

Константин Богданов

## Жевательная резинка, ленинградские подростки и товарный фетишизм в условиях развитого социализма

Термин «фетишизм», как известно, был введен в научный оборот французским историком и лингвистом Шарлем де Броссом (в сочинении «О культе богов-фетишей, или Сравнение древней религии Египта с современной религией Нигритии», 1760) как определение религиозного поклонения, объектами которого являются вещественные предметы — культ «земных и материальных предметов», одаренных «божественной силой». Сам Бросс видел в таких предметах (в число которых он включал как природные, так и искусственно созданные объекты: куски дерева и коры, львиные хвосты и камни, ракушки, растения, животных и изображения животных и многое другое) примеры верований, обнаруживающих общие «приемы мышления» — «явления, сопутствующие одной общей религии, распространенной далеко по всей земле» и отличающейся в этом своем качестве от других известных нам религий [Бросс 1973: 16]. Последующая история религиоведения и этнографии варьировала степень «божественного», которой, по Броссу, определялись характер и функции многообразных фетишей. Однако, как можно заметить в ретроспективе использованного им понятия, возможность самих таких вариаций сделала «фетишизм» исключительно удачным (пусть и содержательно широким) тер-

Константин Анатольевич Богданов  
Институт русской литературы  
(Пушкинский Дом) РАН,  
Санкт-Петербург  
konstantin.a.bogdanov@gmail.com

мином для определения всего того, что наделяется экстраординарной символической ценностью в глазах некоторого социального сообщества [Pietz 1985; 1987; 1988; Graeber 2005].

В 1840-х гг. термин Бросса оценил Маркс, увидевший в фетишизме «религию чувственных наслаждений» — иллюзию, при которой «бесчувственные вещи» меняют свои естественные свойства ради прихоти фетишиста [Маркс 1955: 98]. А еще позднее он же придал этому термину новую — на этот раз социологическую и политэкономическую жизнь — в теории товарного и денежного фетишизма. В условиях частной собственности и определяемых ею производственных отношений товар выступает заместителем самих этих отношений: зависимость товаропроизводителей от рынка наделяет товары персонализирующей силой социального порядка. Экономические отношения между людьми оборачиваются отношениями между вещами, порождая почти мистическое отношение общества к самим товарам<sup>1</sup>.

Заметим, что в рассуждении о том, что товары (и их эквивалент в капиталистическом обществе — деньги) являются всеобщей формулой богатства и социального успеха, Маркс, хотя и придает понятию «фетишизм» эконом-социологический смысл, не лишает его исходного религиозоведческого значения<sup>2</sup>. Выясняется, что товары и деньги как связующие общество ценности обладают силой, которая может быть названа сверхъестественной даже применительно к тем сообществам, которые с этнографической точки зрения не могут считаться языческими или примитивно религиозными. В начале XX в. идея о том, что сообщества создаются и держатся не только утилитарными, но и символическими узами, получила развитие у Эмиля Дюркгейма. Дюркгейм, опирающийся в своих рассуждениях не на Маркса (и демонстративно отрицавший его влияние на свои исследования)<sup>3</sup>, а на традиции философской антропологии

---

<sup>1</sup> «Наделение предметов магическими свойствами, их сакрализация, освящение присуши не только религиозному сознанию, но и различным формам “светского” сознания» [Маркс 1960: 82].

<sup>2</sup> Подробно о связи самого марксизма и секулярной религиозности см. в работах польского историка идей Лешека Колаковски: [Kolakowski 1968; 1971].

<sup>3</sup> Интересно вместе с тем, что Дюркгейм в рецензии на книгу итальянского марксиста Антонио Лабриолы «Очерки материалистического понимания истории» (1897) выделил у него в качестве плодотворной именно идею о том, что социальная жизнь должна объясняться «причинами, ускользающими от сознания», и «что эти причины следует искать главным образом в способе, которым сгруппированы ассоциированные индивиды» [Дюркгейм 1995: 202]. Позднее один из главных советских теоретиков марксизма Исаак Рубин (до обрушившихся на него репрессий 1930-х гг.) в «Очерках по теории стоимости Маркса» (1928) будет сетовать на то, что «марксисты и противники Маркса» «расточают похвалы» теории товарного фетишизма, но видят в ней, как правило, «блестящее обобщение социологического характера», «мало связанное с экономической теорией», «интересный литературно-критический экскурс, параллельный основному тексту Маркса» [Рубин 1929: 8]. Сам Рубин видел в теории товарного фетишизма «основу всей экономической теории

Фейербаха, позитивизма Конта и социологизма Спенсера, делал акцент на вере людей в иррациональное могущество социальных связей как таковых. Такую веру и поведенческую, социально-психологическую склонность Дюркгейм определял как тождественность «идеи общества» и «души религии» [Durkheim 1912: 598–599]. Развитие технологий, урбанизация, внешняя секуляризация и дегуманизация, «крушение старых идеалов и старых божеств», по Дюркгейму, не препятствуют этой вере, а напротив высвобождают источники «божественного социального», выражающегося в общности человеческих чувств и страстей [Маффесоли 1991], которые не объясняются только рациональной и утилитарной причинностью. (Характерно, что позднее Харольд Лассвел заметит, что институты политической власти не случайно обнаруживают иррациональные основы социальности, хотя бы потому, что такие институты так или иначе сталкиваются с необходимостью разрешения иррациональных социальных конфликтов [Lasswell 1930: 184 ff.] )

Не касаясь дальнейшей традиции заложенных Дюркгеймом и Моссом исследований сакрального в качестве основы социальных институтов и практик (исследований, связываемых, прежде всего, с наследием основанного Ж. Батаем вместе с Р. Кайуа и М. Лейрисом так называемого Коллежа социологии [Коллеж Социологии 2004; о французской традиции изучения социального сакрального см.: Зенкин 2012]), важно отметить, что в этом изучении «фетишизму» фактически не отводилось сколько-либо значимой роли. А сами атрибуты «божественного социального» обнаруживались исследователями вне сфер производственных отношений и товарообмена. Определенным мостом к установлению этой связи — связи «божественного социального» и товарно-денежного фетишизма — могла бы стать книга «Философия денег» (1900) Георга Зиммеля, подчеркивавшего, с одной стороны, социально связующую функцию денег, а с другой — их отчуждающую и абстрагирующую силу, лишаящую товары их целевого характера. В теории социологии такая связь установлена не была (см., впрочем: [Долгин 2002; Зелизер 2004]). Но в практике отдельных социологических, а также социально- и культурно-антропологических наблюдений размышления о том, что товары, в частности деньги, могут выступать в роли маркеров социального взаимодействия, основанного не на принципах утилитаризма, а на представлениях об их значимости, озвучивались не раз —

---

Маркса», «общую теорию производственных отношений товарного хозяйства, пропедевтику политической экономики» [Рубин 1929: 8, 10]. О дальнейшей судьбе этого понятия в контексте западного марксизма см.: [Cohen 1978: 115–133; Ripstein 1978; Tucker 1978: 312–329; Elster 1985: 127–141].

прежде всего, в работах по социологии потребления и экономической психологии [Miller 1998; Бодрийяр 2000]<sup>1</sup>.

