

## **ЕРЕВАНСКИЙ ВЕРНИСАЖ: МЕЖДУ ВЫСТАВКОЙ И ЯРМАРКОЙ**

### **Введение**

Сегодня как жители Еревана, так и гости армянской столицы по выходным дням могут выбирать, в который из двух “вернисажей” города им пойти, тем более что обе “выставки” представляют отличающиеся друг от друга социально-культурные и экономические пространства, исследованию которых и посвящена статья.

Чтобы идентифицировать, о которой из двух выставок идет речь, хронологически первую из них обычно называют Сарьяновским вернисажем. Она больше соответствует европейскому пониманию “вернисажа” и представляет выставку-продажу картин.<sup>1</sup> В отличие от него, второй вернисаж напоминает скорее ярмарку, несмотря на то, что его основателями были “выходцы” из первого вернисажа. Именно по причине своего “происхождения” от Сарьяновского вернисажа, второй и получил название – Вернисаж. В статье я попытаюсь проследить, каким образом преимущественно “художественно-культурное” пространство (первый вернисаж) хаотично трансформировалось в зону торговли, а затем самоорганизовалось в “классическую” ярмарку (второй вернисаж), заняв особую нишу в социальном и урбанистическом пространстве Еревана.

Специальных исследований об упомянутых выше вернисажах нет. Исключение составляет одна публикация, в которой многие интересующие меня вопросы обойдены.<sup>2</sup> Основным источником для данного исследования послужили полевые материалы. Помимо многочисленных бриф-интервью с посетителями вернисажа, мне удалось взять восемь биографических интервью у мастеров и перекупщиков,

---

<sup>1</sup> Слово “вернисаж” французского происхождения и буквально означает “покрытие лаком”. Так стали называть торжественное открытие выставок после того, как часть художников стала именно во время выставки заканчивать и покрывать лаком свои работы. Своими работами и такой формой их презентации эти художники бросали вызов салонным выставкам. См.: Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1979, с. 211; Vernissage // Wikipedia <[www.Vernissage.wikipedia.org](http://www.Vernissage.wikipedia.org)> (04.01.2009).

<sup>2</sup> Арутюнян Г. Вернисаж. Ер.: 2004.

которые работают в новом вернисаже, но начинали свою деятельность еще в первом, а также пять проблемно-ориентированных интервью у людей, которые имели опыт работы на вернисажах Еревана или по роду своей деятельности (например, работники туристических агентств) регулярно их посещали. По материалам биографических интервью я попытался реконструировать “темную” историю становления ереванских вернисажей и понять структуру, место и значение второго из них в сегодняшнем городском пространстве. Я собираюсь очертить основные вехи становления “вернисажной культуры” Еревана и некоторые особенности второго по времени формирования вернисажа, поскольку именно он является уникальным объектом городского ландшафта, не только став одним из брендов сегодняшней столицы, но и по-своему смоделировав весь ее рыночный мир.

### Предыстория: Сарьяновский вернисаж

В 1986 г. в сквере перед зданием Государственного Театра оперы и балета Арм. ССР сформировался первый ереванский вернисаж, место для которого было выбрано неслучайно. Эта часть города проектировалась и представлялась в основном как некое “культурное пространство”, что отражено в генплане города, разработанного архитектором А. Таманяном (1878-1936). Территория Вернисажа занимает лишь часть этого района,<sup>3</sup> который организован следующим образом: в центре находится Государственный Театр оперы и балета, вокруг него располагаются различные другие “очаги культуры”. В этом районе, сегодня ставшем еще одним из популярных туристических направлений Еревана, недалеко друг от друга расположены сквер Консерватории с памятником знаменитому армянскому музыканту, композитору и исследователю Комитасу (консерватория также носит его имя),<sup>4</sup> дом-музей знаменитого в Армении скульптора Ерванда Кочара, сквер с памятником упомянутому архитектору А. Таманяну, поднимающийся к архитектурному комплексу “Каскад”, где расположился музей Дж. Гафесцяна.

В 1986 г. в сквере перед зданием Государственного театра оперы и

<sup>3</sup> См. Постановление об утверждении градостроительного устава Еревана N 2228-А (на арм. яз.); Проект зонирования пространства участка Центра. Постановление 5074-А, принятое 28.11.2007 (на арм. яз.) // <http://www.yerevan.am/edfiles/files/gotiaforum/1.pdf> (05.01.2010).

<sup>4</sup> В этом сквере регулярно проводятся различные культурные и политические акции. Например, 24 апреля устраиваются политические выставки, поскольку Комитас стал жертвой Геноцида армян в 1915 г. Оппозиционная молодежь не раз организовывала здесь различные выставки и концерты.

