«Архаисты и новаторы» или «воспоминания о будущем» на пороге «года чтения»

Внимание! Посетителей этого раздела просим предварительно зарегистрироваться на форуме неофициального сайта журнала «В семь соток близ Соловьевки» (см. табл. на стр. 6969 форума).

Материалы, размещенные ниже, ни в электронной форме, ни на бумажном носителе, детям, родившимся после «мелениума» не продаются. Остальных граждан просим направлять заявки (на платное копирование указанных материалов) исключительно по адресу: god cabana, a ne @ ki. ru старшей медицинской сестре Аврелии Мак-Чикиной.

Существующие в настоящее время (в очень небольшом количестве) издания, в которых так или иначе рассматриваются вопросы, связанные с «технологическими процессами» в антикварно-букинистической торговле, однозначно определяют полноценный «технологический процесс» такого рода, как комбинацию интернет-магазина с «классическим» букинистическим магазином. Рассмотрим и мы эти две составляющие по-внимательнее.

Чем были букинистические магазины 10-20-30 лет тому назад и что они представляют собой в настоящее время? Ответ на этот вопрос кажется простым только «чайникам». Сказано грубовато? Но грубоватость эта, как нам представляется, состоит, прежде всего, в отсутствии градации этих самых «чайников». «Чайник» - метафора, родившаяся где-то между игрой в «наперстки», испитием «клинского» и «днем пограничника» (в той форме, которую он принял в последние и «предпоследние» годы) тем не менее продолжает претендовать на достаточную емкость. Букинистическая торговля «дело тонкое» по определению. Все, соприкасающиеся с ней, и даже так называемые «профессионалы», очень часто, не подозревая об этом, являются именно «чайниками», но строго расставленными на иерархической лестнице. Есть «чайники гнутые», «алюминиевые» с такими бегали за кипятком в суровые военные годы. И по возрасту-то они действительно дети военных лет. Двое из таких «алюминиевых» частенько стоят у входа в известный магазин на Новом Арбате (между двумя входными дверьми). Один невысокий, коренастый, «бывалый» и лысина его «светится как памятник надежде». Другой «длинный» полуинтеллигентный (на вид) брюнет в очках - эдакая жертва «слесаря-гениколога», проходившего по «делу врачей». Ни дать, ни взять побрившийся Карабас-Барабас с Дуремаром. Первый зычным голосом кричит всякому входяшему в магазин (особенно если у входящего в руках вместительная сумка): «Не сдаете что-нибудь». Это звучит почти как дантевское «забудь надежду…», особенно для тех, кто успел на дверке в торце магазина разглядеть объявление, гласящее, что в ближайшее время книги будут приниматься «только на комиссию», а «в твердый счет» приобретаться никак не будут. Знающий историю этого магазина, немолодой уже посетитель, старается незаметно смахнуть со щеки «набежавшую слезу», потому, что эта « сладкая парочка» - живое напоминание о том, что «коротки наши лета молодые» и «нити развеются как на кострах». Развеялось почти все, что было связано с временами когда, когда наш посетитель, в рабочее время, прибегал в «Дом книги», стоял в очереди

за дефицитным альбомом (аж в 30 рублей ценою) и прыжками молодого оленя возвращался в свой НИИ, бросая на ходу непосредственному своему руководителю: «Ну и очередь была у эндокринолога!» Все в прошлом, и только эти двое, на ветру… Наверное уже ненадолго? Вот этот лысый стоял в семидесятых на подступах к «приемной» товароведов, под крышей в прямом и переносном смыслах, и видно было по нему, что «понимает все, соображает». «Милый! Прошла твоя пора.» И мимо стриженных «под ежиков» охранников, не оглянувшись на тебя, пробегает в магазин «госпожа удача», вся в наушниках и проводках, с голым животом. «Там лимоны, апельсины, сладкое вино» и небритый мерчендайзер «ждет давным давно!».