Советская пропаганда с оглядкой на Маркса использовала понятие «товарного фетишизма» в качестве не операционального, а критического определения, характеризующего экономические отношения людей, вовлеченных в капиталистическое производство, как общественные отношения между вещами. Подмена субъектных отношений товарными, как и всякий завуалированный обман, имеет своей целью, по Марксу, закрепление ложного сознания масс, но положение дел должно измениться с изменением форм производства<sup>2</sup>. С опорой на Ленина, также высказавшегося на тему «товарного фетишизма» [Ленин 1971: 611–636], советские идеологи полагали, что «для преодоления Т. ф. необходимо революционное свержение капиталистического общества, основанного на частной собственности на средства производства. При социализме в условиях господства общественной собственности на средства производства отношения между людьми не вуалируются отношениями между вещами, а носят планомерный характер, поэтому Т. ф. исчезает» [Хандруев 1977].

Интересно заметить, что идеологические положения о природе товарного фетишизма в советской науке опосредованно коррелировали с этнографическими истолкованиями фетишизма: подразумевалось, что коль скоро выделенный Броссом фетишизм языческих и религиозных верований находит аналогии в эпоху капитализма (у Маркса), он является «пережитком», который обнаруживается не только у истоков религии, но и там, где она приобретает сложные институциональные формы. Почин такому истолкованию фетишизма положил Ю.П. Францев, с одной стороны, определявший его в качестве наиболее ранней формы религии, а с другой — находивший его пережитки в христианских иконах и почитании святых мощей. Развивавший идеи Францева С.А. Токарев продолжал ряд таких пережитков, обнаруживая их в культе личных духов-покровителей в Африке, Океании, Азии, а также в обычае ношения амулетов, сохраняющемся «даже у высококультурных народов Европы и Америки, даже и в интеллигентной среде» [Токарев 1990: 302], но сомневался в возможности «приурочить наибольшую выраженность фетишизма к ранним стадиям истории религии». Фетишизм, по его мнению, «составляет

---

<sup>1</sup> См. также расширительное истолкование потребительского фетишизма по отношению к социальным практикам прошлого — на примерах из английской литературы [Hawkes 2001].

<sup>2</sup> «[В]есь мистицизм товарного мира, все чудеса и привидения, окутывающие туманом продукты труда при господстве товарного производства, — все это немедленно исчезнет, как только мы переходим к другим формам производства» [Маркс 1960: 86].

один из наиболее постоянных элементов всякой религии. Это — универсальное явление истории религиозных верований» [Токарев 1990: 34]<sup>1</sup>, но при этом такое явление, которое выражает себя в разных случаях по-разному и иногда вступает в конфликт с другими проявлениями религиозных культов (например, культа предков в Конго) [Токарев 1990: 300–301].

Параллельное существование терминов, так или иначе отсылающих к наделению вещей экстраординарным значением, в конечном счете привело к признанию того, что такие пережитки существовали и на пространстве СССР — в области как религиозных культов, так и социального взаимодействия в сфере товарного потребления. Неохотное признание советскими СМИ склонности некоторых граждан СССР к накопительству и неадекватной символизации ряда товаров неизменно выражается в сетованиях на пережитки прошлого. «Фетишизация» вещей в этих случаях — это то, что требует осуждения и искоренения на почве социалистических производственных отношений и морально-нравственного кодекса строителей грядущего коммунистического общества (см., напр.: [Травин 1979]). Экономическое и этнографическое понимание фетишизма в таких текстах невольным образом смешивались, позволяя думать, что и сама советская экономика с ее постулатами о плановом народном хозяйстве, производстве и потреблении может служить предметом этнографического изучения.

Первые шаги к такому изучению уже сделаны — преимущественно в работах, посвященных различного рода социальным «сбоям» потребления в условиях советской «дефицитной экономики» (венгерский экономист Янош Корнай, впервые использовавший это словосочетание, полагал, что по своей сути оно применимо к любой социалистической экономике и различается лишь в особенностях маркетинга) [Корнай 1990]. Положившая начало изучению советской повседневности Наталья Козлова писала, что «жалобы на “недостатки снабжения”», сопровождавшие всю советскую историю, не прекращались на ее закате: история, которая может быть написана под соответствующим углом зрения — когда чего не было» [Козлова 1996].

<sup>1</sup> Можно заметить, что употребление понятия “фетишизм” в рассуждении Токарева в этом случае не менее парадоксально, чем у Францева: в одном из примечаний Токарев оговаривается, что он не касается «вопроса об употреблении терминов “фетиш”, “фетишизм” в переносном смысле, для обозначения явлений, не относящихся к истории религии: “товарный фетишизм”, “фетишизм любви” и пр.» [Токарев 1990: 33, сноски 4]. Но, допуская «осовременивание» языческого фетишизма в современном ношении амулетов, он уже тем самым позволяет понимать его собственное рассуждение о религии в переносном смысле. В советской философии эту трудность пытался преодолеть А.Д. Сухов, относивший фетишизм не к религии, а к анимизму — «дорелигиозному» одушевлению предметного мира [Сухов 1967].

Примеры «товарного фетишизма» в этих случаях предсказуемо обнаруживаются в широком спектре недоступных или редко присутствовавших на прилавках товаров [Ушакин 1999; Голофаст 2000; Долгин 2006; см. также статьи в сборнике: Люди и вещи 2005], но не сводятся к ним. Так, если икра, коньяк, шампанское, торты и твердокопченые колбасы и составляли, по удачному определению Юкки Гронова, предметы демократической «общей роскоши» [Gronow 2003], то предметами товарного фетишизма они могли служить только в том случае, если их символическая ценность выражалась в социальном ренеме их владельцев — а так бывало не всегда (например, когда получение дефицитного товара было следствием какой-либо социально уравнительной процедуры — очереди или предвзительно сделанного заказа)<sup>1</sup>.

Жевательная резинка в ряду таких товаров заслуживает внимания, поскольку ее фетишизация была фактически ограничена подростковой (преимущественно мальчиковой) средой и с этой точки зрения представляет пример, важный для изучения возрастной социализации советских подростков в 1960—1980-е гг. Хронологическим стартом такой фетишизации можно считать период хрущевской либерализации, ознаменованный проведением в Москве IV Всемирного фестиваля молодежи и студентов (1957) и сопутствующими ему послаблениями погранично-визового режима, значительно увеличившими число иностранных туристов в СССР. С этого времени иностранная жевательная резинка оказывается сравнительно доступной для жителей тех городов, которые имели непосредственные торговые или туристические связи с зарубежными странами, прежде всего Москвы, Ленинграда, Одессы, Новороссийска, портовых городов Балтийского побережья и Владивостока. Вплоть до середины 1970-х гг., когда делаются первые попытки наладить производство советской жевательной резинки (в 1976 г. в Армении на Ереванской кондитерской фабрике, и с 1977 г. — в Эстонии на Таллиннской фабрике “Kalev”)<sup>2</sup>, ее появление в руках подростков так или иначе связывается с границей — миром, который для подавляющего большинства советских граждан существовал в сфере оттеняемого идеологией коллективного воображения. В эпоху «развитого социализма» (провозглашенного Л.И. Брежневым в 1967 г. на праздновании пятидесятилетия Великой Октябрьской

---

<sup>1</sup> Об очередях как воплощении специфически советского социального мироустройства см.: [Николаев 2000; Богданов 2001; Иванова 2011].

<sup>2</sup> Впрочем, в кинодокументальном сюжете о новой продукции кондитерской фабрики “Kalev” (1977) говорится, что «здесь впервые в нашей стране было налажено производство жевательной резинки» <<http://www.youtube.com/watch?v=ehtU1vBCqo>>.

