

### Блошинный рынок — барометр состояния общества и пространство ритуалов

**И. В. Нарский**

*Центр «Человек, природа, технологии» Тюменского государственного университета,  
Тюмень, Россия*

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 20-18-00342).

Статья представляет собой попытку краткого обзора социальных функций блошиного рынка, позволяющих рассматривать его как концентрированное — и потому неизбежно искаженное — отражение общества. А поскольку в социальной востребованности рынка подержанных товаров символические составляющие, квази-праздничный эмоциональный режим, сценическое оформление и особые коммуникативные правила, рождающие и поддерживающие чувство общности, играют особую роль, блошинный рынок позволительно интерпретировать как ритуальное пространство. Термин «ритуал» используется в статье в самом широком смысле слова, подразумевая стандартизированное действие со знаковой функцией и одно из важнейших средства церемониальной коммуникации. Сведения, полученные в результате включенного наблюдения и интервьюирования на блошином рынке, дополнены данными социологических исследований, туристических путеводителей, пособий для начинающих посетителей и художественной литературы из-под пера любителей и знатоков блошиных рынков. Ритуализированные коммуникативные практики возвращают завсегдаев блошиных рынков в ностальгически окрашенные, изобретенные «старые добрые времена» без капитализма, мегаполисов, социальных разломов, безличных отношений и вопиющего одиночества.

**Ключевые слова:** *блошинный рынок, всемирная история, ритуал, коммуникация, частная общественность.*

Блошинный рынок у многих вызывает законное чувство брезгливости как место нечистое. Ведь на нем циркулируют бывшие в употреблении вещи, которые зачастую принадлежали умершим людям. А сама деятельность блошиного рынка лежит в серой зоне не вполне прозрачных торговых операций. Несмотря на невысокий социальный статус рынка подержанных вещей, вызывает удивление, что блошинный рынок до сих пор не стал самостоятельным объектом изучения историков, и прежде всего поборников публичной истории, исследователей коллективной памяти, повседневности и культурных практик. Ведь рынок бывших в употреблении вещей можно рассматривать как своеобразный барометр состояния общества. Он может выступать инструментом пополнения или экономии скудного семейного бюджета и «санации» домашнего интерьера от вещей, устаревших, вышедших из моды, связанных с обременительными воспоминаниями или затрудняющими выставление унаследованной недвижимости на продажу. Он может быть местом коммуникации, ставшей затруднительной в мегаполисах в связи с сегмен-

тацией повседневной жизни и герметичным отделением друг от друга пространств жилья, работы, потребления и транспорта. Блошинный рынок является местом циркуляции предметов старины и удовлетворяет интересы профильных коллекционеров и собирателей «без разбора».

Ниже предпринимается попытка краткого обзора социальных функций блошиного рынка, позволяющих рассматривать его как концентрированное — и потому неизбежно искаженное — отражение общества. А поскольку в социальной востребованности рынка подержанных товаров символические составляющие, квази-праздничный эмоциональный режим, сценическое оформление и особые коммуникативные правила, рождающие и поддерживающие чувство общности, играют особую роль, блошинный рынок позволительно интерпретировать как ритуальное пространство. Термин «ритуал» используется в статье в самом широком смысле слова, подразумевая «стандартизированное действие со знаковой функцией» [Jamme, 1991, S. 169] и одно из важнейших средства церемониальной коммуникации.

Структура статьи соответствует постановке вопросов. В первой части рассматриваются конъюнктура возникновения, функции блошиных рынков и их публика, во второй — правила поведения, ритуалы коммуникации и сценическое оформление на блошином рынке.

Изложенные в статье наблюдения основаны на личном опыте посещения европейских и российских блошиных рынков, среди которых центральным объектом «полевого исследования» в 2014 — 2019 годах выступал один из мюнхенских рынков подержанных товаров и антиквариата. Сведения, полученные в результате включенного наблюдения и интервьюирования на блошином рынке, дополнены данными социологических исследований, туристических путеводителей, пособий для начинающих посетителей и художественной литературы из-под пера любителей и знатоков блошиных рынков.

### Конъюнктура, функции, публика

На блошином рынке можно купить все, что угодно, кроме блох — эта шутка любителей блошиных рынков кочует из одного путеводителя по знаменитым рынкам подержанных вещей в другой и имеет прямое отношения к его истории. Существует множество интерпретаций происхождения названия «блошинный рынок», но ни одно из них не является бесспорным [Bangert, 1976; Grigoleit, 2006; Schweickard, 2013; Hollweck, 2017, S. 30]. Однако два факта, содержащихся в байках о его этимологии, соответствуют реальности. Во-первых, блошинный рынок — явление относительно молодое, появившееся лишь в конце XIX века. Его возникновению способствовали рост городских низов и обострение социальных проблем. Спрос на рынке предметов первой необходимости по бросовым ценам создавало распространение бедности. Удовлетворить этот спрос помогли развитие массового промышленного производства готового платья, обуви, предметов быта и ускорение в смене моды: более частое обновление гардероба имущими группами населения вытеснило значительно больше, чем прежде, вещей на вторичный рынок для неимущих. Во-вторых, французский опыт действительно был примером для многих европейских стран, в том числе для Германии.

Несмотря на парижский пример, рынки подержанных вещей очень разнообразны. Во-первых, они различаются по принципу организации и делятся на общественные (коммунальные) и частные; открытые — под открытым небом и с бесплатным посещением — и закрытые — в крытом пространстве и с платным входом. Они различа-

ются также по ассортименту выставленной на продажу продукции. Классические еженедельные, ежемесячные, сезонные и ежегодные, ночные и дневные блошиные рынки в различном соотношении совмещают продажу подержанной одежды и обуви, пользованной домашней утвари, мебели, старых книг и антиквариата. Наряду с ними существуют тематические вторичные рынки — детские, спортивные, букинистические, антикварные, нумизматические, филателистские и т. д. Только на букинистических и антикварных рынках запрещено торговать новыми товарами — дешевой и низкокачественной продукцией преимущественно китайского производства [Winter, 1996, S. 5—15].

Различия в составе антиквариата зависят, конечно, и от исторического контекста той или иной страны, того или иного региона. На французских, итальянских, бельгийских, швейцарских блошиных и антикварных рынках встречается наиболее богатая палитра предметов старины — богатая как по широте ассортимента, так и по ценности встречаемых товаров. Лондонские рынки предлагают уникальный выбор предметов быта викторианской Англии; берлинские — кайзеровской и нацистской Германии [Bangert, 1976, S. 9].

Из исторического прошлого вытекает и длительность существования блошиных рынков. Современные блошиные рынки в европейских странах, прежде всего во Франции и Великобритании, история которых в XX веке, по мнению их граждан и властей, не была омрачена собственными преступлениями, ведут свою историю с позднего XIX века. В Германии и Австрии они появились в конце 1960-х — начале 1970-х годы [Schulze, 2017, S. 260]. В 1970-е — 1980-е годы блошиные рынки бурно развивались и приобрели невероятную популярность.