О «первой ступени», уже «мемориальной» пожалуй все. На второй «ступени» располагаются «чайники эмалированные». Это те, что появляются не на улице, а, например, в подвале не менее известного магазина, расположенного на Тверской улице. Они, как правило, то же не молоды. Многие из них годами бегали с тяжелыми портфелями то возле памятника первопечатнику Ивану Федорову, то по Кузнецкому Мосту, то по Большой Дмитровке, носившей тогда имя «солнца русской поэзии». Торговали любыми изданиями, которые приносили прибыль - от «Эмара» до «Еремея Парнова». Находили общий язык с неподкупными «блюстителями» и «охранителями», а главное - с продавщицами как книжных магазинов-гигантов, так и уютных, пахнущих столетней пылью букинистических магазинчиков. Наиболее успешные «чайники второй ступени» позволяли себе иногда назвать по имени не только продавщицу, но и товароведа: «Роза, посмотри, что я тебе принес!» И полненькая Роза, которой тогда было уже за сорок, слегка зарумянившись, снисходительно принимала из рук передового советского предпринимателя, а последнему тогда было чуть больше тридцати, томик «Зощенко» с наклеечкой из «валютного» магазина и голосом виоланчели Растраповича выводила: «Посадят тебя Семеныч за эти наклейки и правильно сделают». Но посадят или не посадят, а сейчас он на «передовых рубежах», почти на подступах «вот что, канальство, заманчиво».

Много чего с тех пор утекло и, к сожалению, не в карманы нашего фаворита, но он на судьбу не в обиде. Товароведом работает теперь племянница Розы, и по старой, доброй традиции называет его Семенычем, но уже с упоминанием имени. «Ничего, что виски поседели, но глаза прежним светом горят…» и запах алкоголя из уст его исходит только под новый год и 8 марта. Он дождался-таки ситуации, о которой только мечтал Александр Иванович Корейко – капитализм уже на дворе, а он еще в хорошей форме. «Выбор не тот, но жизнь идет!»

«Эмалированный чайник» оказывается возле вас всегда неожиданно. Вы, не без огорчения, убедились в том, что на «суперах» единственного экземпляра «Моей библиоки» Смирнова-Сокольского, который имеется в продаже, слишком много отпечатков пальцев посетителей этой библиотеки, что на них клали плавленый сырок перед тем, как поставить ему памятник. Не горюйте, у «чайника повышенной надежности» есть свой, заветный, экземпляр. Он купил его еще в 1969 году на деньги, полученные за работу в подшефном совхозе. Этот двухтомничек опрятен, как старая дева, двадцать лет прослужившая в справочной поликлиники 4-го управления. «Такие книжечки, безусловно, украсят полочку в коттедже, который вы, при условии правильного поведения и удвоения ВВП, лет через 15 купите.

Мы же, пенсионеры, и так проживем, у нас на даче дел хватает». Сама кротость перед вами до тех пор, пока вам не придется, в силу сложившихся обстоятельств, продавать книги. А уж если придется, то в одну минуту скромный ветеран «черного рынка» помолодеет на 25 лет, примет осанку булгаковского Арчибальда Арчибальдовича, и, взвесив на руке своей упомянутый выше двухтомник, брезгливо поморщится: «И это вы мне, юноша, предлагаете за 3000 рублей? Ах вы шалунишка!».

Так, что же будем верны совету Михаила Афанасьевича «никогда не заговаривать…?», - спросите вы. Ответим так: мы не исключаем такой возможности, но, при этом, напомним вам сцену из фильма «Меморандум Квиллера», с успехом шедшего в советских кинотеатрах в конце 70-х годов прошлого века.
Шеф английской разведки дает последние наставления агенту, берущему на себя смелость внедриться в подпольную фашистскую организацию, действующую на территории ФРГ, говоря ему примерно следующее: «Представьте себе, что в густом тумане вам нужно незаметно проползти в расположение противника (с этими словами шеф берет двумя пальцами изюминку) и, выполнив поставленную задачу, вернуться к свом позициям, да так, чтобы вас не подстрелили, приняв за врага» (закончив фразу, глава разведцентра отправляет изюминку себе в рот). Вот так. Но, без риска, библиофил слабеет и душой и телом. Слово «облом» произошло от фамилии Обломов, а не наоборот.

