

## ОБЗОРЫ, РЕЦЕНЗИИ, РЕФЕРАТЫ

*Р.В. КОНОНЕНКО, Е.Р. ЯРСКАЯ-СМИРНОВА*

### **АВТОМОБИЛЬ — НЕ РОСКОШЬ, А СРЕДСТВО ДЕСОВЕТИЗАЦИИ**

**РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ ЛЬЮИСА ЗИГЕЛЬБАУМА «МАШИНА  
ДЛЯ ТОВАРИЩЕЙ. ЖИЗНЬ СОВЕТСКОГО АВТОМОБИЛЯ»  
(SIEGELBAUM L. CARS FOR COMRADES. THE LIFE OF THE  
SOVIET AUTOMOBILE. ITHACA, NY: CORNELL UNIVERSITY  
PRESS, 2008)**

Так исторически сложилось, что автомобиль стал символом прогресса западного, в особенности американского, капитализма. В начале века он ассоциировался с успехами научного менеджмента и был признаком престижного потребления; в эпоху Генри Форда, став знаковым продуктом массового производства, превратился в метафору мобильности и свободы, а в поп-культуре 1960-х — в желание-на-колёсах. Большой автомобиль, удобный для поездок на работу, загородных прогулок, свиданий и длинных путешествий, стал частью американской мечты. Этому способствовала и развитая сеть прекрасных автодорог, появившаяся в XX веке. Рождение и жизнь автомобиля в СССР — это совершенно другая история, со своими особенными метафорами, многие из которых сегодня уже забыты, а иные переосмысливаются и реконструируются в практиках символического потребления, в сообществах фанатов советских олдтаймеров, в киноремейках и новой продукции масскульта.

Известный социальный историк, профессор Мичиганского университета Льюис Зигельбаум, автор и редактор десятка книг и многочисленных статей, в том числе о советской повседневности, публичной и приватной жизни при социализме, инвалидах и стахановцах, сталинизме как образе жизни, о взаимном влиянии идеологии, технологии и культуры, недавно выпустил новую книгу «Машины для товарищей. Жизнь советского автомобиля». Это издание — не просто история советского автопрома, а внимательный анализ социокультурных условий и последствий советского «автомобилизма». Автор

---

**Кононенко Ростислав Вадимович** — ассистент кафедры социально-экономических систем и социальной политики ГУ-ВШЭ. Адрес: 125319, Москва, Покровский бульвар, д. 11, ж-627. Телефон: (495) 625-02-11.

Электронная почта: [kononenko-rv@mail.ru](mailto:kononenko-rv@mail.ru)

**Ярская-Смирнова Елена Ростиславовна** — доктор социологических наук, профессор кафедры общей социологии ГУ-ВШЭ. Адрес: 125319, Москва, Кочновский пр., д. 3. Телефон: (495) 152-41-35.

Электронная почта: [elena.iarskaia@socpolicy.ru](mailto:elena.iarskaia@socpolicy.ru)

обращается к культурной биографии; этот подход позволяет осмыслить существование и функционирование, потребление автомобиля в контексте разных жизненных стилей, приоритетов и возможностей. Биография вещей начинается с момента их производства, когда вещи непосредственно вписываются в эпоху и составляют стилистическое единство со своим временем [1]. Эта перспектива позволяет понять новые стороны «советской цивилизации», где мечты о технологической утопии сочетались с репрессиями, а движение к коммунизму осуществлялось в условиях поистине эндемического бездорожья. Во всей истории советского автомобиля, как показывает Зигельбаум, воплощались и обострялись глубинные противоречия, свойственные социалистическому строю, отношениям советского государства, индивиду и общества.

Первое из таких противоречий, разбираемых в книге «Машины для товарищей» на богатом и разнообразном фактическом материале, — это дилемма между очевидной потребностью советских менеджеров в американской помощи и необходимостью придать советской автомобильной индустрии свою собственную, особенную идентичность. Как известно, советское автомобилестроение, в отличие от большинства других отраслей промышленности, создавалось и развивалось при помощи зарубежных разработок: вплоть до конца Второй мировой войны советские автомобили фактически копировали зарубежные модели. Первые два «советских Детройта» — автомобилестроительные заводы-гиганты Горьковский автомобильный (ГАЗ) и Московский автосборочный были построены на рубеже 20–30-х годов XX века. Большую роль в их создании сыграла американская Ford Motor Company, заключившая договор с советским правительством о технической помощи при организации и налаживании массового производства легковых автомобилей типа Ford-A и грузовых типа Ford-AA.