\* \* \*

«Блошинный рынок — это понятие, за которым скрывается целый маленький мир, завораживающий микрокосм с ни с чем не сравнимой уникальной атмосферой и совершенно особенным шармом: искусство, кич, старье, странные штуки — старое и новое, испорченное и целое, ценное и ничего не стоящее, большое и малое — просто все, что есть на свете, встречается здесь, причем без договоренности. Как на “свидании вслепую”, во время прогулки по блошиному рынку никогда не знаешь, что тебя ожидает, какую находку встретишь вдруг, какое давно вожделенное сокровище принесешь домой. Потому что каждый блошинный рынок уникален — причем каждый раз» [Grigoleit, 2006, S. 6]. Приведенное описание блошиного рынка содержится в путеводителе по

сотне самых известных блошиных рынков Европы начала XXI века, среди которых встречается немало немецких. Однако в Германии блошинные рынки, в отличие от Франции, Англии или Голландии — явление относительно молодое. Они возникли в ФРГ лишь в конце 1960-х годов, когда воедино сошлось много благоприятных факторов. Западногерманские социологи, заинтересовавшиеся этим феноменом еще в 1970—1980-е годы, называют следующие причины неожиданного расцвета блошиных рынков в ФРГ. Сама идея была импортирована из других европейских стран благодаря развитию западногерманского туризма. Но чтобы пересадить идею на чужую почву, понадобилась внутренняя конъюнктура. Ее обеспечили подвижки потребительского сознания западных немцев из-за перенасыщения рынка товарами в 1950—1960-е годы, в эпоху западногерманского «экономического чуда», а также благодаря последовавшему за ним замедлению хозяйственного роста, сменившегося экономическими кризисами. Они, в свою очередь, положили конец всеобщей эйфории по поводу неудержимого прогресса. Свое дело сделало и студенческое движение 1968 года, восставшее, помимо прочего, против потребительской гонки старшего поколения. Рост двух групп населения — студентов и рабочих мигрантов, не готовых удовлетворять потребность в одежде и предметах быта на первичном рынке в связи со стесненностью средств существования тоже внес вклад в популяризацию подержанных дешевых товаров, накопившихся в домашних хозяйствах более состоятельной публики в годы экономического бума. Избыточные, они пылились в подвалах и на чердаках, и от них хотелось избавиться. Быстрый рост городов, автономизация сфер жилья, работы, потребления и транспорта сопровождалась сокращением коммуникационных возможностей из-за распространения индивидуального транспорта, огромных жилых, торговых и офисных центров. Дефицит общения заставил искать альтернативные формы организации досуга и коммуникации, что совпало со встречным желанием городских властей сделать центры городов более привлекательными. Организация пешеходных зон, городских праздников и блошиных рынков — разные ипостаси одного и того же явления.

В условиях нарастающей стандартизации образа жизни ностальгическая волна, тоска по утраченному, стремление к индивидуальному, любовь к произведенному вручную, рост экологического сознания — все это дополнило прежнее, сугубо рациональное потребительское поведение и пошло на пользу развитию в Западной Германии

блошиных и антикварных рынков [Porath, 1984, S. 183 — 185].

Специфическим для развития блошиного рынка в ФРГ было отношение к недавнему прошлому, отягощенному преступлениями нацистского режима. В первые десятилетия после войны, на волне стремительного роста материального благосостояния, среди населения преобладало желание избавиться от старомодных предметов быта, переживших нацистскую эпоху и Вторую мировую войну. Однако уже в 1960-е — 1970-е гг. стали набирать обороты тенденция бережного отношения к материальному миру былых эпох. В то время как одни по инерции освобождали подвалы и чердаки от ненужных вещей и выносили их на улицу в урочный день (дважды в год) для утилизации «крупного мусора», новоиспеченные собиратели и любители старины уже поджидали их на улице, чтобы спасти от уничтожения предметы интерьера XIX — первой половины XX века [Bangert, 1976, S. 7—8].

Результаты бума популярности блошиных рынков впечатляют. В начале XXI века в Германии насчитывалось уже от 10 до 12 млн. их любителей и завсегдатаев [Münz, 2004, S. 73]. Причины взрывоподобного развития блошиных рынков приоткрывают их социальные функции и мотивы их посещения.

\* \* \*

Поскольку блошинный рынок в первую очередь является местом купли-продажи, представляется, что он, прежде всего, выполняет экономические функции. А так как объектом торга на нем являются подержанные вещи за низкую плату, кажется, что он является рынком для материально наиболее слабых групп населения, позволяя им свести концы с концами. Это стереотипное представление, действительно удерживающее многих от посещения толкучек из чувства неловкости, справедливо лишь отчасти. Да, здесь представлена и бедность, и благотворительность для бедных. Многие профессиональные старьевщики являются мигрантами, не имеющими иной работы. Но и местные торговцы зачастую люди небогатые. Наблюдение Бинни Киршбаум об американских «работниках» блошиного рынка вполне применимо и к их немецким коллегам: «Торговцы чаще всего маленькие люди, которые не могут позволить себе настоящей лавки. Сам размер аренды уже останавливает, не говоря о других связанных с этим расходах. Прилавок на блошином рынке стоит немного, и не нужно выплачивать ежемесячную аренду, если продаешь всего один-два дня. Таким способом могут немного подзаработать и другие

люди в тяжелых обстоятельствах» [Kirshenbaum, 2003, S. 43]. То же касается и многих покупателей блошиного. Но не только возможность совершать выгодные покупки, не подвергая риску скудный домашний бюджет, но и желание помочь какой-нибудь нуждающейся старушке может быть стимулом для посещения блошиного рынка и приобретения какой-нибудь мелочи.

Строго говоря, блошинный рынок в значительной степени — историческое порождение миграции и бедности. Знакомый каждому резон расставаться с ненужными вещами во время смены места жительства уходит своими корнями в массовую практику миграции XIX—XX веков. Отправляясь в дальние страны, невозможно было взять с собой весь домашний скарб. Жизнь на новом месте начинали налегке, распродав имущество соседям, прежде чем покинуть родные места в поисках лучшей доли [Kirshenbaum, 2003, S. 44].

Но функции рынка бывших в употреблении вещей гораздо разнообразней товарообмена между малоимущими продавцами и покупателями: «для посетителей, а также большей части торговцев коммерческие мотивы являются лишь частным аспектом привлекательности... блошиных рынков. Они, кажется, отличаются особой, неповторимой атмосферой, которая воспринимается посетителями как противоположность миру принудительных требований трезвой повседневности и в которой важную роль играет определенный горизонт представлений. Его можно описать, помимо прочего, такими понятиями, как спонтанность и чувство общности» [Jüngst, 1984, S. 97]. На первом плане посещения блошиного рынка в большей мере находятся относящиеся к досугу и празднику ожидания и типы поведения. Блошинный рынок создает — и представляет собой — «частную общественность» [Winter, 1996], антипод будничной рутине, место альтернативной коммуникации, свободного времяпрепровождения и «сценического действия» [Jüngst, 1984, S. 114]. Блошинный рынок во второй половине XX века — место бегства от одиночества, порожденного все более анонимной жизнью в мегаполисах [Porath, 1984, S. 183—185].

Уже сам торг как органичная часть института толкучки представляет собой ритуализированную форму альтернативной коммуникации, невозможной в обычном магазине: «Акт “торга” придает здесь покупке развлекательно-игровые компоненты и тем самым приближает его к организации свободного времяпрепровождения. К тому же с помощью “торга” потенциальный покупатель получает возможность вырваться из привычек, более или менее усвоенных в обычном торговом

поведении, и сформулировать собственную оценку товаров» [Jüngst, 1984, S. 108].

Досуговая функция рынка подержанных вещей не ограничивается мотивом коммуникации. Спонтанность, стихийность, непредсказуемость блошиного рынка превращает его для многих, в том числе для автора этих строк, в источник сильных эмоций. Эту функцию блошиного рынка особо подчеркивают туристические путеводители: «Торговцы и продавцы антиквариата сменяют друг друга, постоянно меняется ассортимент товаров, — да и состав посетителей никогда не повторяется. Здесь встречается все — от сенсационной находки до мусора. Этот эффект неожиданности превращает каждое посещение блошиного рынка в маленькое приключение...» [Grigoleit, 2006, S. 6]. Наличие путеводителей по блошиным рынкам свидетельствует и о туристическом аспекте среди его функций. Как сказано в одном из них, «тот, кто хочет привезти домой нечто большее, чем обычный сувенир из отпуска, может раздобыть на одном из многочисленных блошиных рынков “трофей” или нечто типичное для страны отдыха. Во время любой экскурсии по чужому городу визит на блошинный рынок может стать желанным развлечением» [Die schönsten Antik- und Flohmärkte Europas..., 2000, S. 5].

Досуг на блошином рынке может быть более или менее организованным. Наиболее структурированное и дисциплинированное времяпрепровождение характерно для профильных собирателей. Многочасовая прогулка на свежем воздухе по блошиному рынку для страстных его поклонников является, кроме того, моментом совмещения приятного с полезным, любимого развлечения с физическими нагрузками.