социалистической революции и законодательно утвержденной в Конституции СССР 1977 г.) символическая ценность жевательной резинки в подростковой среде достигает своего пика и держится на нем фактически до эпохи Перестройки, которая ознаменовалась не только потоком хлынувших в страну иностранных товаров, но и появлением широкого ассортимента жевательной резинки отечественного производства (в первую очередь московской фабрики «Рот-фронт»: «Мятная», «Апельсиновая», «Клубничная», «Малиновая» и «Кофейный Аромат», выпуск которых был начат в преддверии Олимпиады, но широко доступным вне Москвы товар стал только во второй половине 1980-х гг.)<sup>1</sup>. Социальной и при этом трагической кульминацией экстраординарного спроса на резинку среди подростков стало событие, произошедшее на стадионе в Сокольниках 10 марта 1975 г. В этот день после матча юниорских команд «Бэрри Коап» из Онтарио и советской сборной (победившей канадцев со счетом 5:1) канадцы стали раздавать болельщикам жевательную резинку (спонсором поездки канадцев выступила фирма «Wrigley»). В вызванной этим давке, которая усугубилась тем, что по всему стадиону отключился свет<sup>2</sup>, погиб 21 человек (тринадцати из них не исполнилось 16 лет) и 25 человек получили тяжелые увечья. Возможно, именно событие в Сокольниках подвигло Совет министров принять решение о производстве отечественной жевательной резинки [Раззаков 2012: 73–74]<sup>3</sup>. Во всяком случае, в предыдущие годы ее оценивали негативно: медики считали ее опасной для зубов и пищеварения, а публицисты — атрибутом западного образа жизни, тлетворно влияющим на советскую молодежь. Для опасений последнего рода у правоверного советского гражданина были основания: начиная с конца 1950-х гг. резинка становится одним из неизменных предметов фарцовки — общения с иностранцами с целью приобретения у них дефицитных в СССР товаров [Романов, Ярская-Смирнова 2005; Васильев 2007]<sup>4</sup>.

Распространение сведений о жевательной резинке в этом случае имело предысторию, связывавшую ее с чуждым для советского

<sup>1</sup> В юношеском хите начала 1980-х гг. — научно-фантастическом кинофильме «Через тернии к звездам» (1980, реж. Ричард Виктор, сценарий Кира Булычева), действие которого происходит в XXIII в., когда на Земле уже торжествует коммунизм, есть крупный кадр с пачкой этой советской резинки (марки «Апельсиновая»).

<sup>2</sup> По разным объяснениям случившегося, свет был отключен то ли по вине пьяного электрика, то ли по распоряжению начальства, недовольного тем, что канадцы фотографируют подростков, жестоко продающих к жевательной резинке.

<sup>3</sup> См. также мемуарные свидетельства, собранные в журнале пользователя man\_with\_dogs в интернет-сообществе “Dreamwidth Studios”: <<http://man-with-dogs.dreamwidth.org/943530.html?thread=5789354>>.

<sup>4</sup> См. также обсуждение книги Д. Васильева: [Вахитов].

человека публичным поведением. Соответствующие упоминания в советской литературе и кинофильмах 1930–1950-х гг. оттеняют образы иностранцев, и прежде всего американцев, склонность которых к такому странному кондитерскому изделию, которое можно жевать, но нельзя съесть, равнозначна их склонности и ко многому другому, что является странным на взгляд «нормального» (= советского) человека. Илья Ильф и Евгений Петров, одни из первых, кто пытался ответить на вопрос о причинах популярности жевательной резинки в США, объяснили ее капиталистической политикой наживы, заставляющей американцев мириться с тем, что им продают мороженное мясо, соленое масло, незрелые помидоры и — в том же ряду малосъедобной дряни — жевательную резинку:

*В Америке дело народного питания, как и все остальные дела, построено на одном принципе — выгодно или невыгодно. Под Нью-Йорком невыгодно разводить скот и ухаживать огороды. Поэтому люди едят мороженое мясо, соленое масло и незрелые помидоры. Какому-то дельцу выгодно продавать жевательную резинку — и народ приучили к этой жвачке [Ильф, Петров 1961: 39].*

В послевоенной публицистике и в атмосфере «холодной войны» образ жующего американца выглядит уже не жалко, но угрожающе. Жвачка — это уже не только то, что символизирует собою американский образ жизни, но и то, что насаждается путем пропаганды и прямой агрессии. Своего публицистического апофеоза этот образ достигнет позже в стихотворении Андрея Вознесенского «Строки» (1967): «Чавкая чуингамом, впечатывая каучук, / за волосы дочь Вьетнама волочит неокучум» (последнее слово — придуманный поэтом неологизм от имени кровожадного сибирского хана Кучума), но уже в 1954 г. советскому читателю сообщалось, что глава прозападного режима во Вьетнаме император Бао Дай неспроста пристрастился к жевательной резинке и один из его слуг специально следит за тем, чтобы она всегда была в его карманах [Леонтьев 1954: 46].

С конца 1950-х гг. известия о жевательной резинке в советской прессе множатся, однако теперь она все чаще упоминается как позорный фетиш тех, кто своим поведением оскорбляет достоинство советских людей. В январе 1959 г. в «Комсомольской правде» публикуется статья о стилистах и фарцовщиках «Печальные рыцари жевательной резинки», в которой любители иностранщины предстают потенциальными предателями социалистической родины. На следующий год, помяная эту статью, авторы журнала «Агитатор» предостерегали об опасностях воспитания, когда

*иные не в меру любвеобильные родители тоже помогают растить из своих детей лоботрясов, умеющих хорошо трудиться только за*

*столом. Любить детей и курица умеет, а если неправильно воспитывать, то из сына или дочки может подчас выйти торговец своей душой за жевательную резинку, вроде Репникова и Рыбкина, о которых рассказала недавно «Комсомольская правда». Конечно, их нужно клеймить позором, всех этих трутней, тунейдцев [Советы новаторов 1960: 4].*

В том же 1960 г. на киноэкраны страны вышел документальный фильм В. Краснопольского и В. Ускова «Тени на тротуарах», также разоблачавший фарцовщиков и тунейдцев в русле уже складывавшейся пропагандистской риторики, которая расценивала фарцовку и товар фарцовщиков как «мелочи», чреватые обернуться преступлениями против советского государства [Грошев, Ждан 1969: 499]. Указ 1961 г. «Об усилении борьбы с лицами, уклоняющимися от общественно полезного труда и ведущими паразитический образ жизни» и принятая на основании этого указа ст. 209 УК РСФСР придали таким рассуждениям правовую основу, а слова председателя КГБ при СМ СССР А.Н. Шелепина, произнесенные в речи на XXII съезде КПСС, напомнили советским гражданам, кто отныне является их «внутренним врагом»: таковы «паразитические элементы», «все те, кто живет за счет народа»<sup>1</sup>. В пафосе идеологических обличений жевательная резинка в какой-то момент становится жупелом, в котором сосредоточивается все чуждое и враждебное настоящим советским людям. В публицистическом и литературном описании быта фарцовщиков они характерно типизируются как беспринципные бездельники, порочащие советского человека — такими, например, они рисовались в повести Леонида Волкова «Пятна» (1962) [Волков 1962] или очерке Владимира Лисовского «Максим искупает вину» (1963):

*Среди «фарцовщиков» трудиться не принято: «Пусть работает трактор: он железный. А мы и так едим черную икру». В пьяном угаре подобные отщепенцы глумились над самым святым, что есть у советского человека, над его рабочей гордостью, честью, патриотизмом. Целыми днями слонялись они у подъездов музеев, гостиниц, ресторанов в поисках зарубежных туристов. А завидев иностранцев, спешили сделать свой «бизнес», подобострастно осведомлялись: «Жевательная резинка, носки, авторучки есть?» [Лисовский 1963: 76]<sup>2</sup>.*

<sup>1</sup> «Советские законы — самые гуманные в мире, но их человеколюбие должно распространяться лишь на честных тружеников, а в отношении паразитических элементов, всех тех, кто живет за счет народа, законы должны быть суровы, ибо указанная категория лиц — это наш внутренний враг» [Шелепин 1961].