Один из ранних автомобилей, крупный лимузин ЗИС-101, был выпущен в конце 1930-х для влиятельных партийных и правительственных чиновников. Он и его преемник ЗИС-110 демонстрировали связь между советской государственной экономикой и государственной властью. Автомобили не только воплощали власть, но и внушали страх: печально знаменитый легковой автомобиль ГАЗ М-1, или в народе «чёрный воронок», тоже был создан на базе одной из моделей автомобиля «Форд» 1933 года.

Справедливости ради следует отметить, что первый российский серийный автомобиль по оригинальным разработкам Яковлева-Фрезе, напоминающим модель Бенца, был представлен публике еще в 1896 году, но в массовое производство запущен не был. Первые серийные автомобили марки «Руссо-Балт» сошли с конвейера в 1909 году, но из-за начавшейся вскоре войны их выпуск был прекращен (объемы выпуска и так были невелики — в разных модификациях было выпущено от 140 до 350 штук). Один из первых случаев относительно широкого использования легковых автомобилей организациями в деловых целях в России отмечен в 1921–1923 годах, когда в период страшного голода сюда были завезены 149 американских легковых и грузовых автомобилей. Эти машины применялись американской организацией АРА в инспекционных поездках с целью мобильного контроля над процессом распределения помощи голодающим. Техника укрепляла престиж АРА в глазах населения и властей, это было еще и «большое шоу» — демонстрация

эффективности и превосходства «американской системы» на примере борьбы с голодом [2].

Отметим, что идеи фордизма широко распространились в 1920–1930-е не только в России, но и по всей Европе. В частности, в Германии увлеченность фордизмом достигла апогея в 1930-е годы в строительстве заводов Volkswagen; там нашли воплощение не только амбиции возрождения индустриальной мощи Рейха, но и национал-социалистические мечты о народном автомобиле и другие социальные концепции [3].

Достижения Генри Форда глубоко впечатлили политическую элиту, теоретиков марксизма, техническую интеллигенцию, культурный авангард и рядовых читателей научно-популярных журналов. Так называемый «технологический оптимизм» (промышленные технологии ассоциировались с регулярностью, надежностью и материальным процветанием), как пишет Зигельбаум, убеждал всех в мысли, что *советский* «Детройт» достигнет фордистской производительности, избежав «анархии рынка». Как известно, в 1920-х этот оптимизм дал импульс развитию социалистических обоснований нового менеджмента, привел к созданию Центрального института труда, вдохновил работы А.К. Гастева, П.М. Керженцева и создание управленческой концепции научной организации труда (НОТ).

Но на советских «Детройтах без Форда» фантастическая идея о безграничности объемов автомобильного производства в сочетании с постреволюционными технологическими утопиями вела к новым гибридным формам автомобилизации. В отличие от американских, советские заводы производили транспортные средства по большей части для задач тяжелой промышленности, предпочитая грузовики и тракторы пассажирским авто. И война серьезно затормозила проекты по разработке советского автомобиля для личного пользования — оба предприятия выпускали легковые машины и грузовики для фронта, а также танки, минометы, снаряды для ракетных установок «Катюша».