Упомянув о хобби на блошином рынке, мы неизбежно выходим на несколько тенденций, характерных для современного общества и удовлетворяемых, помимо прочих институций, рынком подержанных предметов. Первая из них — ностальгическая волна, прокатившаяся по послевоенной Европе. Ее пионерами в 1950-е годы стали американские военные и туристы, ставшие первыми страстными искателями предметов старины на европейских блошиных рынках [Bangert, 1976, S. 8, 11]. В 1960—1970-е ностальгическая волна захватила и европейцев, которые искали примирения с травматичным прошлым. По определению безвременно ушедшей из жизни американской литературоведки, историка, художницы, драматурга и писательницы Светланы Бойм, ностальгия — «это тоска по дому, которого больше нет, или, может быть, никогда не было. Это — утопия, обращенная не в будущее, а в прошлое, а также проекция

времени на пространство. Ностальгия — это попытка преодолеть необратимость истории и превратить историческое время в мифологическое пространство. Однако сама потребность в ностальгии исторична. В определенные переходные периоды истории она может быть защитной реакцией, поиском в прошлом той стабильности, которой нет в настоящем. В такие моменты прошлое начинает обладать большей харизмой, чем будущее, и иногда оказывается более непредсказуемым. С другой стороны, ностальгия в сочетании с рефлексией помогает расширить горизонт ожидаемого, вспомнить о другом времени, о потенциалах, не реализованных в настоящем и попробовать подойти к истории нетелеологично» [Бойм, 1999].

Блошиный рынок помогает утолять ностальгию, поскольку позволяет выбрать индивидуальный, наиболее «уютный» взгляд на прошлое. Блошиный рынок предоставляет широкие возможности сконструировать «светлое прошлое», превратить время в место, утраченное былое — в найденные и наделенные особыми смыслами предметы.

Другая важная тенденция, создавшая рынку старых вещей особую конъюнктуру и обогатившая его функции — это рост экологического сознания современного человека. Этот тренд позволил взглянуть на блошиный рынок как на место многократной циркуляции плодов человеческих рук и, следовательно, как на институт защиты окружающей среды от чрезмерной эксплуатации и излишнего загрязнения. «Покупки на блошином рынке — это превосходная утилизация отходов, — считает Б. Киршенбаум, — поэтому они не отягощены чувством вины. Покупать на блошином рынке значит оказывать услугу обществу — такую же “зеленую”, как весенние листья. Как покупатель, так и продавцы твердо убеждены, что ничто, совершенно ничто не устарело настолько, что должно закончить свой путь на свалке. Все можно вновь включить в круговорот человеческой жизни, все можно возродить и вновь использовать. Мусор для одного — сокровище для другого. Слишком жалко выбрасывать! — вот кредо фанатов блошиного рынка» [Kirshenbaum, 2003, S. 34].

Третья тенденция, во многом удовлетворяемая блошиным рынком — желание выглядеть не как все, одеваться и создавать неповторимые домашние интерьеры по собственному вкусу и вопреки капризам моды. По убеждению Себастиана Мюнца, «мы выискиваем на блошином рынке вещи, которые нам подходят. В оптимальном случае таким путем можно в течение десятилетий создать для тела и дома оболочку, которая сидит как влитая. Ввиду дешевого, как правило, приобретения можно по собственной прихоти играть со

стилями, а затем от них отказаться и выбросить или лучше продать с восторгом приобретенные когда-то сокровища» [Münz, 2008, S. 16].

Модельеры и дизайнеры в 1990-е годы подхватили эту тенденцию, создав модное направление *shabby chic* (потертый шик). Судя по популярности дырявых джинсов и линялых тканей в молодежной моде, это поветрие успешно пережило десятилетия и остается удивительно стойким.

Завершая повествование о функциях блошиного рынка, следует еще раз подчеркнуть, что запросы, удовлетворяемые рынком товаров, бывших в употреблении, имеет исторические корни и политический подтекст. Семантически аргументы в пользу блошиного рынка — спонтанность, охрана природы, забота о традиции, возвращение к прошлому и «подлинному» — происходят из консервативной критики «бездушного» капитализма XIX столетия. Этот вокабуляр был дополнен постмодернистским скепсисом относительно достоинств линейного прогресса, востребован на новой консервативной волне 1970-х годов и использован для продвижения блошиного рынка в ФРГ. Культурно-политические основы идеологии в защиту блошиного рынка социологи идентифицировали тогда же: «Этот “семантический комплект” наверняка оказался связанным с “блошиным рынком” в относительно недавнее время, вероятно, относительно независимо от реального опыта блошиного рынка. Но сам по себе этот “комплект” значительно старше. Он кажется мобильным образованием, которое можно связать с чем угодно — при условии, что избранный для этого объект достаточно контрастирует с опостылевшими “мегаструктурами оптимистической модерности” и достаточно подходит для проекции актуальных потребностей одновременно в до- и постмодерных структурах» [Potath, 1984, S. 130].

\* \* \*

«Первая половина дня за прилавком дает возможность наблюдать за тысячами людей, проходящих мимо. На блошином рынке обычно бывает ощутимо больше чудаков и странных типов, чем встретишь на улице.

Это естественно — ведь кто-то должен носить все эти хипповые тряпки, башмаки ретро и ткани батик, что продаются на блошином рынке. У здешней публики можно подсмотреть интересные идеи для индивидуального, альтернативного стиля. Словно ковер, мимо тебя проплывают в неторопливом темпе блошиного рынка татуировки, пирсинг, пестрые волосы и тряпки. Время от времени, если повезет, от этого живого произведения искусства отделяется некто и всплывает

в качестве потенциального покупателя у нашего прилавка. Танец вкусов, стилей, знаний и тайных знаков, денег, спроса и предложения начинается.

Старый мерседес Петера, может быть, опять сможет бегать благодаря бывшему в употреблении приводному ремню. Коммуналку Лизы украсит дуговая лампа, а фрау Крумбигель действительно раздобудет редкую терку для своего послевоенного кухонного комбайна.

Блошинный рынок — самое живое отражение нашего общества, его потребностей, запросов, тенденций и не в последнюю очередь, его причуд и пограничных областей. Порой хоть деньги бери за этот паноптикум, отливающий всеми красками» [Münz, 2008, S. 78].

Яркое описание публики в пособии Себастиана Мюнца для начинающих торговцев и покупателей блошиного рынка отчасти уже дает объяснение, почему туда тянет далеко не всех. Расхожий стереотип о рынке старых вещей как странного места сборища чудаков и маргиналов отпугивает многих. Представление о том, что на толкучке можно удовлетворить только экзотические запросы владельца разваливающегося автомобиля или древней кухонной техники, справедливо лишь отчасти. Его лицо действительно в значительной степени определяют те, кто не желает расставаться со старыми, ставшими родными вещами и готов их латать и подновлять вновь и вновь. Но не только они.

Его посещают те, кто из-за денежной нужды вынужден пользоваться предельно дешевыми предметами быта и обихода с поправкой на их возраст и поношенность — студенты, пенсионеры, мигранты. Последняя категория, преимущественно африканского происхождения, стала очень заметна с 2015 года, когда Германия открыла двери для массовой миграции из зоны военных действий в Северной Африке. К услугам блошиного рынка прибегают и по ситуативной надобности, когда во временном жилье, снятом в связи с краткосрочной сменой места работы и жительства, отсутствует посуда или кухонная утварь, с которой, покидая это место, не жаль расстаться.

Эти же категории посетителей блошиного рынка и по тем же мотивам составляют часть «частных», непрофессиональных торговцев, нуждающихся в пополнении тощего кошелька или желающих избавиться при переезде с квартиры на квартиру от обузы домашнего скарба, возможно, уже сменившего нескольких владельцев и даже приобретенного на этой же барахолке.