балета был воздвигнут памятник известному художнику Мартirosу Сарьяну (скульптор Л. Токмаджян, архитектор А. Тарханян). Это событие предшествовало открытию здесь же вернисажа картин художников новых течений, в частности абстракционистов, которые по праву считали М. Сарьяна своим “лидером”.<sup>5</sup> *“25 мая 1986 года открыли памятник Сарьяну, и практически уже вот эта дата считается исходной для вернисажа: 25 мая 1986 года. И очень быстро сюда стали стекаться не только студенты, но и профессиональные художники, а потом и любители, и так вот, вернисаж начал обрастать уже историей”*, – рассказывает один из мастеров Сарьянского вернисажа.

В период начального формирования вернисажа сюда приходили в основном молодые художники: *“Памятник [М. Сарьяну] еще не был открыт, когда к этому забору, который огораживал стройплощадку, начали лепиться студенты и молодые художники и выставлять свои работы....”*. После установления памятника к нему стали приходить выставляться и художники-авангардисты, которые тем самым пытались представить себя в качестве свободных новаторов, в какой-то мере подражая образу Сарьяна-памятника, представляющего живописца в момент свободного творчества. Поскольку художники, “сгруппировавшиеся” вокруг М. Сарьяна, позиционировали себя не как “продавцы картин”, а как “творцы высокого искусства”, то им было не столь важно продать картину, сколько просто выставить ее. Так, один из художников просил за свою работу, представленную на Вернисаже, две тысячи долларов США. Как объяснял сам автор, цена картины была определена не для того, чтобы ее выгодно продать, а с тем, чтобы внушить зрителям, что они имеют дело действительно с “ценным произведением искусства”. Или другой случай: художники пытались выдворить из Вернисажа художника по имени Василь, творившего в стиле наивной живописи, так как сочли его недостойным Вернисажа, занижающим “художественную планку” выставленных там работ. Между тем Музей народного искусства купил у Василя две работы для своих выставок.<sup>6</sup>

С 1988 г., который был знаменательной датой в новейшей истории Армении,<sup>7</sup> в Вернисаже Сарьяна появляются мастера-любители в сфере прикладного искусства. На продажу стали выставляться работы молодых гравировщиков. В первые годы существования Верни-

<sup>5</sup> Monuments of Yerevan, Martiros Saryan // [http://www.yerevan.am/main.php?page\\_id=267&lang=3](http://www.yerevan.am/main.php?page_id=267&lang=3) (05.01.2010).

<sup>6</sup> Кстати, этот художник прославился еще и тем, что в тюрьме делал наколки-татуировки (он дал пощечину прорабу, а затем был обвинен в антисоветских взглядах и посажен в тюрьму). Этими сведениями со мной любезно поделился антрополог Л. А. Абрамян.

<sup>7</sup> Начало Карабахского движения, озаменованное неутрачиваемыми митингами и демонстрациями в течение всего этого года.

сажа еще функционировали городские салоны искусства, которые занимались продажей сувениров, различных произведений искусства. Однако для того, чтобы выставляться в салонах, надо было получить разрешение идеологизированных худфондов, что не всегда удавалось, тогда как вернисажная выставка была более доступной и свободной для творческой фантазии. Даже мастера, работавшие в области прикладного искусства, особенно резчики по дереву, отмечали, что Сарьяновский вернисаж отличался претензией на презентацию лучших образцов армянского традиционного и нового искусства. В те годы это пространство воспринималось как некое средоточие духовности, где религиозные и национальные переживания своеобразно сочетались и переплетались с миром искусства. Хорошей иллюстрацией к сказанному являются воспоминания одного из мастеров: *“Приходили взрослые женщины и молились перед этим хачкаром<sup>8</sup>. Я говорил им, что нельзя... это не святыня, нельзя перед этим молиться. В ответ они говорили, что это та работа, перед которой необходимо молиться... Там [на Вернисаже Сарьяна] я сделал свою первую книгу – Нарек<sup>9</sup>”*. Таким образом, если для автора его работы “на религиозные темы” являлись в первую очередь образцами “высокого искусства”, перед которым преклонялись “покупатели”, то для последних, как я подозреваю, ценность работ в некоторой степени определялась их “религиозностью”.<sup>10</sup> Для нас важно то, что пространство Сарьяновского Вернисажа располагало к восприятию смыслов выставляемых работ либо как произведений искусства, либо как отсылающих к религиозным или националистическим идеям.

Первые годы провозглашения независимости (1991-1993 гг.) ознаменовались военным конфликтом в Карабахе, затяжной блокадой и остановкой АЭС – основного источника электроэнергии Армении, что вызвало тяжелые экономические условия в республике. Особенно трудно было выживать городскому населению. Многие, лишившись

<sup>8</sup> Хачкары (в переводе с армянского букв. “крест-камни”, вырезанные на камне кресты) являются предметом поклонения и устанавливаются как надгробная плита или памятная стела в честь какого-либо события. Они являются обязательным атрибутом армянских церквей, ими часто отмечают различные места паломничества. О хачкарах подробнее см. Петросян Г. Хачкар: генезис, функции, иконография, семантика. Ереван: Принт-Инфо, 2008 (на арм. яз.), с. 406; Саакян А. Хачкары – этнокультурные памятники средневековой Армении // Историко-этнографические исследования по фольклору. Сборник памяти С. А. Токарева. М., 1994, с. 214-237.