Кроме того, сталинские соцгорода по ряду причин имели мало общего с реальностью американского автотокапитала. Там производились не только машины: эти крупные предприятия-города были настоящей стройкой коммунизма. Здесь Зигельбаум движется в том же направлении, что и Стив Коткин в своей книге об истории Магнитогорского металлургического комбината [4], и М. Меерович в исследовании соцгородов. Советская власть, не желая управлять рассредоточенными пролетарскими массами и вкладывать средства в создание обобщественного быта, стремилась сформировать специфическую систему поселений, привязанную к структуре «военно-гражданского» производства и обслуживающую его. Соцпоселения служили целям политической организации общества, способствуя его трудовой и военной мобилизации поточно-конвейерным способом [5]. Строительство гигантских цитаделей сталинского модернизма сопровождалось множественными противоречиями. Партийное руководство видело в этих городах идеал будущей советской цивилизации, а промышленные управляющие, инженеры и техники с самого начала должны были перелицовывать американскую технологию, пытаясь приспособиться к местным условиям и требованиям. В свою очередь, рабочие, тянувшие лямку в невообразимо тяжелых условиях, импровизировали и манипулировали с задачами и материалами, которые

сильно отличались от изначально планируемых. Зигельбаум пишет не только о реальном, но и о «воображаемом существовании советских детроитов». Эти города, а также рабочие и их продукция в процессе под лозунгом «догнать и перегнать» должны были представляться не хуже их эквивалентов в США. В этом смысле они были «аллегорическими фигурами индустриализации».

В 1920–1930-е годы распространение автоклубов, появление специальных журналов и популярность автопробегов стали знаками нарождающейся советской автомобильной культуры, рост которой, однако, был замедлен сталинистской политикой и «непреодолимым бездорожьем». В конце 1930-х годов, с выпуском предсерийного автомобиля КИМ-10-50, правительство стало принимать заявки граждан на приобретение машины. Но по ряду причин массовое производство этой модели отменили. В послевоенные годы машины все чаще упоминались в песнях, фильмах, литературе и пропаганде, которая обещала преуспеть и обогнать «сошедшую с ума по машинам Америки». Судьба советского автомобиля сильно изменилась в этот период истории. Новый легковой автомобиль, спроектированный советскими инженерами, был выпущен в июне 1946 года: из цехов Горьковского завода вышел ГАЗ-20, получивший название «Победа». Все больше машин стали поступать в частное владение.

Но дефицит автомобилей сохранялся и в 1950-е годы, когда собственным (или казенным, предоставленным в личное пользование) автотранспортом могли пользоваться только статусные фигуры — известные личности, руководители высокого ранга. После войны около 50 тысяч легковых автомобилей в основном немецкого и американского производства попало в страну в качестве трофеев или помощи, но лишь некоторые из них оказались в частных руках. И хотя на рубеже 1940-1950-х годов началось массовое производство автомобилей «Москвич-400», «Победа» и ЗиМ, на них быстро образовалась очередь. Сроки ожидания в очереди были от четырех лет на «Москвич» и до семи лет на «Волгу» [6]. Уже тогда марки автомобилей различались по статусам, что отражено в известном стихотворении С. Михалкова «Смена» конца 1950-х:

*В ЗИЛе-110, в машине зеленой,  
Рядом с водителем —  
Старый ученый.  
В «Чайке» —  
Седой генерал-лейтенант,  
Рядом с шофером его адъютант.*

*В бежевой «Волге» —  
Шахтер из Донбасса,  
Знатный забойщик высокого класса.  
В серой «Победе» —  
Известный скрипач,  
И в «Москвиче» — врач.*

В конце 1950-х - начале 1960-х годов прекратилось производство ЗиМов, место «Победы» заняла «Волга», и появился «Запорожец-965». Однако объемы производства были недостаточными: в 1966 году в СССР выпускалось всего около 150 тысяч легковых автомобилей в год [7].

Образ автомобиля как движителя модернизации и личного благосостояния к 1960-м годам объединил экономические и политические устремления советского правительства обеспечить каждого гражданина доступным автомобилем европейского качества и устремления советских людей в растущем обществе массового потребления. Национальная политика и идеология автотропа развивалась под влиянием имиджа «Запада», с его более развитым

уровнем технологий и услуг, в том числе бытового назначения. Это отразилось в совместном проекте ВАЗа и Фиата, призванном мотивировать советских людей «догнать и перегнать», тем самым подтверждая превосходство коммунистического режима [8].