Блошинный рынок может быть местом работы. Например, для старьевщиков, часто из пожилых турок, которые сбывают здесь потрепанную одеж-

ду, стоптанную обувь, ржавые скобяные изделия и инструменты, казалось бы, действительно годные только для свалки. Однако именно у них радостно выуживают редко встречающиеся запчасти к своей вышедшей из моды технике и мебели чудаковатые субъекты.

Сюда приезжают также специалисты по «ликвидации домашних хозяйств», чтобы с машины быстро сбить бытовые вещи из дома или квартиры, обитатели которых умерли, а их наследники спешно освобождаются от «старья», чтобы выставить жилье в аренду или на продажу. Среди картонных ящиков, выставленных на землю перед фургоном «ликвидаторов», снует, как на муравьиной куче, самая пестрая толпа, какую только можно себе представить. Молодые африканские женщины соседствуют здесь с седыми европейскими мужчинами и китайскими торговцами, приезжающими в Германию по поручению богатых клиентов из Поднебесной. Здесь можно дешевле всего купить старые тряпки, посуду, кухонную утварь, но можно наткнуться, если повезет, и на настоящую находку, в суете пропущенную «ликвидатором» и не отсортированную для более дорогой продажи в антикварный магазин. Кто знает, может быть в одной из таких картонок лежит коробка со старинным столовым серебром или ваза одного из мастеров французского ар нуво или немецкого югендстиля?<sup>1</sup> Или завернутая в старую газету шкатулка с драгоценными украшениями? Неудивительно, что эта барахолка влечет к себе и бедную пенсионерку, и солидного коллекционера.

Не только едва выживающие, но и более удачливые торговцы с толстыми кошельками работают здесь. Профессиональные антиквары совершают тут покупки по умеренной цене, как правило, предметов коллекционирования и старины для последующей перепродажи. Здесь удовлетворяют свою страсть коллекционеры, которые, не скупясь, приобретают экспонаты для профильной коллекции и в фонд обмена с другими собирателями.

Блошинный рынок становится местом приключения и возбудителем охотничьего азарта. Здесь придирчиво проверяют стойки с одеждой мировых брендов, когда-то заполнявшей гардеробы богатых мюнхенцев, те, кто сопротивляется моде и ищет или нашел свой оригинальный стиль. На барахолке встречаются представители уважаемых слоев общества, сохранивших привычку покупать подержанные, но качественные вещи «допластикового» периода из нищей студенческой юности [Münz, 2008, S. 12].

<sup>1</sup> Экспериментальный художественный стиль, имевший бешеный успех с 1890-х годов до Первой мировой войны.

Все эти категории посетителей блошиных рынков — ранние пташки. Значительно позже, ближе к полудню, рыночная публика пополняется теми, кто пришел сюда ради общения и отдыха. Ведь благодаря особой праздничной атмосфере блошинный рынок играет роль места проведения досуга и альтернативной коммуникации. Здесь люди легко вступают в общение, сразу переходят на «ты», обращаются по имени, свободно торгуются, рискованно шутят. Но эти отношения не распространяются за границы рынка. Здесь спасаются от одиночества старики.

Днем публика становится более пестрой. В толпе продавцов и покупателей рядом оказываются студенты и профессора; коллекционеры с туго набитыми кошельками и пенсионеры, собирающие мизерную сумму для похода за продуктами в дешевый сетевой магазин; молодые люди, откладывающие деньги на очередной отпуск, и пожилые антиквары и торговцы, закрывающие дела и распродающие складские остатки. Среди «нормально» одетых посетителей все чаще мелькают типы, которым невольно хочется обернуться вслед. Гуляя по мюнхенскому блошиному рынку или сидя за прилавком продавца, можно наблюдать и 70-летних хиппи, и седых рокеров, и семейные пары в трахах — баварских национальных костюмах, и трансвеститов, и даже трансвеститов в трахах.

Летом, особенно перед отпуском и после возвращения из него, публика на блошином рынке плотнее и пестрее. Зимой и во время летнего отпуска она заметно редет или, в непогоду, совсем исчезает. На ее состав на одном и том же блошином рынке, при прочих равных условиях, влияет открытие или, напротив, закрытие других популярных рынков, барахолок, антикварных и коллекционных бирж в городе и округе.

Из сказанного становится очевидным, что люди приходят сюда с совершенно разными намерениями. И, конечно же, приведенное выше перечисление основных категорий посетителей блошиного рынка весьма условно. Чаще действует ансамбль нескольких мотивов, которые приводят туда человека.

Но из бесед со многими торговцами и постоянными клиентами блошиного рынка у меня сложилось устойчивое ощущение, что приход на него как на место работы, страсти, хобби и отдыха зачастую был связан с резким переломом в биографии. Это могли быть острые финансовые проблемы, или потеря работы, или проблемы со здоровьем, заставившие расстаться с привычным образом жизни, или эмиграция (в том числе из бывшего СССР), забросившая в чужую страну.

Включение в жизнь блошиного рынка было, как правило, обрывом прежней жизни и началом сызнова. При этом блошинный рынок мог и до этого момента быть местом знакомым, куда человек ходил еще ребенком с отцом-антикваром или коллекционером. А мог и стать делом жизни в связи со счастливым случаем, который привел туда человека в зрелом возрасте впервые и совершенно неожиданно.

Как бы то ни было, блошинный рынок — место особенное. Нигде не встретишь столь неструктурированную толпу, такое общество без социальных границ, такую анонимную массу. Вместе с тем, нигде не вступишь в контакт с людьми так легко, нигде не узнаешь об обществе так много, если запасешься терпением, сосредоточишь внимание и будешь следовать определенным правилам. О них и пойдет речь во второй части статьи.

### **Правила поведения, ритуалы коммуникации, сценическое оформление**

«Путешествие по блошиному рынку — это точно такое же романтическое приключение, как плавание к острову сокровищ (но, к счастью, не такое опасное)» [Kirshenbaum, 2003, S. 49]. С мнением завсегда а американских и европейских блошиных рынков Бинни Киршенбаум можно согласиться лишь отчасти. Риски, поджидающие и завсегда, и случайного посетителя блошиного рынка, весьма серьезны. Это место — серая зона, где балансирование на грани закона подобно чудесам цирковой акробатики. Поэтому соблюдение

Путеводители по блошиному рынку советуют неопытных посетителей держать ухо востро и подсказывают, как обнаружить обманщиков: «Проуженные торговцы имеют определенные навыки в области ложной информации о возрасте. Это может звучать примерно так: “Точного возраста я не могу Вам назвать, но такие ключи изготавливали еще сто лет назад”. Или: “Письменно я не могу подтвердить Вам год изготовления. Эксперт, который проверял эту вещь, уверен, что она сделана между 1900 и 1910 годом”. Или: “Из таких стаканов пили еще наши прабабушки. С посудой меня не проведешь”. Лучше оставь такую зыбкую почву. Ложная датировка только вызывает досаду» [Tips & Trends..., 1991, S. 80].

Большинство продавцов, за исключением профильных антикваров, которые там встречаются нечасто, не в состоянии дать точную информацию о своих товарах, которые, как правило, пару часов или пару дней назад были приобретены на аукционе, на другом или этом же рынке или у частного клиента. Поэтому их истории зачастую вымыш-

лены. Правда, это создает преимущества для знающего покупателя, который может перехитрить торговца, пытающегося провести клиента. Исход торга и решение вопроса «кто кого» никогда заранее не предрешен.

Здесь господствует особая атмосфера, в которой присутствуют нотки напряженности и азарта, как на охоте или на поле боя: «Пехота многоголова, прожорлива и довольно бесцеремонна. Она питается запасами товаров простаков и мародерствует в ранний час на любом относительно крупном блошином рынке. Слуги и поденщики всевозможных господ со всех стран света ждут возможности быстро умножить свою наличность. Вы уже догадываетесь: здесь нужно уметь постоять за себя» [Münz:2008, S. 66].