<sup>2</sup> В.Т. Лисовский был одним из первых, кто занимался в СССР социологией молодежи [Иконникова, Лисовский 1969].

Причины возникновения такого явления, как фарцовка, идеологически объяснялись как упущениями воспитательной работы среди молодежи, так и стремлением зарубежных туристов к наживе — деньгам и сувенирам<sup>1</sup>. Но не только: в потакании фарцовщикам и одаривании советских подростков западными «сувенирами» виделись происки зарубежных спецслужб, занятых поиском потенциальных агентов. Такие истории рассказывались, в частности, в повести Марии Белаховой «Дочь» (1960) и предостерегающем сочинении Е.Ф. Безродного «Шпионам нет дороги» (1962)<sup>2</sup>. Борьба правоохранительных органов с фарцовщиками — особенно в тех случаях, когда объектом купли-продажи служили дорогостоящий дефицит или иностранная валюта (по ст. 154 УК РСФСР, принятого в 1960 г., за спекуляцию в качестве промысла и в крупных размерах виновные наказывались лишением свободы на срок до семи лет с конфискацией имущества, а «нарушение правил валютных операций» тянуло на «расстрельную» статью 88 УК РСФСР, «щадающим» вариантом которой значилось лишение свободы сроком до 15 лет с конфискацией имущества)<sup>3</sup>, — продолжалась вплоть до перестроечных лет, но публицистические страсти вокруг жевательной резинки стихают к концу 1960-х гг. В изданной в 1967 г. книге Даниила Гранина «Примечания к путеводителю» описание поездки писателя в Англию сопровождалось диалогом, реабилитирующим в глазах читателя жевательную резинку. Наверное, есть вещи, которые стоит запрещать, — замечает здесь автор в ходе диалога со знакомой по туристической группе о допустимости прилюдных поцелуев в парке и абстрактной живописи, но «кое-что — лучше попробовать самому. Вот, например, помните, как ругали жевательную резинку? А я купил двадцать пачек. Прекрасная штука. Вместо сигарет. Отвыкаю курить» [Гранин 1967: 249].

В 1970-е гг. суждения взрослых о жевательной резинке касались преимущественно подростков — в той мере, в какой они исходили от родителей и учителей, привычно запрещавших ученикам жевать на уроках и вольно или невольно способствовавших распространению страшилок о том, что процесс жевания на пустой желудок вызывает гастрит и язву, что от проглоченной резинки склеивается попа, а сама она растворяется

---

<sup>1</sup> «Это же фарцовщики! — Что такое фарцовщики? — Как бы тебе это объяснить? Ну вот, приезжает иностранный турист. Ему хочется здесь многое купить. А с деньгами туговато. С советскими, понимаешь? А фарцовщики тут как тут» [Волков 1962: 73].

<sup>2</sup> «Настораживает тот факт, что со времени развития иностранного туризма империалистические разведки усиленно взялись за изучение возможностей использования его в подрывных целях против Советского Союза <...> Он тоже встречал тех двух, которые гонялись за жевательной резинкой. <...> Совершенно ясно, чего хочет от таких лиц иностранная разведка» [Безродный 1962: 67, 68].

<sup>3</sup> Обе статьи были отменены Федеральным законом Российской Федерации № 10-ФЗ от 1 июля 1994 г.

в желудке семь лет<sup>1</sup>. Конспирологическими и еще более пугающими версиями тех же страшилок были рассказы о садистах-иностранцах, вкладывающих в пластинки и подушечки жевательных резинок, которые они раздадут советским детям, бритвы, иголки, колотое стекло и крысиный яд<sup>2</sup>. Запретительные аргументы такого рода, впрочем, действовали мало и даже, наоборот, подчеркивали особенную значимость заветных жвачек. Я полагаю, что не последним фактором, определявшим эту значимость в глазах подростков, была вкусовая безальтернативность жевательной резинки в сравнении с той продукцией, которая появлялась на прилавках советских магазинов (если не считать ее далекого аптечного суррогата — топленой лиственничной смолы, называвшейся в просторечии «серой»)<sup>3</sup>. Появление образцов отечественной жевательной резинки эту ситуацию в известной степени изменило, но не устранило вовсе. Отечественная продукция оценивалась значительно ниже, считаясь и менее вкусной, и непритягательной внешне (в сравнении с ярким разнообразием иностранных упаковок)<sup>4</sup>. Причинно-следственные связи, которые объяснили бы ценность жевательной резинки в глазах тогдашних подростков, не определяются в этих случаях только вкусовым эффектом кукуруз-

- <sup>1</sup> Олег (oadam) «О советской жвачке» (запись в Живом журнале пользователя oadam 29 дек. 2011 г. <<http://oadam.livejournal.com/108695.html?thread=8099223>>). Впрочем, в начале 1970-х гг. сомнения относительно полезности жевательной резинки высказывают и специалисты-медики: «Радикально ставить вопрос о выпуске жевательной резинки в нашей стране можно будет только в том случае, если будет ясно доказано, что она не приносит вреда» [Новый препарат 1973: 92].
- <sup>2</sup> Страхи такого рода циркулировали даже в Иркутске, где иностранцев было сравнительно мало [Корк 2006]. Фольклорные источники в этих случаях можно, вероятно, усмотреть как в сказочно-мифологическом мотиве отравленного яблока (история Белоснежки из сказок братьев Гримм), так и в страшилках «городских легенд» (вроде тех, что приурочиваются к празднованию Хэллоуина), но занятно, что в советском контексте подобные рассказы устойчиво связывались именно с иностранцами.
- <sup>3</sup> Мемуаристы, чье детство пришлось на 1950-е гг., вспоминают о ней ностальгически: «Сера стоила дешево, ее жевали женщины и дети, иногда с характерным прищелкиванием <...> сера была гораздо лучше иностранной жевательной резинки, появившейся у нас лет через двадцать» [Варфоломеева 2009: 28].
- <sup>4</sup> Из таких упаковок составлялись коллекции. В конце 1970-х — 1980-е гг. обычным предметом коллекционирования и обмена служили не только обертки, но и так называемые «вкладыши» — глянцевого, картонные, переводные картинки, фотографии и наклейки, вложенные в запечатанные пачки жевательной резинки. Вкладыши разных марок носили тематический характер (напр., на вкладышах от резинки Donald были сцены из диснеевских мультфильмов, на финских «широкопластах» — портреты хоккеистов, на вкладышах Turbo — фото автомобилей и т.д.). Иногда такие вкладыши служили предметом игры, отчасти заменившей предшествовавшую игру в конфетные «фантики»: несколько вкладышей клали картинкой вниз, и игроки поочередно били по ним ладонью. Вкладыши, которые от такого удара переворачивались картинкой вверх, считались выигранными (об игре в фантики и «вкладыши» и их роли в детском «денежном товарообороте» см.: [Головин 2013]). С появлением широкого ассортимента резинок в 1990-е гг. интерес к такому коллекционированию угас, но не сошел на нет: одна из самых крупных в мире коллекций оберток от жевательной резинки принадлежит сегодня Валерию Носаю, бывшему советскому школьнику (1964 г.р.). В 2013 г. в коллекции Носая числилось 80 тысяч экземпляров оберток из 122 стран мира (см. 25 500 изображений оберток на сайте коллекционера: <<http://www.chewing-gum.net/index-rus.html>>; об истории коллекции см.: [Якимова 2008]).