И все же дефицит автотранспорта существовал и после 1970-х годов, хотя при Брежневем началось массовое производство «народного автомобиля» и продажа автомобилей стала расти. Вступили в строй ВАЗ и Ижевский завод, реконструировались заводы в Москве и Запорожье. Одновременно в связи с повышением уровня жизни резко возросло и число желающих стать автовладельцами. На приобретение автомобиля была большая очередь, в которую записывались лет за десять вперед. В этой ситуации подавляющее большинство авто стали продавать через производственные и прочие предприятия, которые распределяли автомобили между своими сотрудниками. Распределение это шло весьма неравномерно. Если на оборонный завод поступали десятки автомобилей в год, то в какой-нибудь второстепенный НИИ — один автомобиль в несколько лет. Многие работающие люди и пенсионеры вообще не могли легально купить новое авто [9].

Постепенный и неравномерный рост числа автомобилей в личной собственности граждан в послевоенный период (а особенно в 1970-е) усилил противоречия публичного/приватного, свойственные социализму. Зигельбаум предлагает пересмотреть эти аналитические категории, поскольку в советском контексте они не исключали друг друга, не были антагонистическими, а скорее находились в динамическом напряжении, иногда усиливая друг друга и производя симбиозы и гибридности. С самого начала советской власти и десятилетия спустя автомобили были очень малодоступными, они выдавались на службе или распределялись, иногда посредством лотереи. Частная («личная») собственность была декларирована Конституцией 1936 года, но лишь после войны государство могло выделить некоторое количество новых машин для продажи населению [10, p. 6].

В конце 1950-х годов Леонид Утесов исполнял песню «Автоболельщик» (муз. М. Табачникова, слова В. Малкова). Чтобы быть неразлучным с возлюбленной, которая живет на другом конце Москвы, герой песни покупает вначале «Москвич», но вот незадача — очень многие друзья желают прокатиться, а машина не столь вместительна. И тогда наш герой решается на следующий шаг:

*Я купил себе просторную «Победу»,  
Из конца в конец по городу я еду —  
Целый день своих знакомых развози!  
Превратился я в бесплатное такси!*

Так просто купить автомобиль, затем поменять его на другой — песня явно отражает установку Хрущева «догнать и перегнать», которая должна была подтверждаться ростом благосостояния граждан, увеличением производства товаров народного потребления, расширением их доступности. В книге приводятся данные ЦСУ СССР, согласно которым доля легковых автомобилей, проданных населению, составляла 36% в 1950-м, 59% в 1955-м и 32% в 1965-м, тогда как распределение автомобилей находилось на уровне 56% в 1950-м, снизилось до примерно 30% в 1955–1960 и вновь возросло до 44% в 1965 году.

Количество автомобилей для продажи существенно — сразу практически в восемь раз — опередило показатели распределяемых машин в 1975 году. С запуском Волжского автозавода в Тольятти был сделан крутой поворот в жизни советского автомобиля. В 1972 году, через два года после того, как первые «Жигули» сошли с конвейера ВАЗа, Советский Союз впервые в своей истории произвел легковых машин больше, чем грузовиков. Гражданам наконец-то довелось увидеть заветные тольяттинские машины и даже стать их владельцами — государственная экономика все больше приспособлялась к желаниям потребителей или, по крайней мере, признавала их легитимными [10, р. 120]. Этот поворотный момент привнес и неожиданные последствия, в частности связанные с тем, что в условиях социалистической экономики резко усилился дефицит бензина, запчастей и гаражного пространства.

Даже на начальной стадии формирования культуры автомобилизации ее было трудно контролировать — практики использования советского автомобиля и мечты, который он вдохновлял, то и дело отклонялись от предписанных норм. Попытка государства «управлять желанием», сформированным в серии компромиссов с нетрадиционной (если не сказать частной) экономической деятельностью, оказалась безуспешной. Отметим, что советский автомобиль привносил в жизнь практики и эмоции, чем-то схожие с западной культурой, для которой характерны частная собственность и личная свобода. Идеальной партией представлялся мужчина с квартирой, дачей и машиной. Автомобиль стал ассоциироваться со свободой личности — в аспектах передвижения, уединения и независимости от административных ограничений в официальном пространстве. Салоны машин служили альтернативными жизненными пространствами для мужчин, искавших приватности, места, где можно было скрыться от семейных конфликтов и рутины. Хотя пространство в машине и ограничено, но зато личное (салон можно украсить, как вздумается, бахромой и вымпелами, наклейками и игрушками) и дает автономию. С появлением личных автомобилей развивается советский автомобильный туризм, в том числе и поездки на курорт «дикарем», что предполагало ночевку в машине. А невозможность снять номер на курорте неженатым парочкам компенсировалась отдыхом в автомобиле, рутину и конфликты семейной жизни можно было перемежать мужским общением в гараже.