<sup>9</sup> Нареком называют популярную в Армении лирико-мистическую поэму Григора Нарекаци (951-1005) “Книга скорбных песнопений”, которой народное христианство приписывает чудотворные свойства и которая является особым предметом поклонения.

<sup>10</sup> Подобные “реликви”, представляющие тот или иной христианский символ, приносятся в дар Богу, различным святым в небольших часовнях, гротах и этим дарам обычно приписываются различные чудотворные свойства.

рабочих мест, занялись мелкой торговлей.<sup>11</sup> Город очень быстро оброс разными мелкими лотками-“столиками”, как их тогда называли, где на продажу выставлялось все, что можно было продать: от домашней утвари до предметов первой необходимости. Соответственно, любые рыночные “оазисы” города превращались в торговые “центры”. Но весь этот процесс происходил самопроизвольно, власти, которые не могли предложить альтернативного источника пропитания, с пониманием относились к “новоявленным торговцам”. В те годы развитие получили экономические субъекты, действующие вне государственного налогового поля или занимающиеся теневой экономикой.<sup>12</sup> И у уличных торговцев также объявились свои “хозяева” – неформальные сборщики налогов, некоторые из которых до сих пор взимают “подать” с уличных торговцев, став звеном коррумпированной системы теневой экономики. Так, “плату” за место на территории Сарьяновского вернисажа художники выплачивают некоему милиционеру, не зная, насколько законно его требование, или кто является реальной “крышей” их торговли. Мелкая торговля обладает особым свойством заполнять “активные” пояса городского пространства.<sup>13</sup> Поэтому советский “очаг” свободного художественного творчества и духовного средоточия постепенно стал трансформироваться в пояс “активной торговли”, который привлек не только мелких торговцев бытовых товаров, но и продавцов картин и художников, ориентирующихся в основном на потребительские вкусы потенциальных клиентов. Сарьяновский вернисаж стал одним из наиболее популярных городских торговых “центров”, где преимущественно предлагался ассортимент ныне известных “блошиных” рынков.<sup>14</sup>

Итак, если на начальном этапе формирования Сарьяновский вернисаж воспринимался как место творческого самовыражения, то после развала Советского Союза он стал одним из первых смешанных рынков, новой зоной “свободной торговли”. В советское время торгово-рыночные отношения, осуществлявшиеся вне государственной систе-

<sup>11</sup> См. Dudwick N. When the lights went out: Poverty in Armenia // When things fall apart, Washington D.C. The World Bank, 2003, p. 117.

<sup>12</sup> Ср. Ярыгина Т. Дополнительные доходы и неформальная экономика: их место в социальной политике России (Нижегородские исследования 90-х годов) // Неформальная экономика, Россия и мир. М.: Логос, 1999, с. 94-95.

<sup>13</sup> См. Ярыгина Т. Там же, с. 124, 132.

<sup>14</sup> Название “блошинный рынок” (нем. Flohmarkt, фр. Marche aux puces, англ. Flea market) (разг. барахолка) пришло из французского языка и означает место, где люди продают и покупают старые, подержанные вещи, как правило, изготовленные много лет назад. Товары обычно недорогие. См.: Блошинный рынок // <http://www.wikipedia.org/> (15. 06. 2009).

мы управления, считались уголовно наказуемыми.<sup>15</sup> Однако в год открытия Сарьяновского вернисажа уже было принято постановление Верховного Совета СССР о возможности получения дополнительных доходов путем внеслужебной деятельности (23 мая 1986 г.).<sup>16</sup> И Сарьяновский вернисаж стал первой ласточкой свободного рынка, получившей легитимность благодаря начинающейся Перестройке.

В 1993 г. в результате вмешательства городских властей резчиков по дереву и других ремесленников переместили на бульвар по соседству с Площадью Республики, другим концом выходящий к памятнику Варгана Мамиконяна<sup>17</sup>, а торговцев коврами (ранее занимавших участок Вернисажа Сарьяна, обращенный к зданию Оперы) переместили на территорию ярмарки района “Бангладеш”. Но что самое удивительное, отсюда выселили и художников, “открывших” это пространство. Рынок практически “поглотил” вернисаж. Решение властей вместе с остальными перевести и художников, возможно, в некоторой степени было обусловлено пониманием, что “активным ядром” вернисажа являлись именно художники и при таком состоянии экономики их присутствие в приоперном сквере рано или поздно все равно обросло бы “барахолкой”.