Чтобы не потеряться и не проиграть на этом «поле боя», посетителю нужно соблюдать определенные правила. Например, не докучать торговцу в ранний час, когда тот раскладывает товары. Не демонстрировать особый интерес к тому или иному предмету и желание приобрести его любой ценой. Уметь торговаться, зная, что торговец, как правило, назначает цену, которую готов снизить на 20 — 30%. Знать, что купленный товар примут обратно только в том случае, если вы можете доказать, что вас обманули (например, заручиться заверением продавца, что проданные часы исправны; если тот колеблется или уклоняется от точного ответа — не рискуйте). Дурным тоном считается предлагать в ответ продавцу цену, в разы ниже названной им. Нельзя перебивать цену на товар, являющийся в настоящий момент предметом торга с другим покупателем. Не рекомендуется предлагать свою цену, не спросив торговца о сумме, которую он хотел бы получить. Не рискуйте обвинять посетителя в краже, если вы не уверены, что исчезнувший кошелек или пропавшая вещь действительно лежит у него в кармане.

На блошином рынке случаются конфликты. Сколь бы ни был настороже торговец в охране своего прилавка, он не в силах уследить за посетителями, особенно в ранний час, когда торговые столы со всех сторон осаждаются, преимущественно, настойчивыми профессионалами-перекупщиками и коллекционерами. Иногда здесь ловят за руку вора, и тогда вмешивается вызванный наряд полиции. Порой виновником конфликта выступает продавец, обвиненный покупателем в обмане. В таком случае организаторы рынка могут запретить нечестному торговцу появляться здесь впредь. Но чаще всего и продавцу, и покупателю стоит рассчитывать на собственные силы, вплоть до физического столкновения с вором или обманщиком.

Случаются конфликты и между самими торговцами. Поводов для этого рынок предоставляет сколько угодно. Во взрывоопасной, накаленной конкуренцией и риском атмосфере торговли на грани закона ссору может вызвать неосторожно оброненное слово, пущенный за спиной слух, уплывший из-под носа товар. В таком случае, торговцы могут прекратить всякое общение и избегать друг друга, оставаясь работать на одном и том же рынке. Столкновения между продавцами и покупателями случаются и по поводу безрезультатного торга, в ходе которого одна сторона, по мнению другой, нарушила общепринятое поведение.

Завершить повествование о правилах толкучки я хотел бы «Кодексом блошиного рынка», которым автор одного из путеводителей снабдил руководство по их посещению (см. таблицу).

Симптоматично, что в этом наставлении не указана распространенная практика нарушения закона. Оно и понятно: экскурсия на блошинный рынок должна выглядеть как абсолютно безопасное развлечение.

\* \* \*

Однако формальные правила — писанные и чаще неписанные — поведения на блошином рынке не исчерпывают основания, регулирующие его жизнедеятельность. Наряду с ними ее структурируют ритуалы коммуникации, которая обеспечивает ощущение общности и потому составляет для большинства посетителей блошиных рынков один из важнейших мотивов прихода на блошинный рынок, чем

На заре бума блошиных рынков в ФРГ, во второй половине 1970-х годов, в Марбурге и Касселе были проведены пилотные исследования местных рынков подержанных товаров. Несколько лет спустя автор одного из них, Петер Юнгст, опубликовал сравнительный анализ тех исследовательских результатов. Исследование вышло в свет в серии «Кассельские труды по географии и планированию» [Jüngst, 1984], посвященной «пространственным условиям и реализации общественного развития» [Jüngst, 1984, S. 3]. Серию издавала группа социальных географов и проектировщиков городских пространств в рамках коллективного исследовательского проекта «Формы коммуникации и городские пространства» Кассельской всеобщей высшей школы. Название специального выпуска «“Альтернативные” формы коммуникации — их возможности и границы. Кейсы: альтернативные газеты, блошинные рынки и граффити» говорит само за себя. Из восьми статей блошиным рынкам как месту коммуникации было посвящено пять.

## Кодекс блошиного рынка [Die schönsten Antik- und Flohmärkte...:2000, S. 7]

### Золотые правила для посетителей блошиного рынка...

Чем раньше вы на месте, тем больше и богаче ассортимент

Чем позже вы придёте на место, тем выгоднее могут быть сделки, так как торговцу лучше избавиться от товара по бросовой цене, чем тащить его домой

До покупки не повредит сравнить цены. Порой цены на разных прилавках ощутимо различаются

Никогда не платить сразу запрошенную цену, а предлагать примерно половину. Чаще всего вы встретитесь с торговцем где-то на середине пожеланий обеих сторон.

Цель коллективного проекта, издательской серии и специального выпуска была сформулирована издателем, в роли которого также выступил П. Юнгст, следующим образом: «исследовать городскую жизнь с подходами, которые позволят противодействовать прогрессирующей поляризации таких сфер общественной жизни как публичность и приватность. <...> обе сферы подвержены процессу денатурализации с обоюдными влияниями, вследствие чего и общественная, и приватная сферы испытывают болезненные сбои. Так, межличностные отношения между жителями крупных городов становятся все более безличными, поверхностными и сегментированными. В ответ на это данное и другие исследования должны изучить вопрос, в какой степени “квази-реакции” на процесс денатурализации могут содержать потенциал для развития форм публичности и коммуникации, способных противостоять поступательному процессу сегментации нашего социального бытия, содействуя, как правило, интерактивному учебному процессу и новым социальным формам сознания» [Jüngst, 1984, S. 3].

Сравнительный анализ мотивов, приведших горожан на блошиные рынки в Марбурге и Касселе в 1970-е годы, наглядно продемонстрировал ведущую роль досуга и коммуникации в структуре интересов посетителей. Это ясно проявилось в их опросе не только на общественном блошином рынке в Марбурге, под открытым небом и с бесплатным входом (61 % респондентов против лишь 27 % визитеров за покупками). Даже на кассельский частный блошиный рынок в закрытом помещении и со мздой за посещение 41 % опрошенных посетителей готовы были оплатить вход

### ...и для торговцев

Никогда не маркируйте цену, чтобы ценообразование оставалось гибким

Всегда требуйте двойную цену. Если покупатель умен, он будет торговаться, если глуп — тем лучше для продавца

Назначайте цену по клиенту. Часто вы сможете определить по внешнему виду покупателя, какова его покупательная способность. Исходя из личного впечатления, вы можете сориентироваться в цене

Если покупателю ваша цена представляется чрезмерно завышенной, и он намеревается уйти, вы можете вернуть его вопросом: «А сколько бы Вы заплатили?» Часто сделку можно реализовать таким способом.

Вы можете использовать способности зазывалы и другие таланты, чтобы подманить клиентов к прилавку.

Разумеется, на блошином рынке действует общее правило, что ругать конкурентов неблагоприятно

ради возможности общения (против 34% ориентированных на приобретение товаров) [Jüngst, 1984, S. 102 — 103].

Подводя итоги исследования, Юнгст констатировал: «В случае Марбургского блошиного рынка еще ранее было установлено..., что многие его посетители используют его, помимо прочего, как место нецеленаправленной коммуникации лицом к лицу. В этом контексте блошиному рынку было приписано большое значение в рамках тех проектировочных мероприятий, которые проводились, преимущественно с 1970-х годов, с целью реурбанизации, или оживления городской жизни в центрах наших городов. Согласно результатам марбургского исследования, блошиный рынок в высокой степени подходит на роль катализатора городской активности, предоставляя подходящую рамку для удовлетворения латентной потребности в коммуникации» [Jüngst, 1984, S. 105]. Автор экстраполировал опыт Марбурга на рынок подержанных товаров в ФРГ в целом и подчеркнул обнадеживающие перспективы блошиных рынков как «коммуникационного поля» [Jüngst, 1984, S. 105].

Таким образом, бум блошиных рынков в Западной Германии оказался, помимо прочего, оборотной стороной одиночества в процветающем обществе. В ФРГ тех лет до половины взрослого населения никогда не вступало в брак, в стране собирали и покупали автомобилей больше, чем производили на свет детей. Не исключено, что высокая средняя продолжительность жизни, могла бы быть еще выше, если бы во время сердечного приступа или инсульта одиноким людям было кому вызвать скорую помощь.