Действительно, ремонт и уход за машиной, как правило, предполагали социальное, а точнее, подчеркивает Зигельбаум, гомосоциальное взаимодействие. Это еще одно неожиданное последствие сделки между государством и автовладельцами — дополнительная возможность социальной и психологической ниши, развития и пополнения мужских связей. Начиная с послешкольных автомотокружков, организованных комсомолом и имевших продолжение в армии, подростки-мальчики и юноши учили основы автомеханики и получали навыки вождения, привязываясь не только к машинам, но и к своим сверстникам, развивая навыки «технической маскулинной социабельности». Дворы, аллеи, тротуары и другие ранее гендерно-нейтральные пространства подходили в основном для маскулинных видов деятельности, связанных с ремонтом автомобилей и разговорами о них. Строились гаражи и целые гаражные кооперативы. Эти небольшие помещения, обставленные старыми стульями, а иногда обогревателями и кушеткой, становились и местом празднования — где можно было выпить водки и закусить колбасой и

соленым огурчиком. Изучив автомеханику, сыновья инициировались в эти коллективности и их ритуалы, входили в мужские «тайные общества» [10, р. 247, 248].

Подпольные рынки и полуполюгальные практики ширились и разнообразились. Обслуживание автомобиля занимало значительное время, становилось главной темой обсуждений на работе и главной причиной ухода раньше времени с работы [10, р. 7]. Более того, время и внимание автолюбителя перераспределялось в ущерб другим социальным функциям и обязанностям. Автор ссылается на данные социологического опроса 1977 года, который показал, что у автовладельцев уходило в среднем 162 часа в год, или около получаса в день на уход за машинами. С ростом числа владельцев (в 1985 году их уже было почти 8 млн.) росло и время, которое они в совокупности тратили, заправляя бак горючим, меняя масляные фильтры, осуществляя мелкий ремонт и включаясь в другие задачи по обслуживанию своего «железного коня». И эти 162 часа в год в целом были проведены не с супругой и не с возлюбленной, а — если не в одиночку — то с механиком «дядей Васей», продавцами запчастей, приятелями-автоладельцами — все они, как правило, были мужчины. Те, кто жил в климатических условиях с холодной зимой, но круглогодично водил машину, должны были тратить дополнительное время. Как рассказал автору книги один информант, «я должен был прогревать машину перед тем, как заснуть, вставать в 4 утра и делать это еще раз и затем еще раз в 8, ну точно, как ребенка кормить». Такая деятельность была специфически частной в двойном смысле: быть в ответе за индивидуальные решения и в противовес коллективистской природе.

Главное противоречие из проанализированных Зигельбаумом, пожалуй, состоит в том, что автомобиль олицетворял и усугублял разрыв между тем, что советский коммунизм поощрял и тем, что предоставлял. Нуждаться в машине было знаком лояльности задачам индустриального роста; а вот желать машину для себя означало нечто совершенно иное. И поскольку советские машины, как и бензин и запчасти, были дефицитом, владение и поддержание автомобиля опутывало граждан сетями частных, полуполюгальных и идеологически неправильных практик, в борьбе с которыми государство оказалось беспомощным.

Автор метафорично пишет, что «государство при Брежневе вовлеклось в фаустовскую сделку». На публике люди делали вид, что отвергают идеологию американского консьюмеризма, а в личном, частном, измерении они пытались обойти легальные ограничения, чтобы получить автомобиль в собственность. Неуклюжие попытки государства управлять этим желанием в поздней советской экономике лишь подпитывали его: миллионы советских собственников машин развили частные бизнес-отношения, которые работали вовне и часто в прямом противоречии с формальными рычагами государственного управления. Сети специфических частных отношений были идеологически чуждыми и нередко функционировали в нарушение советских законов. Тем самым идеология, отрицавшая личную автономию и не одобрявшая материалистические ценности, внесла вклад в недостаток инфраструктуры, что заставляло автовладельцев расширить частный сектор, и в итоге государство сдалось.