Итак, вернисаж у памятника М. Сарьяну, возникший как творческая среда для свободных художников спонтанно превратился в рынок различных товаров, и в итоге был закрыт и расформирован. Однако, несмотря на фиаско в сфере торговли, культурная трансформация этого сквера продолжалась, условно ее можно считать завершенной в 1995г., когда “художникам-эмигрантам” Сарьяновского вернисажа удалось добиться разрешения от городских властей вернуться в старый сквер и возобновить выставки.

*“Художники начали протестовать, бунтовать, что памятник Сарьяну это все-таки традиционное место для художников. Тогда решили художников вернуть, но только художников. При этом сказали, кто себя считает художником, настоящим, пусть идет, кто хочет здесь оставаться – оставайтесь, и так возникло это самое определение: Вернисаж первого сорта у Сарьяна, Вернисаж второго сорта у Мамиконяна. В первый день хлынули все художники. В первый день было настоящее столпотворение, за места буквально*

<sup>15</sup> Ср. Романов П., Суворова М. “Чистая фарца”: Социальный опыт взаимодействия Советского государства и спекулянтов // Неформальная экономика в постсоветском пространстве. Проблемы исследования и регулирования / Под ред. Ирины Олимпиаевой и Олега Паченкова. С.-Петербург: ЦНСИ, 2003, с. 148-149.

<sup>16</sup> Романов П., Суворова М., Там же, с. 155.

<sup>17</sup> Знаковый персонаж в истории Армении V в., сегодня ставший одним из символов национальной идентичности.

*дрались. Но когда вся эта экспозиция выстроилась, стало ясно, что не все потянут по качеству и уровню, и некоторые художники стали сами уходить оттуда”.*

В конечном итоге в Сарьяновский вернисаж вернулись только художники, что превратило этот участок города в пространство “культурного времяпровождения”, где можно посмотреть картины, пообщаться с художниками, окунуться в мир их творчества,<sup>18</sup> иными словами, “вернуться” на вернисаж в изначальном, французском, понимании слова.

### **Новый вернисаж: встреча ереванских рынков**

Новый вернисаж, в отличие от Сарьяновского, возник уже в постсоветское время, в 1993 году, в парке, выходящем к памятнику Вардана Мамиконяна. Основными причинами его появления, как уже отмечалось, были прогрессирующая безработица и обнищание населения, приведшие к бурному росту мелкой розничной торговли. Новый вернисаж был также одним из проявлений неформального типа хозяйствования. Сегодня это одно из наиболее популярных мест Еревана. Его месторасположение прекрасно знает не только каждый житель столицы, но и большая часть туристов, гостей столицы, поэтому упоминание о нем не требует пояснений. Вернисаж стал особым городским брендом. *“Сейчас мне кажется, что не найдется такого человека, который хотя бы раз не купил бы чего-то на Вернисаже или хотя бы раз там не побывал. Например, у меня часто гостят иностранцы, и Вернисаж в списке тех мест, которые обязательны для их посещения”* – говорит посетительница Вернисажа.

Иногда для отличия от Сарьяновского вернисажа, могут уточнить “Ханджяновский Вернисаж” (по названию улицы, к которой он выходит) или “Вернисаж площади” (учитывая, что по соседству находится главная площадь Еревана – пл. Республики), а в иностранных рекламных материалах он чаще всего упоминается как “Ереванский Вернисаж”.

Попробуем понять, как из творческой инициативы группы художников возник совершенно уникальный объект городской жизни, больше всего напоминающий ярмарку, где не только продаются, но и соз-

<sup>18</sup> Частью сквера является одно из старых ереванских знаменитых кафе “Козырек”, где до сих пор любят собираться художники.



даются новые символы национальной идентичности, объединяются и разъединяются различные социальные группы горожан и гостей армянской столицы, одним словом, где в выходные дни создается праздничная атмосфера.<sup>19</sup> Замечу, что в армянском слове “ярмарка” – *тонавачар*, букв. “праздничная продажа”, отражена особая атмосфера классических ярмарок. Ереванский Вернисаж, видимо, настолько вобрал в себя “праздничные качества” ярмарок, что во время некоторых праздников, отмечаемых в городе, стал спонтанно “появляться” и в других местах Еревана,<sup>20</sup> представляя сжатый ассортимент “вернисажной продукции”. “Ярмарками” в Армении называются многочисленные рынки и торговые центры, и “ярмарочному” типу рынков больше всего соответствует именно второй Вернисаж, хотя это название, доставшееся в наследство вместе с выходцами из Сарьяновского вернисажа, подходит ему меньше всего.

