комбината.

– Нам нужно, чтобы, когда мы трудимся вместе, ты радовался моему успеху, а я твоей удаче, – хранитель экспонатов музея ВДНХ.

– Никак не время сейчас устраивать бракоразводные процессы, – главный энергетик выставки.

Принято и коллективное, официальное обращение работников ВДНХ СССР:

Пусть Москва останется столицей равноправных суверенных республик, а наша Выставка – местом взаимодействия всех народов страны, центром всесоюзного общения.

Сказав “да”, мы останемся честными перед историей.

“Громыхнёт” в августе девяносто первого. В газете выставки – минимум слов. Одни фотографии, которые ярче всех слов, и строки малоизвестного военного-поэта:

*На землю России ступите, дожди,
Умойте её, легкокрылые воды,
Нам долго не видеть лазурной погоды,
Ты быстрого счастья, Россия, не жди.*

События путча выставка встречает болезненно, но по их поводу единогласия в коллективе нет. Каждый отстаивает своё, и каждый чувствует угрозу – своей свободе и своей правде. Слишком они оказываются разные, эти свободы и правды. Взаимоисключающие. И кажется, договориться не получится: можно только победить. Но что же станет решающим, определяющим всё?

Много лет спустя в развлекательной серии популярной “сталкерской” литературы выйдет книга “ВДНХ-2222”. Этот факт не стоило бы упоминать вообще, если бы, при незначительных художественных достоинствах книги, в ней не содержалась одна антиутопическая фантазия. В альтернативной реальности будущего, где давно не существует Москвы, герой попадает в параллельную реальность, созданную чьей-то большой фантазией на основе воспоминаний о ВДНХ. Но разумеется, такая “выставка” представлена в апокалиптическом ключе. Среди прочего встречается и фонтан с шестнадцатью фигурами. Они в противогазах и с автоматами в руках, направленными на “соседа”. Сам фонтан наполнен кровью и гнилью, и называется он не “Дружбы народов”, а “Вражды всех против всех”. Знаменитый на весь мир фонтан был задуман как символ, и теперь ему никогда не избежать символических трактовок, какое бы ни наступало время. И можно быть уверенными, что в те страшные или как минимум тяжёлые последние дни 1991 года многим, особенно людям с богатой фантазией, представлялось что-нибудь вроде этого “страшилища” из ещё не написанной книги. И дело вовсе не в самом фонтане.

Прощание получится пронзительным – и со страной, и с выставкой. Вместо привычных весёлых новогодних открыток – вот этот текст, юмореска, подписанная “ночным посетителем”. Но вряд ли его сочинил посетитель, да и мало кто станет смеяться, читая её даже теперь, спустя годы. Можно принять любую позицию, поддерживать тех, кто ближе, радоваться или сокрушаться по поводу фактов истории, которые уже не изменить. Но нужно понимать, как это видели здесь, в центре прежнего мира. Перед нами документ, застывший в вечности, свидетельство того, что перед историей – как того и хотела – ВДНХ осталась честна.

Когда над ВДНХ опускается тёмная зимняя ночь и часы бьют 12, становится как-то жутковато. А в эту памятную ночь стоило мне приблизиться к знаменитому фонтану ДН, как возникла настоящая чертовщина. Даже дух захватило: грациозные, одетые в золото славные представительницы Союза ССР, мастерски созданные художниками, вдруг зашевелились, словно очнулись от многолетней спячки под выставочным небом, и завели оживлённую беседу.

— Ну, милые мои подруженьки, — сказала одна из них, наверное, россиянка. — Что-то не нравится мне предстоящий год Обезьяны. Как бы он не стал для нас последним. Вполне могут выдворить отсюда и переместить в какой-нибудь сарай или на склад.

— Это почему же? — раздалась сразу тревожные голоса. — Кому мы мешаем?

— Посетители привыкли к нам, им нравится наш чудо-фонтан. Где ещё можно увидеть такой?

— Всё верно, мои хорошие, золотые, но не забывайте о том, что происходит в этой несчастной стране. Союз нерушимый, который вы здесь олицетворяете, приказал долго жить. Даже президент уже подумывает: пора сматывать удочки. А вы тем более кому будете нужны? Чего доброго, чуткие посетители начнут плакать возле вас, а может быть, и бросать тухлые яйца.

— Такой красивый фонтан просто не сможет обойтись без нас. Да и где начальство найдёт ему достойную замену?

— Наивная ты, сестричка. Возьмут да и поставят на наше место элегантно одетые скульптуры современных бизнесменок. Ведь теперь они в большой моде.

— Я надеюсь, что найдутся умные головы и придумают что-нибудь лучше, более возвышенное...

— Прошу выслушать и меня, — ещё один приятный голосок вступил в беседу. — Считаю, надо действовать смело и не отставать от москвичей. Давайте немедленно приватизируем фонтан — и баста! Никуда не уйдём отсюда!

Послышались горячие аплодисменты...

Использованные материалы:

- Газеты 1990-1991 года “За передовой опыт” (издавалась на ВДНХ еженедельно).
- Вестник “Новости ВДНХ СССР” (19 выпусков в 1990 году, 6 — в 1991 году. В прежние годы издавался еженедельно).
- Журнал “ВДНХ СССР” (1990), “Прогресс-ВДНХ СССР” (1991), “Прогресс” (1992).
- Методичка для выставочных работников “Новые рекомендации к организации выставок”, издана на ВДНХ.