ного сиропа и сахара с ароматизаторами. Жевательная резинка могла быть вкусной и не очень, но ее притягательность таилась не столько во вкусе, сколько в семиотических факторах, сопутствовавших ее явной и неявной контекстуализации — ассоциативной связи с далеким и интригующим пространством неповседневного, не-рутинного, не-привычного мира. С психологической точки зрения важно, что сила таких ассоциаций поддерживалась не только зрительным и, соответственно, умозрительным образом (хотя яркие фантики и иностранные надписи на них этому способствовали), но и непосредственно физиологическим присвоением. Пережевывание резинки, само держание ее во рту до тех пор, пока она не становилась безвкусной и жесткой (или безвкусной и рыхлой), было процессом реализации не слишком определенной, но вполне непосредственной коммуникации с кем-то и чем-то далеким и желанным. Доживи Фрейд до времени, когда жевательная резинка стала фетишем советских подростков, он, вероятно, нашел бы дополнительные аргументы, чтобы связать процесс такого жевания с фиксацией на оральной стадии психосексуального развития.

Как бы то ни было, за отечественной жевательной резинкой маячила таинственная заграница, представление о которой, в свою очередь, наделялось своеобразными вкусовыми и ольфакторными характеристиками. Вкус жевательной резинки и ее диковинные физико-химические свойства, позволявшие надувать из нее пузыри и растягивать длинные волокна (советская жевательная резинка, к слову сказать, надувалась и растягивалась намного хуже), были вкусом и свойствами неведомого советскому подростку мира, о котором он мог судить только понаслышке. Поэтому факт владения и жевания такой резинки в определенном смысле был равнозначен причастности к чуждальному, манящему и пробуждающему просвещенное любопытство (необходимое хотя бы для того, чтобы уметь прочесть и запомнить иноязычные надписи на обертках: Риглис, Спеарминт, Даблминт, Пурукуми, Кавгумми, Чуинггам, Дженки, Холливуд, Дональд и т.д.).

В тех городах СССР, где жевательная резинка была предметом фарцовки, она же выступала стимулом к усвоению навыков иноязычного общения, необходимых для ее приобретения. К примеру, в Выборге и Ленинграде, куда подавляющее количество жевательной резинки доставляли туристы из Финляндии<sup>1</sup>, редкий школьник не знал хотя бы некоторых финских

---

<sup>1</sup> Данные о числе финских туристов в СССР в советских и финских источниках разнятся, но в целом (по данным середины 1970-х гг.) позволяют судить о Финляндии как о второй (после Польши) стране, поставившей наибольшее количество иностранных туристов в СССР (по советским источ-

слов и выражений, достаточных для того, чтобы определиться с предметом и целью своего лингвистического натиска. «Пурукуми ё?» («Жевательная резинка есть?») и финские числительные служили паролем для юных интернационалистов, околачивавшихся возле стоянок автобусов и гостиниц в дни массовых заездов туристов [Yurchak 2006: 202–203; Черейский 2012; Вышенков 2014; Kelly 2014: 187–188].

Здесь я вступаю на зыбкую почву той этнографии, которую Дэвид Хайано некогда назвал автоэтнографией [Соколовский 2010; историю термина датируют появлением статьи: Науано 1979]. Воспоминания об уличном ленинградском отрочестве склоняют меня к тому, чтобы разделить тогдашних своих сверстников (мальчиков) на две категории: фарцовщиков (в тогдашнем Ленинграде их иногда называли «пурукумщиками»), покупавших или выменивавших резинку у финнов, и тех, кто ее покупал у фарцовщиков. Вероятно, были и другие категории — те, кто жевательной резинкой не интересовался вовсе, и те, кому ее привозили родители, но я с ними не сталкивался<sup>1</sup>. Фарцовка и продажа резинки, которой я занимался сам, приносила приличную прибыль: в 1977–1978 гг. финны, приезжавшие в гостиницу «Дружба» (ул. Чапыгина, д. 4), обычно продавали пять упаковок жевательной резинки «Дженки» (по пять подушечек в каждой) за рубль. В школе одна упаковка «Дженки» шла за рубль (а иногда и за рубль двадцать), так что общая сумма прибыли составляла 400 %. Но я могу утверждать, что для подавляющего числа моих приятелей, занимавшихся тем же «бизнесом», главным в нем был не только барыш, но и стремление пополнить собственные запасы. Небезопасность даже мелкой фарцовки (грозившей объяснением с милицией, родителями, административными оргвыводами, а иногда также неприятными недоразумениями с конкурентами) наделяла ее аурой своеобразного романтизма, риска и, условно говоря, корпоративной чести, запрещавшей, например, не покупать жевательную резинку или выменивать ее на какие-нибудь советские значки, а попросту выпрашивать.

При многообразии форм фетишизма, вообще свойственного, как отмечают психологи, для детского и подросткового возраста [Посыпанова 2011], страсть моих ровесников в 1970-е гг.

никам, учитывающим индивидуальные туры с остановкой на одну ночь: около 600 тысяч человек в год — 14,8 % от общего числа порядка 3,9 млн чел.) [Kostiainen 1998].

<sup>1</sup> Коллеги, обсуждавшие со мною положения настоящей работы, заставляют меня признать, что мои наблюдения ограничены как в гендерном, так и в «топонимическом» отношении даже применительно к Ленинграду: девочки относились к жевательной резинке иначе, чем мальчики, а доступность самой резинки и распространенность фарцовки сильно различались в центральных районах и на городских окраинах.

к жевательной резинке выделялась своим коллективным характером. Другие иностранные вещи — будь то джинсы или джемпера с надписями («пуссера»), кроссовки и грампластинки, коллекционные модели автомобилей и зажигалки, авто-ручки и почтовые марки — могли цениться очень высоко и также выступать в роли фетишей, но все они обладали значительно меньшей «конвертируемостью», чем жевательная резинка. Последняя, хотя и выступала предметом купли-продажи (и соответственно — спекуляции), была прежде всего предметом своеобразной солидаризации, подразумевавшей «общепонятность» связанной с нею мировоззренческой «идеологии». Поведенческая актуальность такой идеологии требовала своего демонстративного выражения (находящего аналогии в примерах описанного Торстейном Вебленом «демонстративного потребления» [Веблен 1984]; применительно к советскому и постсоветскому обществу: [Вилюнас 1990; Логунов 2003; Ци-мерман 2007; Посыпанова 2012]) и, соответственно, подразумевала ее коллективную легитимацию — признание «права на жевание» (противоречившего, в частности, педагогическим наставлениям). При этом, как справедливо заметил Вячеслав Корнев в своем эссе о жевательной резинке (рассматривая ее в ряду социально знаковых «объектов желания»), ее коллективное употребление и само по себе интересно своей коммуникативной самодостаточностью: это «дело», которое как бы заменяет собою «слова», проформа, становящаяся содержанием [Корнев 2011: 58]. Не рискну утверждать, что это правило универсально (Корнев здесь излишне патетичен: «Резинка с синтетическим вкусом и без насыщения есть символический двойник общения без пользы и интереса» [Корнев 2011: 58]), но применительно к советскому опыту юношеской социализации так оно и было. Доводы взрослых, осуждавших подростковую тягу к сладкому и липкому полимеру, не срабатывали именно потому, что противоречили убедительности подросткового взаимопонимания в ситуациях, когда достаточно жевать и совсем не обязательно говорить. Показательно, что жевать резинку в одиночку и без свидетелей казалось странным, а если такое и практиковалось, то именно как исключение, подтверждающее общее правило: ценность жевательной резинки конвертировалась в коллективные ценности символического обмена. Роль воображения в этих случаях была неизмеримо значительнее, чем физиология вкуса или категория пользы.