Организация внутреннего пространства нового вернисажа позволяет вывести несколько характерных черт. В частности, если в приоперном вернисаже ремесленники занимали периферию, то в новом – они занимают пояс, который воспринимается как центральный. Именно здесь находятся лотки мастеров прикладного искусства, которые начинали свою деятельность еще на Сарьяновском вернисаже. Однако самих мастеров, готовящих ремесленные изделия и продающих их в сегодняшнем “сувенирном” Вернисаже, осталось немного. Несмотря на то, что они и занимают центральную часть нового рынка, основная территория парка, где он размещен, занята продавцами и перекупщиками, которые, по отношению к лоткам мастеров, занимают периферийную часть.<sup>21</sup> Пространственную организацию Вернисажа можно представить как шесть продольных поясов: 1) пояс хозяйственно-бытовых товаров, посуды, одежды, скатертей и других изделий из ткани; 2) пояс ювелирных изделий и бижутерии; 3) сувенирный рынок; 4) изобразительное искусство<sup>22</sup>; 5) периферийные

<sup>19</sup> Ярмарка – от нем. слова *Jahrmarkt*, означающего ежегодный рынок, в средневековой Европе она играла не только важную экономическую роль, но и являлась важным культурным событием, беря на себя определенные функции выставок различных товаров. См. Ярмарка // Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1984, с. 1573.

<sup>20</sup> Например, во время праздника Освящения винограда (в августе) или на празднике города (в октябре).

<sup>21</sup> При сравнении ереванского Вернисажа с маленьким рынком сувениров на Руставели в Тбилиси можно заметить некоторые сходства. Например, они оба находятся по соседству со станцией метро, что указывает на необходимость обеспечения его соответствующими коммуникациями. Оба действуют в центральной части города, не предполагают каких-либо трансформаций занимаемого пространства, а гармонично приспосабливаются к существующей архитектуре данной территории. Как на ереванском Вернисаже, так и на сувенирном рынке на пр. Руставели есть внутренняя иерархия их “обитателей”, что отчасти отражается на организации пространства.

<sup>22</sup> Однако это работы тех мастеров, которые занимали периферийные части Сарьяновского Вернисажа.



части, где продаются одежда, животные и птицы, ошейники, различные медицинские приборы; 6) книги.

Такая структура “торговых” рядов установилась не сразу – поэтапно. Впрочем, и сегодня Вернисаж подвергается определенным трансформациям, которые свидетельствуют о том, что процесс самоорганизации еще не завершен и правила рыночного регулирования определены неокончательно.

Процесс перевоплощения нового Вернисажа можно разбить на несколько этапов. В 1993-1994 гг. это пространство только лишь оформлялось, оно имело хаотичную структуру, не были выделены в отдельные ряды мастера-ремесленники и продавцы различных товаров, как бывших в использовании, так и новых. В 1996 г. Вернисаж можно было считать состоявшимся рынком, были введены некоторые правила торговли: в те годы, согласно “неписаному уставу”, мастера, имеющие свидетельство Народного мастера, были освобождены от различных неформальных денежных сборов Вернисажа. Лица, не имеющие свидетельства, платили за место. По этой причине многие мастера окольными путями пытались приобрести свидетельство Народного Мастера. Кроме того, мастеров-ремесленников стали выделять в качестве главных и важных участников этого рынка, потому что считалось, что именно их товар определяет туристическую привлекательность Вернисажа. То есть делались попытки дать рынку профильное направление, оформить его прежде всего как рынок ремесленных изделий. К началу 2000-х Вернисаж окончательно состоялся как ремесленный вернисаж-рынок. Однако на этом его трансформация не завершилась. В 2000-х годах устанавливаются рыночные правила, характерные, как уже было сказано, для классических ярмарок, притягивающих во время различных (в том числе церковных) праздников людей со всей округи того или иного замка, города.<sup>23</sup> Датой окончательного перевоплощения Вернисажа в ярмарку условно можно считать 2006 г., поскольку приблизительно с этого времени Вернисаж начинает обрастать различными “придаточными” рынками, которые расширяют его профиль, превращая это пространство в “праздник” не только товаров, но и различных рынков Еревана.

Наиболее интересной частью нового Вернисажа стал его длинный “отросток”-продолжение, локализованный напротив одного из правительственных зданий, где расположен ряд министерств, в том числе и Министерство культуры, а по другую сторону “приложения”, ближе

<sup>23</sup> См. Ярмарка // <http://ru.wikipedia.org/wiki/ярмарка>, wikipedia.org (15.06.2009).