Однако не только автовладельцы нуждались в сервисах, которые в советском государстве не предоставлялись. Список тех видов деятельности,

которые можно было получить только во вторичном экономическом секторе, и любезностей, которыми обменивались граждане, был бы обширный: жители квартир и дач нуждались в ремонте или запчастях для холодильников и стиральных машин, родители искали репетиторов и иные возможности поступить в вуз для детей, пациентам было нужно внимательное и качественное медобслуживание. Многие эти транзакции предшествовали массовому владению автомобилями, и в них участвовало большее количество людей. Все это разрушало государственную диктатуру над человеческими потребностями и компенсировало недостатки и неудобства, свойственные плановой экономике. Вероятно, практики автовладельцев наложились на другие многочисленные, разнообразные и всеохватные практики и тактики пользователей, и поэтому «именно машины стали катализатором народного разочарования в советском социализме» [10, p. 251].

Брак автомобиля и социализма был не просто неравным: этот союз серьезно видоизменил советский образ жизни и — среди комплекса других факторов — привел режим к распаду, трансформировав главное — повседневные практики людей. Автомобиль так и не стал движителем коммунизма, отчасти потому что представлял труднопреодолимый вызов некоторым ключевым основаниям советской идеологии и практики. Государственная официальная статистика, архивы, карикатуры, журналы для автолюбителей, художественные фильмы, устные истории — вот далеко не полный перечень источников данных, на которых Зигельбаум основывает свой вывод о том, что автомобили радикально изменили социальную и культурную сцену всей страны, посеяв семена собственнического индивидуализма в умах многих советских граждан.

Концепт автомобильности понимается в книге как «гибридное сочетание особых видов деятельности людей, машин, дорог, зданий, знаков и культур мобильности», заключенных в понятии «водитель автомобиля». Это понятие близко идеям Джона Урри, Стефена Бёма, Майка Физерстоуна, которые осмысливают дискурсы и идеологии автомобильности, включая свободу, автономию, движение и технический прогресс [см., например, 11, 12]. Идеалы движения и прогресса входили в число официально одобряемых советских ценностей, но свобода и автономия здесь оказывались под вопросом. Эту позицию Зигельбаум аргументирует тем, что хотя массовое производство автомобиля и распространение его через продажу означало отказ от идеологических целей в пользу частного владения, такие условия «автоводительской» мобильности, как скоростные трассы с качественным покрытием, мотели, ремонт и чистота дорог, доступные запчасти и топливо, а также ряд других характеристик «дорожного ландшафта», принимаемые как должное на Западе, оставались в СССР рудиментарными.

Именно недостаток этих удобств и позволил сформироваться особой национальной культуре автомобильности, которая была вдобавок ко всему плотно связана с особенностями хозяйственного уклада горожан и сельских жителей, вариативными жизненными стилями различных страт, профессиональных групп и неоднородными условиями жизни в различных республиках, с наличием или отсутствием широко распространенных практик социальных взаимодействий. Такая культура поддерживала общее презрительное отношение, например, к использованию ремней безопасности. Она предполагала



автоинспекцию, продырявливающую водительские удостоверения для отметки нарушений, а также практику неформальных платежей вместо официальных штрафов, украшение свадебных машин куклами или игрушечными медвежатами, лентами и надувными шарами, привычку убирать с припаркованных машин боковые зеркала и дворники, чтобы предотвратить их кражу, настойчивые просьбы водителей к своим пассажирам «не хлопать дверью» или «закрывать посильнее», доводку автомобилей после покупки и многие другие отличительные практики советской автомобильности. Некоторые из них, как мы знаем, пережили коллапс СССР, другие — нет, но все они породили и конституировали советскую социокультурную среду. Автомобили, рожденные в СССР, можно назвать советскими не только по тому, где и как они производились, и кто их использовал, но и по тому, как они применялись и к чему это приводило. Амбиции правительства «догнать и перегнать» создали динамику, которая была столь же соблазнительной, сколь и разрушительной для советской цивилизации, но многие практики, характерные для того времени, оказались чрезвычайно жизнестойкими и пустили всходы в автомотокультуре постсоветского капитализма.