1990-е гг. изменили многое и, в частности, проблематизировали само представление о ценности вещей применительно к новым практикам коллективного потребления [Desmet 2001; Ечевская 2004; Петров, Вышенков 2010]. Из сегодняш-

него дня в превратностях ценностных ориентиров, выразившихся, помимо прочего, в устойчивости семиотической значимости, которая отводилась в подростковой среде жевательной резинке, я склонен видеть проявление по меньшей мере эмоциональной солидарности, выступавшей в качестве альтернативы пропагандистским предписаниям советской идеологии. С этнографической и антропологической точки зрения такая альтернатива интересна своей кажущейся иррациональностью и вместе с тем убедительностью — как аргумент, доказательность которого определялась не словами, но самим фактом его наличия, в равной мере «материального» и символического.

### Источники

- Безродный Е.Ф.* Шпионам нет дороги. Киев: Госполитиздат УССР, 1962. 70 с.
- Васильев Д.* Фарцовщики. Как делались состояния. Исповедь «людей из тени». СПб.: Вектор, 2007. 187 с.
- Вахитов Р.* Фарцовка как вырожденная форма традиционной экономики (размышления по поводу книги Д. Васильева «Фарцовщики. Как делались состояния. Исповедь людей из тени») // Сайт «Красная Евразия» <[http://redeurasia.narod.ru/zloba\\_dnya/farcovka.html](http://redeurasia.narod.ru/zloba_dnya/farcovka.html)>.
- Волков Л.* Пятна // Молодая гвардия. 1962. № 1. С. 35–126.
- Вышенков Е.* Vodka tour: Кекконен-пурукуми // Сайт «ФонтанкаFi». 2014, 21 июля. <<http://fontanka.fi/articles/15913/>>.
- Гранин Д.* Примечания к путеводителю. Л.: Советский писатель, 1967. 292 с.
- Грошев А., Ждан В.* Краткая история советского кино: 1917–1967. М.: Искусство, 1969. 616 с.
- Иконникова С.Н., Лисовский В.Т.* Молодежь о себе, о своих сверстниках: Социол. исследование. Л.: Лениздат, 1969. 134 с.
- Ильф И., Петров Е.* Одноэтажная Америка (1936) // Ильф И., Петров Е. Собр. соч.: В 5 т. М.: ГИХЛ, 1961. Т. 4. 429 с.
- Корк Б.* Символ фарцовки, проституции и злочной жизни советских времен уходит в прошлое // Сайт «NewsBabr.com». Иркутск. 2006, 18 мая. <<http://newsbabr.com/?IDE=30074>>.
- Ленин В.И.* Некритическая критика (По поводу статьи г-на П. Скворцова «Товарный фетишизм» в № 12 «Научного обозрения» за 1899 г.) // Ленин В.И. Соч. 5-е изд. М.: Политиздат, 1971. Т. 3. С. 611–636.
- Леонтьев Л.А.* Борющийся Вьетнам. М.: Госполитиздат, 1954. 80 с.
- Лисовский В.* Максим искупает вино // Советы депутатов трудящихся. 1963. № 4. С. 76–78.
- Маркс К.* Передовица в № 179 “Kölnische Zeitung” // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. М.: Политиздат, 1955. Т. 1. С. 93–113.

- Маркс К. Капитал. Критика политической экономии (2-е изд.) // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. М.: Политиздат, 1960. Т. 23. 907 с.
- Новый препарат // Химия и жизнь. 1973. № 9. С. 92.
- Петров И., Вышенков Е. Как вымерли фарцовщики 80-х // Город-812 Online (сетевая версия журнала). 2010, 23 дек. <<http://www.online812.ru/2010/12/23/004/>>.
- Советы новаторов // Агитатор. М.: Правда, 1960. Вып 13. С. 2–6.
- Хандруев А.А. Товарный фетишизм // Большая советская энциклопедия: В 30 т. М.: Сов. энциклопедия, 1969–1978. Т. 26. 1977. <<http://bse.sci-lib.com/article110981.html>>.
- Черейский М. Пурукуми — запретный плод цивилизации // Сайт «Terijoki / Зеленогорск». 2012, 20 нояб. <<http://terijoki.spb.ru/history/templ.php?page=chereisky>>.
- Шелепин А.Н. Речь на XXII съезде КПСС // Известия. 1961, 28 окт.
- Якимова Н. Валерий Носаль собрал 60 тысяч упаковок и оберток от жевательной резинки // Первая Крымская информационно-аналитическая газета. 2008, 7/13 марта. № 215. <<http://1k.com.ua/215/details/2/1>>.

### Библиография

- Богданов К.А. Советская очередь: социология и фольклор // Богданов К.А. Повседневность и мифология: Исследования по семиотике фольклорной действительности. СПб.: Искусство, 2001. С. 378–437.
- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000 [1-е фр. изд. — 1976 г.]. 389 с.
- Бросс Ш. де. О фетишизме / Пер., примеч. и библиогр. очерк Л.Р. Дунаевского; предисл. М.И. Шахновича. М.: Мысль, 1973. 207 с.
- Варфоломеева Г.И. Моя советская школа: 50-е годы XX века. М.: [Б.и.], 2009. 439 с.
- Веблен Т. Теория праздного класса: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1984. 367 с.
- Виллонас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М.: Изд-во МГУ, 1990. 283 с.
- Головин В. «Биржа фантиков»: детские игровые деньги // Фетиш и табу: Антропология денег в России / Сост. А. Архипова, Я. Фрухтманн. М.: ОГИ, 2013. С. 241–255.
- Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. 2000. № 5. С. 58–65.
- Долгин А. Второй универсум // Логос. 2002. № 5/6. С. 243–291.
- Долгин А. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 630 с.
- Дюркгейм Э. Социология: Ее предмет, метод, предназначение: Сб.; пер с фр. М.: Канон, 1995. 349 с.
- Ечевская О. Изменение ценности вещей при переходе советского общества к постсоветскому: формирование новых стилей по-