Третий «уровень» на нашей, условно обозначенной шкале – «чайник, расписанный под Хохлому». Это, как правило, уже не почтенного возраста мужчина, а женщина «приятная во всех отношениях» бизнес-леди (или близкая к этому состоянию). Она «посвящена» в определенную «степень», т.е. «внутри тусовки», «зачислена в штат», пользуется доверием и вправе «принимать некоторые решения». Она приветлива и вежлива, но не располагает временем для длинных экскурсов по закрытым ею же на замочек книжным шкафам. Лучше будет если вы сразу, с порога магазина, заявите зачем пришли и вам либо будет представлен, «облагороженный» золоченым новодельным переплетом, порыжевший от хранения в чулане у бабушки Арины, полнейший, с точки зрения коллекционирования, хлам, либо будет принята заявка на срок мало определенный (пока кто-то с длинной клешней не свиснет). Вы нашли название имеющейся у вас книги в списках тех книг, которые магазин готов немедленно приобрести и спрашиваете сколько вам могут заплатить? Приносите и вам скажут, а будет ли цена соответствовать реалиям рынка, так ли это важно. Где вы собственно рынок-то видели? Ведь настоящие специалисты только у нас да в лондонском музее! Короче говоря, после нескольких подобных бесед, вы ощутите незримое, присутствие некоего «фильтра» для процеживания информации, предназначенной для VIP клиентов, а вовсе не для вас.

И, наконец «чайник-«Цептор» с «таймером и автоматическим ультразвуковым очищением от всего наносного». Последний в равной степени может быть представителем как женского, так и мужеского пола. Среда его обитания – исключительно редко посещаемые покупателями антикварно-букинистические магазинчики первопрестольной или северной Пальмиры. Вы сразу же поймете, что находитесь в таком элитном заведении по следующим признакам: входная дверь - в стиле ретро с колокольчиком, возвещающем о вашем прибытии; нет полок, предназначенных для свободного просмотра книг (все книги изолированы от посетителей либо прилавком, либо стеклянными дверками на замочках), что в общем не лишено здравого смысла; некоторые книги, имеющие суперобложки, обернуты в забытую уже российским обывателем папиросную бумагу. И на всей этой роскоши нет никаких табличек с выходными данными и никаких ценников; все подробности только для участников «чайной церемонии» («пиво только для членов профсоюза»). Навстречу вам выходит представитель(ница) компании, той, что «веников не вяжет», улыбается самурайской улыбочкой и вот-вот запоет, выделывая ножками опереточные каскады: «Только если пуст карман, не заглянешь в ресторан». На носу чуть приспущенные очки «в оловянной оправе», блестящий мобильник на тесемочке, а на этажерке, за прилавком другой телефон, наверное «вертушка» (прямой на «Сотбис»). «Собеседование» с таким «продавцом-консультантом» чаще всего заканчивается тем, что названные вам цены оказываются, «как не крути» совершенно

нереальными. Попробуйте только выйти из такого магазина с приобретенной вами книгой и назвать ее цену в другом менее «элитном» «очаге культуры»… Дружный смех будет вам наградой.

Так где же можно увидеть настоящего специалиста? Помните, что в фильме «Гусарская баллада» говорит французский офицер, стоящей перед ним (в мундире наваррских стрелков) гусар-девице: «На тот ступайте свет, коли хотите…!»
Неужели так мрачно? Надеемся, что нет. Мы искренне верим, что «есть еще порох в песочнице» у такой формы торговли, как «традиционный» букинистический магазин, где книги смотрят на нас не с убогих фотографий, представленных в интернете, а «в упор», как смотрели когда-то на Чаадаева, Лескова, Бахрушина.

И если мы придем в такой магазин со скромной суммой денег, но с чистыми руками, то нам дадут эти книги полистать и они негромко спросят: «Кто-ты?» «О пожелтевшие листы, шагреневые переплеты».

Букинистический интернетмагазин дело новое. Именно поэтому его организаторы могут надеяться на успех только хорошо поняв специфику букинистической торговли, а это возможно опять-таки у обычного, а не «виртуального» прилавка. После окончания Великой Отечественной войны, как нам представляется было два основных периода в российской букинистической торговле, определивших, так сказать, ее облик. Первый – «когда деревья были большими» и Райкин молодым. Заходили тогда в уютные арбатские магазинчики писатели, студенты, артисты, да академик Нестратов с приятелем в парусиновых тапочках. Какой-то интеллигент (из «бывших») сдал «Гофмана» в «цельнокожаных» переплетах; товарищ Нестратов приобрел, не глядя на качество переводов. «Сын прочтет – разберется, а мне некогда: Неходу надо вытурить, да высотки строить».