к площади Республики, находится Министерство финансов, которому пока удается в упор “не замечать” ни незаконной распродажи, ни покупателей, нуждающихся в товарах еще советского производства. Это “приложение”, не получившее еще названия (преобладают описательные, например, “где продают металлические вещи”), вначале состояло из перемещенных из старого Вернисажа торговцев, продававших подержанные товары, и больше остальных частей оно напоминает блошиный рынок. Сегодня число торгующих в этой части Вернисажа может конкурировать с общим числом продавцов всех остальных его частей, во всяком случае площадь, занятая этими торговцами, действительно соразмерна остальному Вернисажу. Эти две части существенно отличаются друг от друга не только ассортиментом товаров, но и выделенным для них местом, их оформлением, контингентами продавцов и покупателей. Переход от “блошиной” части Вернисажа, где в основном выставлены товары советского времени, к собственно вернисажу, где “господствуют” товары, рассчитанные в первую очередь на туристов, занимают торговцы книг. Причем “книжный развал” является границей между блошиным рынком и собственно Вернисажем. Со стороны блошиного рынка продают в основном подержанные книги – типичный товар букиниста. В части примыкающей к Вернисажу, продаются альбомы, представляющие природные и культурные памятники и искусство Армении, и другая сувенирная книжная продукция, рассчитанная на приезжих.

В сувенирной части Вернисажа товары выставлены на специальных полулавках и столах, тогда как на блошином рынке товар просто расставляется на земле, нет каких-либо столиков или специальных полок, в качестве “витрин” обычно используются бордюры или другие возвышенности, оформляющие парк, товары часто развешивают на растущих здесь деревьях. Товары блошиного рынка представлены различными устройствами и предметами советского производства. По всей видимости, процентное соотношение существующего ныне ассортимента предлагаемых товаров сформировалось в соответствии с потребительским спросом.<sup>24</sup> И наличие этой части Вернисажа свидетельствует о том, что наряду с широким применением современной техники, в Республике Армения значительное количество населения все еще продолжает пользоваться товарами советского производства, соответственно, их запасные части все еще пользуются спросом. В “сувенирной” части Вернисажа тоже можно обнаружить товары со-

<sup>24</sup> Cp. <http://rturisto.ru/city/france/paris/sale/his> (11.11. 2009).

ветского производства, однако здесь они предлагаются лишь в качестве “культурных воспоминаний”, тогда как предметы советского производства блошиного рынка имеют вполне прикладное назначение. В Москве рынки типа барахолки чаще ассоциируются с “забытыми временами”: “туда попадаешь как в сказку, в мир забытых вещей: там можно найти игрушки, в которые играли наши родители или статуэтки, которые стояли на полках наших бабушек. Папа купил там старинный ключ и пару штормовых 19 века. Мне купили медведя. Все то, что там можно найти, не перечислишь”.<sup>25</sup> Схожую картину представляет барахолка на Удельной в Санкт-Петербурге, существование которой, по мнению О. Паченкова, обусловлено в том числе и “ностальгией” по советскому.<sup>26</sup> Согласно исследователю, “сюда люди приходят не только для продажи или покупки вещей и оборудования советского периода, но и для “воссоздания” советской “микросреды”. Таким образом, если одна из целей функционирования барахолки “на Удельной” это попытка воссоздать некую атмосферу прошлого, то торговцами на ереванской барахолке движут прежде всего экономические мотивы. В сувенирной же части Вернисажа предметы советского производства продаются как символы культурной памяти, ностальгии по советскому периоду (как и в Санкт-Петербурге). Это, например, предметы, имеющие отношение к советской государственной символике (советские рубли, ордена, марки и т.д.). Впрочем, есть товары, которые продаются в обеих частях Вернисажа: на барахолке – как вполне пригодный в быту товар, а в сувенирной части – как экзотический сувенир. Их разница только в цене – тот же товар в сувенирной части продается вдвое дороже. Итак, барахолка на Вернисаже это не мир “бытовых сувениров”, а рынок практичных товаров.

Еще одно интересное сопоставление. В обеих частях Вернисажа продаются лазерные диски. В сувенирной части их ассортимент представлен дисками национального, этнографического содержания, где очевидна тема “армянства”. Эти диски предусмотрены прежде всего для армянской диаспоры и иностранных туристов, и продаются по цене в среднем по 1500-2500 драм (4-6\$). Ассортимент же лазерных дисков блошиного рынка включает исключительно иностранные фильмы и телепередачи, предназначенные для внутреннего потребителя, они

<sup>25</sup> Вернисаж в Измайлово // <http://www.diary.ru/~ph-t-grapher/p30203170.htm?from=150#form> (01.27.2010).

<sup>26</sup> О. Urban Public Spaces & Cultures: Case Study of Flea Markets. Cases of Saint Petersburg and Berlin (Abstract) // WORKSHOP: Urban Spaces: Caucasian Places. Transformations in Capital Cities, Tbilisi, 2.-23.09.2009 / <http://www.sfb-repraesentationen.de/veranstaltungen/tagungen-und-workshops/urban-spaces-workshop/abstracts/info-pdf> (22.12.2009). Ср. также рис. в книге: Публичные места европейских городов // Отв. ред. С. Христова, О. Рыбьянски, Крайг Юнг, О. Паченков. Дрогобич: Сурма Святослав, 2008, с. 122.

стоят гораздо дешевле – 400-600 драм (1-1.5 \$).