Действительно, многие пожилые люди приходят на блошиный рынок рано утром и проводят на нем весь день, ничего не приобретая. Они ходят по рядам, приветствуют знакомых, вступают в разговоры о погоде или политике в кафе или у киоска на территории блошиного рынка.

Общение на блошином рынке — особенное. Оно работает на поддержание ожидаемой здесь атмосферы праздника, беззаботности, спонтанности и сердечности, недостающей в повседневной жизни. Уже сам торг, как отмечалось выше, является формой альтернативной коммуникации. В нем, как правило, потенциальный покупатель и торговец переходят на «ты», ведут себя как старые знакомые, допускают панибратство, отпускают не очень изящные шутки. Наставления для начинающих торговцев советуют, как организовать правильную коммуникацию с потенциальным покупателем. При этом их авторы сами используют стратегию вербального поведения на блошином рынке, обращаясь к читателю на «ты» и избирая непринужденный тон: «Таблички на товарах придают солидности и возбуждают любопытство. Пара пояснительных слов о товаре или сообщение даты производства заинтересуют клиента. И вот ты уже вовлек его в разговор о купле-продаже.

“Чертовски дорого — всего пять марок”. “Дедушке ко дню рождения”. “К сожалению, не чистое золото”. “Вторичное, но первоклассное”. Даже вывеска с надписью: “Здесь можно торговаться” полезна, поскольку разряжает обстановку. Кроме того: торг доставляет удовольствие» [Tips & Trends..., 1991, S. 75].

Вот несколько примеров реплик, которые питеводители рекомендуют взять на вооружение начинающим торговцам. Они достойны дословного воспроизведения, поскольку вполне адекватно передают стиль общения на блошином рынке:

**«Правило 1:** Создай общность между тобой и клиентом. Если добился первого “да” от потенциального клиента, основа для позитивного настроения создана.

*Пример.*

“Неужели опять пойдет дождь? Как жаль!”

“Зябко сегодня, не правда ли?”

“Похоже, сегодня весь город здесь. Супер, а?”

“Не припомню, когда солнце так восхитительно светило!”

**Правило 2:** Ни в коем случае не обдели вниманием ребенка. Если предполагаемый клиент держит за руку малыша, непременно вовлечь его в разговор.

*Пример.*

“Мой брат не на много старше тебя”. “Через пару лет ты уже сможешь меня здесь подменить, верно?”

**Правило 3:** Такие слова, как “любовь”, “сердце” и “душа” играют ключевую роль. Они нацелены прямо в сердце твоего клиента и повышают ценность твоих товаров. Они часто достигают цели.

*Пример.*

“Для такого старинного светильника нужно иметь открытое сердце”. “Этот набор открыток собирали с любовью”. “Да, эта старая ручная работа действительно прекрасна. Раньше работали с душой”. “Эти старые фотографии я хотел бы отдать только в любящие руки”» [Tips & Trends..., 1991, S. 76 — 77].

Себастиан Мюнц в пособии для начинающих любителей блошиного рынка даже создал шуточный словарь «Немецко-покупательский, покупательско-немецкий. Что означает в действительности вопрос о цене?» [Münz, 2008, S. 46—47] В нем он на двух страницах показывает тонкие различия близких по значению, удачных и неудачных формулировок, отражающих широкую гамму намерений покупателя от желания купить через готовность биться за снижение цены до пустого торга без покупок. И приходит к выводу, заслуживающему, несмотря на несколько игривый тон, серьезного внимания: «В конце концов, можно по любой форме вопроса (за исключением мимолетного незаинтересованного вопроса из уст профессионала) понять намерения визави. Блошиный рынок — это высоко коммуникативное пространство, в котором людей можно действительно узнать лучше, чем где бы то ни было. Поэтому если Вы на следующем блошином рынке найдете последний комикс про Астерикса, которого еще нет в Вашей коллекции, тщательно подбирайте слова — оно того стоит» [Münz, 2008, S. 47].

Итак, люди приходят на блошиный рынок в ожидании «идеальной картины радостно-неформальных, непринужденно-раскованных, мимолетно-игривых, словом — “городских” контактов (которые по мере необходимости могут быть продолжены)» [Hard, 1984, S. 146]. Подмечено, что возможности для продолжения знакомств с блошиного рынка выше там, где инфраструктура рынка лучше обустроена для неспешной коммуникации или рынок включен в развитую структуру центральных городских кварталов, где можно посидеть, пригласить на кофе, поговорить за кружкой пива. «... такая спонтанно возникающая коммуникация, выходящая за границы торга, нуждается в подходящей пространственной организации и не может переноситься в труднодоступные для общественности места без потерь для ее

содержательного многообразия» [Jüngst, 1984, S. 108].

Однако чаще всего общение на блошином рынке все же остается анонимным. Торговцев здесь знают по именам, фамилии, как правило, остаются неизвестными. Адресами и телефонными номерами обмениваются только по особой, чаще профессиональной надобности, чтобы приобрести особо дорогую вещь, взглянуть на коллекцию, договориться о специальной встрече на этом же или на другом рынке. Анонимность коммуникации на блошином рынке, казалось бы, уравнивает всех, без различия социальных статусов.

\* \* \*

К правилам поведения и ритуалам церемониальной символизации на рынке подержанных вещей принадлежит не только вербальный, но и телесно-сценический антураж, облик и авторепрезентация его посетителей. Обитатели блошиного рынка, за исключением отдельных чудаковатых типов, одевается невзрачно. Торговцы, в конце концов, приезжают сюда не на праздник, хотя многих посетителей притягивает именно приподнятая, праздничная атмосфера. Установка и демонстрация прилавка, погрузка и разгрузка, распаковка и упаковка товаров, многочасовое стояние под открытым небом в жару и холод требуют удобной, но не проблемной в уходе и обращении одежды, которую не жаль испачкать или повредить.

Покупатели тоже одеты практично, но не нарядно. Для этого у них, помимо необходимости провести несколько часов на открытом воздухе, есть еще одна важная причина: на рынке встречаются по одежке в буквальном смысле этого слова. От того, как вы одеты, в значительной степени будет зависеть цена на интересующий вас предмет: «Как правило, на товарах блошиного рынка нет ценников. Это позволяет торговцу оценить вас, прежде чем назвать цену. Насколько обеспеченным вы выглядите? Насколько вы неопытны? Насколько вы заинтересованы?» [Kirshenbaum, 2003, S. 101]

Так что тем, кто не хочет переплачивать, рекомендуется одеваться скромнее. Да и торговцы, помимо стояния за прилавком, улучшают возможность пройтись по рядам в поисках вещей, приобретение и перепродажа которых сулит им доход. Так что маскировка так или иначе необходима и им.

Тактику дифференцированного назначения цены, несмотря на возможные неприятные последствия, из перспективы торговцев защищает С. Мюнц: «Не нужно становиться Робин Гудом блошиного рынка, но в принципе справедливо

объявлять тем, кто, судя по внешнему виду, не купается в деньгах, меньшую цену, чем более благополучным. И не стоит заблуждаться по поводу имеющейся при себе наличности у многих посетителей блошиного рынка: коллекционеры и профессиональные торговцы нередко приходят с толстыми кошельками.

Непрофессиональные посетители блошиных рынков, готовые выложить крупную сумму, приходят, как правило, позже. Чаще всего они принадлежат к числу тех, кому после недели работы не нужно рано вставать и кто видит в посещении блошиного рынка скорее развлечение, чем необходимость. И им не нужно спешить, потому что за те деньги, которые они готовы выложить, никто не купит их сокровища раньше них.