Продавец, в те времена, вид имел неброский, но дело свое знал и чаще всего любил. В этой сфере деятельности встречались еще «зубры» лично знавшие Олешу и Ахматову, Демьяна Бедного и Соллертинского. Молодые же букинисты слыли чудаками, работавшими «по старинке» и о них, как о Булате Окуджаве, всегда могли сказать: «Девушки за ним не пойдут». А раз не пойдут, так для кого же собирать чаевые? И о деньгах «засушенные» интеллигенты думали не так уж регулярно.

В начале 70-х, когда «лимитчик» Гога «над Россией простер совиные крыла», возник настоящий «водоворот» спроса на самые разнообразные издания. Внутри этого «водоворота» открылось несколько маленьких «воронок», всасывающих, прежде всего, произведения «не рекомендованных» Главлитом и другими компетентными органами авторов: писателей, поэтов, критиков, философов, с трудом находивших общий язык с советской властью; отечественных и зарубежных мистиков, эстетов с эротическим уклоном; художников-авангардистов. Подшивки «Аполлона», «Золотого руна», «Весов», «Изиды» исчезали в «черных дырах», созданных трудолюбивыми «книжными жучками», готовыми приехать к клиенту и днем, и ночью на трескучих жигулевских «тачках». Обыватель, умудрившийся поставить на свою книжную полку «Камень» Мандельштама и «Вечерний альбом» Цветаевой (в дореволюционных изданиях) рядом с «Даром» Набокова (в издании зарубежном), считался не менее «крутым», чем теперешний владелец лексуса с прицепом. Да что Набоков, за «Витражных дел мастера» А.Вознесенского готовы были заплатить не меньше, чем за два блока настоящего «Филиппа Мориса». Даже с «Балтрушайтисом» в «буках» проблем не было, а уж «Монтеня» с «Плутархом» - хоть самосвалами вези. Бум – одно слово.
Но «лихие времена» были уже не за горами. Главлит «умыл руки» и, «уходя в дальнейшее пространство», оставил сиротами всех, кто успел скупить по 3–4 экземпляра «Мастера и Маргариты». Шедевры Александра Исаевича издали раз, издали два, а потом, о ужас, «великий запрещенный» сам прибыл на Родину и и

книжные магазины затянуло под «Красное колесо». Там, где не сметают с полок «Архипелаг ГУЛАГ», «Хармсу» и «Синявскиму» делать нечего, что и подтвердила в одном из своих интервью вдова последнего, говоря о ничтожных тиражах российских изданий автора «Прогулок с Пушкиным». Книжный дефицит, во всяком случае, как явление экономическое, «приказал долго жить». От «Атлантиды» книжного рынка на поверхности остался скалистый «островок» с какими-то руинами да полустертой надписью «Чапаев и пустота»…

Прошли годы и деловые люди – «новые букинисты», не спеша, взялись за «подъем» «затонувших» материальных ценностей. Процесс этот и по сей день, носит сугубо избирательный характер. Например, «поднимать» целиком «Титаник» русских изданий 1900-1930 г.г., наполненный буржуйскими литературными экспериментами (которые батька Ангел называл «экскрементами»), сочли нецелесообразным. Куда надежнее, для продажи, просто отдельные роскошно изданные книги, да редкости русского футуризма, однозначно пользующиеся успехом на западных антикварных аукционах. Отсюда масса анекдотических ситуаций в области ценообразования; отказы принять на комиссию книги, даже весьма ценные, вышедшие уже после Октябрьской революции; фактически имитировавшийся долгое время спрос на серийные издания, вне зависимости от художественной или исторической ценности конкретных произведений, вышедших в этих сериях.