- требления и использования вещей // Экономика в школе: вопросы школьного экономического образования. 2004. № 1. С. 14–24.
- Зелизер В.* Социальное значение денег: Пер. с англ. М.: Дом интеллектуальной книги; ИД ГУ ВШЭ, 2004. 283 с.
- Зенкин С.* Небожественное сакральное: теория и художественная практика. М.: РГГУ, 2012. 536 с.
- Иванова А.С.* Изображение дефицита в советской культуре второй половины 1960-х — первой половины 1980-х годов // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77). С. 216–235.
- Козлова Н.Н.* Горизонты повседневности советской эпохи: голоса из хора. М.: ИФРАН, 1996. 215 с.
- Коллеж Социологии, 1937–1939 / Сост. Дени Олье: Пер. с фр. СПб.: Наука, 2004. 585 с.
- Корнаи Я.* Дефицит: Пер. с венг. М.: Наука, 1990. 607 с.
- Корнев В.В.* Философия повседневных вещей. М.: Юнайтед пресс, 2011. 250 с.
- Логунов А.В.* Престижное потребление в системе средств символического обмена и конструирования социальной идентичности в трансформирующемся российском обществе: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Владивосток, 2003. 26 с.
- Люди и вещи в советской культуре: Сб. ст. / Под ред. О.Г. Ечевской. Новосибирск: РИЦ НГУ, 2005. 129 с.
- Маффесоли М.* Околдованность мира или божественное социальное // Социо-логос: Социология. Антропология. Метафизика. М.: Прогресс, 1991. (Вып. 1: Общество и сферы смысла). С. 274–282.
- Николаев В.Г.* Советская очередь как среда обитания: социологический анализ. М.: ИНИОН, 2000. 187 с.
- Посыпанова О.С.* Психосемантический анализ товарного фетишизма у подростков // Профессиональное самосознание и экономическое поведение личности: Тр. IV междунар. интернет-конференции, январь-март 2011. Киев: Простобук, 2011. С. 47–60. <<https://sites.google.com/site/konfef/Home/1-sekcia/rosypanova>>.
- Посыпанова О.С.* Экономическая психология: психологические основы поведения потребителей. Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012. 296 с.
- Раззаков Ф.И.* Российский футбол: от трагедии до скандала. М.: Эксмо, 2012. 285 с.
- Романов П., Ярская-Смирнова Е.* Фарца: подполье советского общества потребления // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). С. 62–68.
- Рубин И.И.* Очерки по теории стоимости Маркса. 4-е изд. М.; Л.: Госиздат, 1929. 376 с.
- Соколовский С.В.* Автоэтнография и антропологические исследования науки // Антропология академической жизни. М.: ИЭА РАН, 2010. Т. 2. С. 24–42.

- Сухов А.Д.* Философские проблемы происхождения религии. М.: Мысль, 1967. 287 с.
- Токарев С.А.* Ранние формы религии. М.: Политиздат, 1990. 621 с.
- Травин И.И.* Материально-вещная среда и социалистический образ жизни. Л.: Наука, 1979. 117 с.
- Ушакин С.* Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Социологический журнал. 1999. № 3–4. С. 187–214.
- Циммерман Ю.А.* Демонстративное потребление в современном обществе: институциональный анализ: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2007. 23 с.
- Cohen G.A.* Karl Marx's Theory of History. Princeton: Princeton University Press, 1978. 369 p.
- Desmet C.* Reading the Web as Fetish // Computers and Composition. 2001. Vol. 18. Is. 1. P. 55–72.
- Durkheim E.* Les formes elementaires de la vie religieuse. P.: Alcan, 1912. 647 p.
- Elster J.* Making Sense of Marx. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. 557 p.
- Graeber D.* Fetishism as Social Creativity or, Fetishes are Gods in the Process of Construction // Anthropological Theory. 2005, December. Vol. 5. P. 407–438.
- Gronow J.* Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia. Oxford: Berg Pub. Ltd., 2003. 256 p.
- Hawkes D.* Idols of the Marketplace: Idolatry and Commodity Fetishism in English Literature, 1580–1680. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2001. 294 p.
- Hayano D.* Auto-Ethnography: Paradigms, Problems, and Prospects // Human Organization. 1979. Vol. 38. No. 1. P. 99–104.
- Kelly C.* St Petersburg: Shadows of the Past. New Haven; L.: Yale University Press, 2014. 464 p.
- Kolakowski L.* Marxism and Beyond. L.: Pall Mall, 1968. 240 p.
- [*Kolakowski*] A Leszek Kołakowski Reader // TriQuarterly [London]. 1971, Fall. No. 22 [Special issue]. 250 p.
- Kostiainen A.* Mass Tourists, Groups and Delegates: Travel from Finland to the Soviet Union from 1950 to 1980 // Trends in Russian Research on Tourism: International Forum for Tourism Research. Savonlinna, Finland, 2–3 June 1997. 1998. No. 3. P. 46–50.
- Lasswell H.D.* Psychopathology and Politics. Chicago: University of Chicago Press, 1930. [переиздание с новым предисловием Фреда Гринштейна: Chicago: Midway Reprint, 1986].
- Miller D.A.* Theory of Shopping. Cambridge: Polity Press/Cornell University, 1998.
- Pietz W.* The Problem of the Fetish, (Part) I // Res: Anthropology and Aesthetics. 1985. No. 9. P. 5–17.
- Pietz W.* The Problem of the Fetish, (Part) II // Res: Anthropology and Aesthetics. 1987. No. 13. P. 23–45.

- Pietz W.* The Problem of the Fetish, (Part) IIIa // *Res: Anthropology and Aesthetics*. 1988. No. 16. P. 105–123.
- Ripstein A.* Commodity Fetishism // *Canadian Journal of Philosophy*. 1978. Vol. 17. No. 4. P. 733–748.
- Tucker R.C.* (ed.). *The Marx-Engels Reader*. N.Y.: Norton, 1978. 788 p.
- Yurchak A.* *Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation*. Princeton: Princeton University Press, 2006. 352 p.

---

## **Chewing Gum, Leningrad Teenagers, and Commodity Fetishism in the Period of Developed Socialism**

**Konstantin A. Bogdanov**

Institute of Russian Literature (Pushkinskiy Dom) of the Russian Academy of Sciences

Makarova emb. 4, St Petersburg, Russia

konstantin.a.bogdanov@gmail.com

This article intends to clarify two interrelated issues. The first is recalling the meanings that chewing gum had in childhood and adolescence in everyday Soviet life. The second is the question of the function “extraordinary” values of certain objects and artifacts in various subcultures. The author assumes that this case can be described (in terms of cultural anthropology and social psychology) as the phenomenon of commodity fetishism in the context of more fundamental mechanisms that determine the practice of collective interaction in terms of relative deprivation and self-isolation. Thus, with regard to the teenage (mainly male) environment, chewing gum is worthwhile both as an important example of fetishisation, and to study the socialisation of Soviet teenagers from the 1960s–1980s. Information about chewing gum highlights its strangeness and even hostility to the Soviet man in his social behaviour. In the case of adolescents, chewing gum was the manifestation of emotional solidarity, speaking as an alternative to the propaganda and expectations of Soviet ideology. From an ethnographic and anthropological point of view, this alternative is interesting because of its apparent irrationality. Yet it is convincing as an argument for which evidence was determined not by words, but by the very fact of its “material” and symbolic presence: the price of gum was converted to the collective values of symbolic exchange. The role of the imagination in these cases was immeasurably greater than the physiology of taste or category of use.