Итак, два раздела Вернисажа отражают не только два отдельно существующих рынка – “внутренний” и “внешний”, но и некоторые особенности социального расслоения современного армянского общества.<sup>27</sup> Причем “внутренний” рынок представляется для стороннего взгляда любопытного туриста, на которого ориентирован “внешний” рынок, как экзотическое место, где можно сделать забавные снимки.<sup>28</sup> Блошиный рынок можно рассматривать как отдельное рыночное пространство, функции которого определяются независимо от Вернисажа. Будучи порождением последнего, блошиный рынок от него почти отпочковался, и ведет свое более или менее самостоятельное существование, создавая параллельный торговый мир, где изрядно задержались предметы советского производства.

Сегодняшний Вернисаж связан и с другими рынками Еревана, многие из которых имеют здесь свое “представительство”. На периферии парка, где размещен Вернисаж, можно увидеть разные группы продавцов: продающие одежду и посуду женщины переместились сюда с вещевого рынка, который находится по соседству, есть “делегаты” зоо-рынка, предлагающие не только домашних животных, но и некоторые предметы для ухода за ними, например, поводки, корм и т.п. Есть здесь и медицинский отдел, где можно достать различные склянки, медицинские приборы и препараты. Любители комнатных растений также могут найти тут товар по своим интересам. Представители различных рынков Еревана стали “застраивать” свои пространства на Вернисаже в 2009 г., после того как на окраине парка появились продавцы автомобилей. За ними постепенно стали стекаться другие “профильные” продавцы.

До сих пор мы обсуждали пространственную организацию Вернисажа и соотношение его отдельных составляющих для того, чтобы показать его “ярмарочную” субстанцию. Однако в определении “ярмарки” организация во времени имеет не менее важное значение. Традиционные ярмарки могли проводиться с различной периодичностью: от еженедельной до ежегодной. Ереванский Вернисаж действует по выходным и праздничным дням. В это время для многих горожан он служит местом свободного времяпровождения, формой отдыха, что отмечали многие из моих собеседников (и ереванцы, и туристы).

<sup>27</sup> Cp. Bourdieu P. Social Space and Symbolic Power // Sociological Theory, Vol. 7, No. 1., Spring, 1989, p. 2.

<sup>28</sup> Vernissage. Flea Market // <http://www.tripadvisor.com/Travel-g293932-c105906/Yerevan:Armenia:Vernissage.Flea.Market.html> (16.09.2009).

Такая функция Вернисажа также роднит его с ярмаркой: понятие “ярмарка выходного дня” ныне включено в словари и справочники. В этнографической литературе неоднократно отмечалось и другое свойство праздника – сведение времени к некой нулевой точке, где максимально сближаются прошлое, настоящее и будущее.<sup>29</sup> В этом смысле интересно своеобразное, как бы параллельное, существование советского и постсоветского времени на смежных сегментах Вернисажа.

### **Мастер, продавец, покупатель: социальное пространство вернисажа**

Несмотря на пестроту социального состава Вернисажа, его главными персонажами, определяющими лицо-атмосферу этой ярмарки являются мастера-ремесленники, многие из которых считают себя настоящими искусствоведами и художниками. Образ мастера достоин отдельного исследования, поскольку он не только наполняет особым колоритом этот участок города, создавая некую иллюзию “города мастеров”, но и, пуская в обращение новые символы “армянства” или по-новому ранжируя старые, создает различные образы Армении, воплощенные в “туристических сувенирах”. С. Зданин отмечал похожую функцию европейских ремесленников, которые воссоздавали символы идентичности своих городских сообществ.<sup>30</sup>

Неопытный покупатель вряд ли заметит существенное различие между продавцами ереванского Вернисажа, предлагающими богатый ассортимент сувениров. Между тем продавцов Вернисажа можно разделить как минимум на две группы: на мастеров-ремесленников, продающих товар собственного изготовления, и на перекупщиков. Эти две группы имеют достаточно сложные взаимоотношения. В сложившейся субординации более высокое положение занимают именно ремесленники, несмотря на то, что такое определение многим из них кажется обидным. Так, например, один из моих собеседников-ремесленников, откликаясь на обращение “мастер” (*varpet*), считал, что правильнее их называть “творцами, творческими работниками”. Вернисаж, очевидно, начинает выполнять и функцию “творческой

<sup>29</sup> См., например: Абрамян Л. Первобытный праздник и мифология. Ереван: АН АрмССР, 1983, с. 38-45, 115-130.

<sup>30</sup> Zdatny St. Urban Artisans and the Politics of Distress // Journal of Urban History 2000; 26; DOI: 10.1177/009614420002600205, <http://juh.sagepub.com>, p. 231-233 (01.10.2009).