Конечно, покупатели не должны заметить, что им назначаются различные цены, иначе из-за вашего чутья к тонким различиям кто-то тут же почувствует себя обведенным за нос. И тогда в опасности не только ваш нос!» [Münz, 2008, S. 52—53]

Одна из странностей блошиного рынка, которая бросается в глаза неискушенному посетителю — именно этот контраст между панибратской, радостно-задиристой атмосферой и непритязательным внешним обликом торговцев и основной части публики. Для читателя с опытом участия в диком туризме (или в геологической или археологической экспедиции) я бы сравнил этот контраст с атмосферой вечера у костра. Раздается смех, звучат песни под гитару, а блики костра пляшут по выдавшей виды походной одежде, по огрубевшим рукам и лицам с обветренной и опаленной солнцем кожей, покрытой щетиной или не балованной лечебной косметикой.

Сознательно скромное облачение сбивает с толку по поводу уровня благополучия посетителей рынка. К толкучке может примыкать автостоянка, заполненная нестарыми и недешевыми машинами. Торговцы копеечным барахлом часто стоят за прилавками, позади которых припаркованы дорогие трейлеры. Для большинства этих продавцов торг на блошином рынке — развлечение, а не тяжелая работа, возможность получить пару евро на карманные расходы или «приварок» к отпуску, а не основной источник существования.

Но бывают и прямо противоположные открытия, когда за внешним благополучием мерцают серьезные проблемы. Торговец серебром оказывается человеком, которого тяжелая болезнь в цветущем возрасте заставила распрощаться с прежней жизнью и осваивать заработки на толкучке. Продавец подержанной одежды элитных марок или дорогого антиквариата может получать пен-

сию, размер которой противоречит устойчивым клише о социальной защищенности граждан социального государства второй половины XX века и сопоставим с прожиточным минимумом в Российской Федерации начала XXI столетия. Но и для многих из них доход на блошином рынке — побочный заработок, дополнение к доходам супруга или супруги, процентам с наследства или сданной в аренду недвижимости.

На блошином рынке свое социальное благополучие маскируют те, кто по тем или иным причинам не хочет выделяться в толпе и у прилавка. Но кому-то имитировать «демократичный» стиль в одежде и не приходится. Одежда и обувь большинства пожилых старьевщиков-турок выглядят наиболее потрепанными. Похоже, они обновляют свой гардероб здесь же, причем из самых дешевых товаров. Если учесть, что при желании на рынке подержанной одежды можно было бы купить старую, но добротную обувь ручной работы или вышедший лет 20 назад пиджак от «Босса» за несколько евро, в некоторых случаях платье стариков на блошином рынке откровенно кричит о бедности.

О неблагополучии многих обитателей блошинных рынков и барахолок старшего поколения свидетельствует их преждевременный, по сравнению со среднестатистическими показателями, уход из жизни. За три года посещения одних и тех же мюнхенских блошинных рынков я не досчитался не менее дюжины торговцев, внезапно исчезнувших в возрасте около 70 лет.

Провести границу между маскировкой материальной состоятельности и кричащей бедностью на блошином рынке нелегко, будучи представителем другой культуры с иными представлениями о богатстве и бедности, и временно проживая в обществе, в котором за пределами налоговой декларации, не принято обсуждать свои и чужие доходы. Впрочем, инсценирование общности на блошином рынке, в том числе с помощью «демократичной» одежды, как раз и пытается сгладить социальную поляризацию.

\* \* \*

«Для посвященных в радости барахолки не будет неожиданностью тот факт, что в конце недели парижские блошинные рынки посещает больше туристов, чем знаменитую Эйфелеву башню. Есть толпы туристов, которые не очень расстроются, что великие достопримечательности Рима окажутся закрыты на реставрацию, если можно будет посетить знаменитый *mercato delle pulci* на Порто Портезе. Блошинный рынок на площадь Же де Баль в Брюсселе; воскресный рынок на Старой

Арсенальной площади в Антверпене; *Zandfesten* в конце последней сентябрьской недели в Брюгге; *Dr Floomärt uff em Petris* в Базеле; *Bermondsay* по пятницам в Лондоне; постоянно действующий блошинный рынок (кроме воскресенья) на площади Ватерлоо в Амстердаме; толкучку под открытым небом в Дрездене в конце первой недели каждого месяца; барахолку в берлинском Шарлоттенбурге, на улице 17 Июня, в конце каждой недели; антикварный рынок в Восточном художественном парке в Мюнхене<sup>1</sup> (каждую пятницу и субботу), блошинный рынок на бывшем аэродроме в Рииме под Мюнхеном или на мюнхенском Ауэрдальте; *Fetzenmarkt* в Граце; венские блошинные рынки и пражские антикварные магазины; всевозможные ночные блошинные рынки, биржи компактных дисков и пластинок. Все это — места приключений для тех, кто ностальгирует и охотится за выгодной покупкой» [Kirshenbaum, 2003, S. 20].

Конечно, знаменитые блошинные рынки давно стали туристическим аттракционом. Впрочем, без послевоенного туризма в Европе бум торговли старыми товарами вообще невозможно себе представить. Но блошинные рынки связаны со многими явлениями всемирной истории XIX — XX и тенденциями современного развития. Происхождение блошиного рынка из развития капитализма и массового производства одежды и обуви, из пауперизации населения и волн миграции, из скепсиса в отношении идеи прогресса и развития экологического сознания, из сопротивления безличности и одиночеству жизни в мегаполисе, из желания сохранить индивидуальность и развивать творческие способности, из интереса к прошлому и тоски по родному дому — все это превращает блошинный рынок в отражение современного общества.

Социально рыхлая, специфическая ситуативная общность, существующая исключительно на блошином рынке, изобретается, демонстрируется и поддерживается благодаря разветвленной системе вербальных и телесных ритуалов. Ритуализированные коммуникативные практики возвращают завсегдаев блошинных рынков в ностальгически окрашенные, изобретенные «старые добрые времена» без капитализма, мегаполисов, социальных разломов, безличных отношений и вопиющего одиночества.

Мюнхенские блошинные рынки, завсегдаем которых я стал волею случая и жизнь которых мог

<sup>1</sup> Бинни Киршенбаум, вероятно смешала два блошинных рынка — барахолку в Восточном Олимпийском парке и бывший антикварный рынок в Дагльфинге в восточном пригороде Мюнхена. Оба открыты в пятницу и субботу.

наблюдать в течение нескольких лет, подтверждают общую тенденцию. Рынки мелкой торговли подержанными вещами, от дорогого антиквариата до стоптанной обуви, играют компенсаторную функцию в жизни современных немцев. Толкучки восполняют дефициты повседневной жизни. Они предоставляют возможность осуществить то, что в реальной жизни не удалось или не удастся в полной мере реализовать: удовлетворить детскую

мечту отправиться на остров сокровищ и найти спрятанный пиратами клад; делать покупки спонтанно и влиять на ценообразование; наверстать интенсивное и сердечное общение с окружающими и быть в центре внимания; насытить жизнь атмосферой праздника, заниматься любимым делом — словом, позволить себе (пусть иллюзорную) роскошь быть самими собой, то есть тем, кем хотелось бы стать, но не вполне получилось.