**Keywords:** chewing gum, teenagers’ subculture, commodity fetishism.

## References

- Baudrillard J., *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage, 1993. 272 pp. [1st French edition: *L'échange symbolique et la mort*, 1976].
- Bogdanov K. A., 'Sovetskaya ochered: sotsiologiya i folklor' [Soviet queue: sociology and folklore] Bogdanov K. A., *Povsednevnost i mifologiya: Issledovaniya po semiotike folklornoy deystvitel'nosti* [Everyday Life and Mythology: Studies in Semiotics of the Folk Reality]. St Petersburg: Iskusstvo, 2001. Pp. 378–437. (In Russian).
- Brosses Ch. de, *Du culte des Dieux Fétiches ou Parallèle de l'ancienne Religion de l'Égypte avec la Religion actuelle de Nigritie*. Paris: Introduction, 1760. 285 pp.
- Hollier D. (dir.), *Le Collège de Sociologie, 1937–1939*. Paris: Gallimard, 1995. 912 pp.
- Dolgin A., 'Vtoroy universum' [The Second Universe], *Logos*, 2002, no. 5/6, pp. 243–291. (In Russian).
- Dolgin A., *Ekonomika simvolicheskogo obmena* [The Economy of Symbolic Exchange]. Moscow: INFRA-M, 2006. 630 pp. (In Russian).
- Durkheim d'É., *Les règles de la méthode sociologique*. 16e édition. Paris: Les Presses universitaires de France, 1967. 149 pp.
- Echevskaya O., 'Izmenenie tsennosti veshchey pri perekhode sovetskogo obshchestva k postsovetskomu: formirovanie novykh stiley potrebleniya i ispolzovaniya veshchey' [The Changing Value of Things in the Transition From Soviet to Post-Soviet Society: The Formation of New Styles of Consumption and Use of Things], *Ekonomika v shkole: voprosy shkol'nogo ekonomicheskogo obrazovaniya* [Economics at School: The Problems of Economics Education in Schools], 2004, no. 1, pp. 14–24. (In Russian).
- Golofast V. B., 'Lyudi i veshchi' [People and Things], *Journal of Sociology*, 2000, no. 5, pp. 58–65. (In Russian).
- Golovin V., "'Birzha fantikov": detskie igrovye dengi' ["Exchange Wrappers": Children's Play Money], Arkhipova A., Fruhtmann J., *Fetish and Taboos: Anthropology of Money in Russia*. Moscow: OGI, 2013. Pp. 241–255. (In Russian).
- Ivanova A. S., 'Izobrazhenie defitsita v sovetskoy kulture vtoroy poloviny 1960-kh — pervoy poloviny 1980-kh godov' [Images of Deficit in Soviet Culture From the Late 1960s to the Early 1980s], *Neprikosnovenny Zapas*, 2011, no. 3 (77), pp. 216–235. (In Russian).
- Kornai J., *The Economics of Shortage*. Amsterdam: North-Holland, 1980, vols. 1, 2.
- Kornev V. V., *Filosofiya povsednevnykh veshchey* [Philosophy of Everyday Things]. Moscow: United Press, 2011. 250 pp. (In Russian).
- Kozlova N. N., *Gorizonty povsednevnosti sovetskoy epokhi: golosa iz khora* [Horizons of Everyday Life in the Soviet Era: The Voices of the Choir]. Moscow: IFRAN, 1996. 215 pp. (In Russian).
- Logunov A. V., *Prestizhnoe potreblenie v sisteme sredstv simvolicheskogo obmena i konstruirovaniya sotsialnoy identichnosti v transformiruyushchemsya rossiyskom obshchestve* [Luxury Consumption in the System of Symbolic Exchange and Construction of Social

- Identity in a Transforming Russian Society]: PhD Abstract. Vladivostok, 2003. 26 pp. (In Russian).
- Maffesoli M., 'Okoldovannost mira ili bozhestvennoe sotsialnoe' [Enchantment of the World or the Divine Social], *Socio-logos: Sociology. Anthropology. Metaphysics*. Moscow: Progress, 1990. Pp. 274–282 [1st Italian edition: *Fenomenologie dell'immaginario*. Rome: Armando, 1982]. (In Russian).
- Nikolaev V. G., *Sovetskaya ochered kak sreda obitaniya: sotsiologicheskii analiz* [The Soviet Queue as a Habitat: A Sociological Analysis]. Moscow: INION, 2000. 187 pp. (In Russian).
- Posypanova O. S., 'Psikhosemanticheskiy analiz tovarnogo fetizhizma u podrostkov' [Psychological and Semantic Analysis of Commodity Fetishism in Adolescents], *Professionalnoe samosoznanie i ekonomicheskoe povedenie lichnosti* [Professional Consciousness and Economic Behaviour of the Individual]. Kiev: Prostobuk, 2011. Pp. 47–60. <<https://sites.google.com/site/konfef/Home/1-sekcia/posypanova>>. (In Russian).
- Posypanova O. S., *Ekonomicheskaya psikhologiya: psikhologicheskie osnovy povedeniya potrebiteley* [Economic Psychology: Psychological Basis of Consumer Behaviour]. Kaluga: Kaluga State University Press, 2012. 296 pp. (In Russian).
- Razzakov F. I., *Rossiyskiy futbol: ot tragedii do skandala* [Russian Football: From Tragedy to Scandal]. Moscow: Eksmo, 2012. 285 pp. (In Russian).
- Romanov P., Iarskaia-Smirnova E., 'Fartsa: podpolye sovetskogo obshchestva potrebleniya' ['Fartsa': Underground Soviet Consumer Society], *Neprikosnovennyy Zapas*, 2005, no. 5 (43), pp. 62–68. (In Russian).
- Rubin I. I., *Ocherki po teorii stoimosti Marksa* [Essays on Marx's Theory of Value]. Moscow; Leningrad: Gosudarstvennoye izdatelstvo, 1929. 376 pp. (In Russian).
- Sokolovsky S. V., 'Avtoetnografiya i antropologicheskie issledovaniya nauki' [Autoethnography and Anthropological Studies of Science], *Antropologiya akademicheskoy zhizni* [Anthropology of the Academic Life]. Moscow: Institute of Ethnology and Anthropology Press, 2010, vol. 2. Pp. 24–42. (In Russian).
- Sukhov A. D., *Filosofskie problemy proiskhozhdeniya religii* [Philosophical Problems of the Origin of Religion]. Moscow: Mysl, 1967. 287 pp. (In Russian).
- Tokarev S. A., *Rannie formy religii* [Early Forms of Religion]. Moscow: Politizdat, 1991. 621 pp. (In Russian).
- Travin I. I., *Materialno-veshchnaya sreda i sotsialisticheskii obraz zhizni* [Material Environment and the Socialist Way of Life]. Leningrad: Nauka, 1979. 117 pp. (In Russian).
- Tsimerman Y. A., *Demonstrativnoe potreblenie v sovremenном obshchestve: institutsionalnyy analiz* [Demonstrative Consumption in Contemporary Society: Institutional Analysis]: PhD Abstract. Moscow, 2007. 23 pp. (In Russian).

- Ushakin S., 'Kolichestvennyy stil: potreblenie v usloviyakh simvolicheskogo defitsita' [Quantitative Style: Consumption in the Conditions of a Symbolic Deficit], *Journal of Sociology*, 1999, no. 3–4, pp. 187–214. (In Russian).
- Varfolomeeva G. I., *Moya sovetskaya shkola: 50-e gody XX veka* [My Soviet School in the 1950s]. Moscow: S. n., 2009. 439 pp. (In Russian).
- Veblen T., *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan, 1899. 400 pp.
- Vilunas V. K., *Psikhologicheskie mekhanizmy motivatsii cheloveka* [Psychological Mechanisms of Human Motivation]. Moscow: Moscow State University Press, 1990. 283 pp. (In Russian).
- Yechevskaya O. G. (ed.), *Lyudi i veshchi v sovetskoy kulture* [People and Things in Soviet Culture]. Novosibirsk: RIC, 2005. 129 p. (In Russian).
- Zelizer V., *The Social Meaning of Money*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997. 304 pp.
- Zenkin S., *Nebozhestvennoe sakralnoe: teoriya i khudozhestvennaya praktika* [Undivine Sacred: Theory and Art Practise]. Moscow: State Humanitarian University Press, 2012. 536 pp. (In Russian).