В таких условиях торговля через интернет, безусловно дает ряд преимуществ. Проще «торговать» списками в виртуальном пространстве, чем купленными заранее «в твердый счет», или принятыми на комиссию книгами. Будет спрос – «поднимем со дна», не будет – «опустим». Но «виртуальная» торговля порождает и непредсказуемого «виртуального» покупателя. В ваш Интернет-магазин приходят письма, где сведения о покупателе ограничиваются адресом его электронной почты. Вы, вроде бы, помещали на сайте перечень реквизитов, которые должен указать покупатель, а он вам шлет письмо, в котором не сообщается даже из Малаховки он или из Тобольска. В тоже время он строго вопрошает вас: «Как все это делается»? Вот и объясняйте такому покупателю, что мчаться к нему в Братск «на перекладных» вы не намерены, что пересылка по почте антикварных изданий – дело слишком рискованное, тем более наложенным платежом. Вы даете объявление о продаже частным лицом редкой книги из личной библиотеки, а вам пишут, что приобретут сразу 2-3 экземпляра этого издания и, при этом, вы должны представить покупателю накладную и счет-фактуру! Кто он этот «оптовик»? Человек-амфибия, впервые удравший от папеньки – доктора Сальватора, или начинающий работник фискальных органов, наивно полагающий, что у вас вместо головы - жесткий диск? «Сия тайна велика есть!».

Что касается «виртуальных» продавцов, заходящих в ваш «электронный» магазин, то с ними и того хуже. Прежде всего вас засыпят письмами с предложениями купить «неликвиды», т.е. то, что не приняла ни одна книготорговая фирма (никому не нужные современные издания бездарных пошляков, «старинные книги» в совершенно непотребном состоянии: с дефектами на многих страницах, испорченными иллюстрациями, без титульных листов да еще и покрытые библиотечными штампами, словно старый матрос-сифилитик – татуировками). Виртуальная «бумага» все стерпит!

В то же время у вас в руках уникальная возможность общаться с обитателями «медвежьих углов», нелюдимыми чудаками, «развязывающими» языки только при условии полной анонимности, пропойцами, всякого рода «ширяющимися» изгоями общества и, наконец, просто ворами всех мастей, «ибо человек..!».

Появление подобных перспектив, в свою очередь, приводит интернет-предпринимателей в особое состояние – ощущается интенсивный «рост крыльев за

спиной». В то же время и возможности появления «хвоста» исключать не следует. «Растут дела», - говаривала Васса Железнова, растирая себе затылок. И что было дальше… Расширяясь, торговля через Интернет требует все больших и отнюдь не «виртуальных» затрат, а клиенты (продавцы и покупатели) «крутятся», как кусок мыла в руках супруга Элочки-людоедочки. Не успеешь оглянуться и дверь из мира «условного» в реальный захлопнется. «Мерным шагом» поднимутся по лестнице «ответственные лица» и вкрадчиво скажут: «Еще ни разу не поделился, а уже намылился! Отсутствие обуви и наличие мочалки вряд ли освобождает вас от обязанности быть сознательным представителем среднего класса». Нет, положительно и в «виртуальном» пространстве «в подлинности голой» видны «деянья наши без прекрас и мы должны на очной ставке с … держать ответ!»

Так что «Тяни-толкай», состоящий из торгового зала и «интернет-приставки», наверное, в ближайшем будущем будет вне конкуренции. Нам кажется, что только подобные книготорговые предприятия смогут положить конец дикому разбросу цен. Ведь цены на отдельные издания, находящиеся приблизительно в одинаковом состоянии, сейчас разнятся в несколько раз, иногда в 10 раз, и критерии, которыми руководствуются оценщики, ими ни в коей мере не освещаются. Рынок тихо, но постоянно «лихорадит». А ведь торговля антиквариатом (и ценными книгами в частности), это не торговля «паленой» водкой на привокзальной площади. Боязнь приобрести либо подделку, либо издание, находящееся явно не в коллекционном состоянии, имеющее ряд скрытых недостатков, дорогой, но совершенно безвкусный «новодельный» переплет, постепенно уводит потенциального покупателя от самой идеи терпеливого многолетнего собирания того, чем можно удивлять сверстников и награждать потомков. Да и тот, кто любит скачку по «кочкам» среди «болотных огней», постепенно теряет энтузиазм, понимая, что «только лошадь да змея, вот и вся его семья».

Аскольд Шварцкрюгер.

Гатчина, 1 апреля две тысячи… «обмокни»