В начале 1990-х хлынувший в Россию поток автомобилей иностранного производства ускорил преобразование культуры потребления в капиталистическую. Отметим, что иностранные автомобили были престижными и в советское время: те, что возили членов политбюро в 1930-е годы, ленд-лизские во время войны, трофейные послевоенные и более поздние, например, дипломатические. Сегодня автомобильный рынок в России стремительно развивается, причем это касается не только новых, но и подержанных автомобилей. Проходя сквозь череду владельцев, продавцов, покупателей, перекупщиков, авторынков, объявлений о продаже, советские легенды и предметы мечтаний прежних поколений автолюбителей попадают в руки граждан новой России. Советский культ автомобиля отражается резонансом в практиках новых поколений, романтизирующих реальные и воображаемые характеристики этих транспортных средств в массовых ритуалах типа автошоу, например «Автоэкзотика», и многочисленных электронных сообществах, посвященных «копейкам», «Волгам», «Москвичам» и «Победам». Льюис Зигельбаум как-то сказал, что эта его книга сильно отличается от предыдущих, поскольку адресована не только академической, но и более широкой аудитории, включая многочисленных, как он выразился, «читающих автолюбителей». Социология и социальная история автомобиля в России — это довольно новое, но очень многообещающее направление, и книга «Машины для товарищей» представляет большой интерес для самого широкого круга читающих на английском языке.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Шпаковская Л.* Старые вещи. Ценность: между государством и обществом // «Неприкосновенный запас» 2004. № 1 (33) [см. также: <<http://magazines.russ.ru/nz/2004/1>>].
2. *Латыпов Р.* Американская помощь Советской России в период «великого голода» 1921–1923 годов // *Нужда и порядок: история социальной работы в России XX века* / Под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. Саратов: ЦСПГИ, Научная книга, 2005. С. 250–280.
3. *Spode H.* Fordism, mass tourism and the Third Reich: The «Strength through Joy». Seaside resort as an index fossil // *Journal of Social History*. 2004. Vol. 38.

4. *Kotkin St.* Magnetic mountain: Stalinism as a civilization. Berkeley: University of California Press, 1995.
5. *Меерович М.* Социалистический город: формирование городских общностей и советская жилищная политика в 1930-е годы // Советская социальная политика 1920–1930-х годов: идеология и повседневность / Под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой. М.: Вариант, ЦСПГИ, 2007.
6. История продаж авто в СССР // Сто тысяч дорог позади [online]. Дата обращения к документу 04.10.2009. URL: <[http://road-crimea.narod.ru/2005/old\\_sale.htm](http://road-crimea.narod.ru/2005/old_sale.htm)>.
7. Фирменному автосервису — 30 лет: о делах и людях АвтоВАЗтехобслуживания // Волжский автостроитель. 1999. 23 сентября. № 177. С. 1–4.
8. *Nettleton N.* Driving towards communist consumerism. AvtoVAZ // Cahiers du monde russe. Repenser le Dégel. 2006. Vol. 47/1-2.
9. История продаж авто в СССР // Сто тысяч дорог позади [online]. Дата обращения к документу 04.10.2009. URL: <[http://road-crimea.narod.ru/2005/old\\_sale.htm](http://road-crimea.narod.ru/2005/old_sale.htm)>.
10. *Siegelbaum L.* Cars for comrades. The life of the Soviet automobile. Ithaca: Cornell University Press, 2008.
11. *Urry J.* Global complexity and the car-system // Automobilities / Ed. by M. Featherstone, N. Thrift, J. Urry. London: Sage, 2004.
12. *Bohm S., Jones C.* Against automobility. Malden, Oxford: Blackwell Publishing, 2006.