### Список литературы

1. Бойм, С. Конец ностальгии? Искусство и культурная память конца века: случай Ильи Кабакова / С. Бойм // Новое литературное обозрение. — 1999. — № 5. — URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/1999/5/konecz-nostalgii.html>.
2. Bangert, A. Antiquitäten. Flohmarkt / A. Bangert. — München : Wilhelm Heine Verlag 1976. — 96 s.
3. Die schönsten Antik- und Flohmärkte Europas: Termine, Angebot, Anfahrtswege. — 2. Aufl. — München : Medien-Agentur Gerald Drews, 2000. — 150 s.
4. Grigoleit, H. Th. Die 100 schönsten Flohmärkte Europasmit Reiseführer / H. Th. Grigoleit. — Regenstauf : H. Gietl Verlag 2006. — 170 s.
5. Hard, G. Ein Flohmarkt im Bonner Hofgarten — Zur Wirklichkeit und zum Alltagsmythos eines Flohmarktes / G. Hard // Urbs et Regio. — 1984. — Nr. 32. — S. 121—176.
6. Hollweck, T. Die Geheimnisse hinter den Wörtern und Dingen. Ein Blick in die Vergangenheit unserer Alltagssprache / T. Hollweck. — Norderstedt : Books on Demand 2017. — 86 s.
7. Jamme, C. «Gott an hat ein Gewand»: Grenzen und Perspektiven philosophischer Mythos-Theorien der Gegenwart, Frankfurt / C. Jamme. — München : Suhrkamp Verlag AG, 1991. — 328 s.
8. Jüngst, P. Zu den Einkaufs-, Freizeit- und Kommunikationsstrukturen auf öffentlichen und privaten Flohmärkten — vorläufige Ergebnisse anhand zweier Fallstudien in Kassel und Marburg / P. Jüngst // Urbs et Regio. — 1984. — Nr. 32. — S. 97—120.
9. Kirshenbaum, B. Flomärkte: Kleine Philosophie der Passion / B. Kirshenbaum. — München : Deutscher Taschenbuch Verlag, 2003. — 108 s.
10. Münz, S. Flohmarkt Märkte, Menschen, Waren / S. Münz. — Neu-Ulm : Röschen Verlag, 2004, — 144 s.
11. Münz, S. Das schlaue Buch vom Flohmarkt: Was der Profi alles weiß / S. Münz. — München : Kneisebeck 2008. — 96 s.
12. Porath, Ya. “Ein Flohmarkt für Kassel” / Ya. Porath // Urbs et Regio. — 1984. — Nr. 32. — S. 177—208.
13. Schulze, M. Wie die Dinge sprechen lernten: Eine Geschichte des Museumsobjektes 1968—2000 / M. Schulze. — Bielefeld Transcript, 2017. — 404 s.
14. Schweickard, W. Floh- und Läusemärkte / W. Schweickard // Zeitschrift für romanische Philologie. — 2013. — Nr. 129. — S. 758—767.
15. Tips & Trends für Flohmarktfans. Second-Hand-Infos aus absolut erster Hand. — München Franz Steiner Verlag GmbH, 1991. — 128 s.
16. Winter, G. Trödelmärkte: eine empirische Untersuchung zur sozialen und ökonomischen Struktur einer Institution privater Öffentlichkeit / G. Winter. — Göttingen : Cuvillier 1996. — 268 s.

### Сведения об авторе

**Нарский Игорь Владимирович** — доктор исторических наук, профессор, старший научный сотрудник Центра «Человек, природа, технологии» Тюменского государственного университета. [inarsky@mail.ru](mailto:inarsky@mail.ru)

*Magistra Vitae: online journal of historical sciences and archeology.*  
2020. No. 2. P. 94—108.

## Flea market — barometer of society condition and space of rituals

**I.V. Narsky**

Center «Humane, Nature, Technologies», Tyumen State University, Tyumen, Russia. [inarsky@mail.ru](mailto:inarsky@mail.ru)

The research was carried out with the financial support of the RSF  
(the scientific project No. 20-18-00342).

The essay tries (the part 1) to sketch the social functions of the flea market, which is interpreted as a concentrated — and therefore distorted — reflection of society. At the same time (the part 2) the flea market is viewed as a ritual space. Symbolic elements, solemn emotional regime, scenic activities and special communication rules create a situational community. Belonging to this community is an important reason for visitors to the flea market to have. In the essay the ritual refers to standardized actions with symbolic functions, which are an important instrument of ceremonial communication. The sources for the essay are participatory observation and interviews at the flea market, sociological studies from the 1980s, travel guides, handbooks for visitors and beautiful literature by fans of the flea markets. According to the main thesis of the article, the ritualized communicative practices allow the regulars of the flea markets to return to the nostalgic “good old days” without capitalism, big cities, social conflicts, anonymous relationships and acute loneliness.

**Keywords:** *flea market, world history, ritual, communication, private community.*

### References

1. Boym S. Konets nostalgii? Iskusstvo i kulturnaya pamzat' kontsa veka: Sluchay Il'i Kabakova [End of nostalgia? Art and Cultural Memory of the End of the Century: The Case of Ilya Kabakov] // *Novoe literaturnoe obozrenie* [New literary review], 1999, no. 5. Available at: <https://magazines.gorky.media/nlo/1999/5/konecz-nostalgii.html>. (In Russ.)
2. *Antiquitäten. Flohmarkt* [Antiques. Flea market]. München: Wilhelm Heine Verlag, 1976. 96 p. (In Germ.)
3. *Die schönsten Antik- und Flohmärkte Europas: Termine, Angebot, Anfahrtswege* [The most beautiful antique and flea markets in Europe: dates, offers, directions]. München, Medien-Agentur Gerald Drews, 2000. 150 p. (In Germ.)
4. Grigoleit H.Th. *Die 100 schönsten Flohmärkte Europas mit Reiseführer* [The 100 most beautiful flea markets in Europe with a guide]. Regenstauf, H. Gietl Verlag, 2006. 170 p. (In Germ.)
5. Hard G. Ein Flohmarkt im Bonner Hofgarten — Zur Wirklichkeit und zum Alltagsmythos eines Flohmarktes [A flea market in Bonn's garden — on reality and the everyday myth of a flea market]. *Urbs et Regio*, 1984, nr. 32, s. 121—176. (In Germ.)
6. Hollweck T. *Die Geheimnisse hinter den Wörtern und Dingen. Ein Blick in die Vergangenheit unserer Alltagssprache* [The secrets behind words and things. A look into the past of our everyday language]. Norderstedt, Books on Demand, 2017. 86 s. (In Germ.)
7. Jamme C. «Gott an hat ein Gewand»: *Grenzen und Perspektiven philosophischer Mythos-Teorien der Gegenwart* [“God on has a garment”: limits and perspectives of philosophical myth theories of the present]. Frankfurt, Suhrkamp Verlag AG, 1991. 328 s. (In Germ.)
8. Jüngst P. Zu den Einkaufs-, Freizeit- und Kommunikationsstrukturen auf öffentlichen und privaten Flohmärkten — vorläufige Ergebnisse anhand zweier Fallstudien in Kassel und Marburg [On the shopping, leisure and communication structures at public and private flea markets — preliminary results based on two case studies in Kassel and Marburg]. *Urbs et Regio*, 1984, nr. 32, s. 97—120. (In Germ.)
9. Kirshenbaum, B. *Flomärkte: Kleine Philosophie der Passion* [Flea Markets: Small Philosophy of Passion]. München, Deutscher Taschenbuch Verlag, 2003. 108 s. (In Germ.)
10. Münz S. *Flohmarkt. Märkte, Menschen, Waren* [Flea market. Markets, people, goods]. Neu-Ulm, Röschen Verlag, 2004. 144 s. (In Germ.)
11. Münz S. *Das schlaue Buch vom Flohmarkt: Was der Profi alles weiß* [The clever book from the flea market: What the professional knows]. München, Knesebeck, 2008. 96 s. (In Germ.)
12. Porath Ya. Ein Flohmarkt für Kassel. *Urbs et Regio*, 1984, nr. 32, s. 177—208. (In Germ.)

13. Schulze M. Wie die Dinge sprechen lernten: Eine Geschichte des Museumsobjektes 1968—2000 [How things learned to speak: A history of the museum object 1968—2000]. Bielefeld, Transcript, 2017 404 p. (In Germ.)
14. Schweickard W. Floh- und Läusemärkte [Flea and lice markets]. *Zeitschrift für romanische Philologie*, 2013, nr. 129, s. 758—767. (In Germ.)
15. *Tips & Trends für Flohmarktfans. Second-Hand-Infos aus absolut erster Hand* [Tips & trends for flea market fans. Second-hand information from absolutely first hand]. München: Franz Steiner Verlag GmbH, 1991. 128 p. (In Germ.)
16. Winter G. Trödelmärkte: eine empirische Untersuchung zur sozialen und ökonomischen Struktur einer Institution privater Öffentlichkeit [Flea markets: an empirical study of the social and economic structure of a private public institution]. Cuvillier, Göttingen, 1996. 268 s. (In Germ.)