школы”, где подмастерья начинают учиться у мастеров не только резать по дереву и камню, но и одновременно осваивают навыки продавца. Чтобы подчеркнуть свою миссию “творца”, некоторые мастера не перестают резать по дереву и во время торговли на Вернисаже, тем самым репрезентируя себя, прежде всего, как “творца-искусствоведа”, а не просто торговца сувенирами. Кроме того, таким поведением они привлекают внимание посетителей, особенно туристов, предлагая при покупке той или иной вещи тут же вырезать имя покупателя на дереве.<sup>31</sup>

На начальном этапе образования нового Вернисажа организацией продажи сувениров занимались только мастера прикладного искусства и ремесленники. В процессе развития Вернисажа здесь стали появляться продавцы, которые занимались перепродажей сувенирной продукции. Мне не удалось более или менее точно определить время их появления здесь, но мои материалы позволяют проследить их занятость в работе Вернисажа начиная с 2005-2006 гг. С этого времени перекупщиков сувенирной продукции на Вернисаже стало больше, чем мастеров. Полевые материалы позволяют выделить, по крайней мере, две группы перекупщиков. Первая – это бывшие мастера, которые раньше сами готовили сувениры, теперь же только перепродают их. Вернисаж привлекает мастеров и своей гибкостью, можно поменять технику или заняться совершенно другой деятельностью: *“Вон тот Грант..., хотя он сам отличный парень, раньше занимался коллажами...”*. Ко второй группе относятся люди, которые никогда сами не делали никаких сувениров и не имеют ремесленных навыков, они покупают готовую продукцию у мастеров и перепродают их. Мастера называют их “спекулянтами” – отрицательный образ продавца, который появился в советское время и непрестанно преследует их и сегодня. Однако высокомерное и брезгливое отношение к таким конкурентам, мастера объясняют и тем, что они обманывают клиентов, прикидываясь мастером продаваемой продукции. *“Ну, ведь спекулянты же... вот, к примеру, вот этот столик, напротив, принадлежит одному типу, который ничего не делает, только продает. Нет у него никаких талантов, просто он ловко продает”*. Сегодня большая часть мастеров предпочитает не заниматься продажей. Они сдают готовую продукцию продавцам без предоплаты и получают деньги только после продажи. Мастер предпочитает время, которое он затратил бы на

<sup>31</sup> Подробнее об этом см. Melkumyan H. Presenting and Re-shaping Armenian Traditional Culture in Yerevan Vernissage // Bulletin, 2009, N 3(7), с. 92-98.

торговлю, потратить на выполнение заказов: *“Зачем мне зря время тратить, вместо этого я успею несколько вещей сделать”*. То есть мастер рассматривает Вернисаж как место торговли и уже не ощущает его внутренней творческой атмосферы. *“Как только получу деньги, беру и смываюсь отсюда”*, – говорит мастер, делающий нарды.

Мастера часто предпочитают сдавать продукцию перекупщикам и в целях ускорения торговли, так как стоимость вещей, продаваемых непосредственно мастером, выше. *“Он продает тот же товар дешевле меня”*. Перекупщики выставляют продукцию на продажу по более низкой цене, чем мастер: *“Я даю ему по дешевке, по двадцать штук, он добавляет тысячи две и продает дешевле, чем я, оттого, что я свою работу знаю, и не могу дешевле продавать, а он может позволить себе скинуть цену... У них прямо очереди бывают, летом прямо очередями покупают”*. Сказанное позволяет также предположить, что оценка сувенира как произведения искусства далеко неоднозначна. В случае перепродажи он воспринимается исключительно как объект экономических отношений, товар. Мастер тот же сувенир воспринимает как произведение искусства, в который вложены его талант и душа. Именно этот конфликт восприятий и порождает основное недовольство мастеров. Перекупщик, по их мнению, реализует сувенир не по причине его уникальности, а благодаря своей ловкости и умению торговать.<sup>32</sup>

Несколько слов следует сказать об отношении стоящих здесь людей к самому Вернисажу. Отношение мастеров к Вернисажу существенно отличается в зависимости от времени их появления здесь и степени участия в формировании нового Вернисажа. Те мастера, которые пришли сюда с Сарьяновского вернисажа, большей частью продолжают работать группой, бок о бок. Среди моих собеседников был мастер, который в момент переезда Вернисажа от памятника Сарьяну на новое место уехал из страны, а после возвращения стал работать в новом Вернисаже. И даже в этом случае, несмотря на кратковременную эмиграцию, не только быстро возобновились старые связи, но, благодаря вовлеченности в “корпорацию” коллег, он быстро нашел “свое место” в новом Вернисаже: *“Я вернулся, меня знали, меня знают, у меня свое место. И здесь, и там те же люди, без разницы. И у меня было здесь свое место, даже пара-тройка мест сейчас. То есть мне все это не было чужим, я знал их всех...”*. Эти мастера придают большое значение присутствию самого “творца”, так как считают свою среду творческой:

<sup>32</sup> Ср. Романов П., Суварова М. Указ. соч., с. 154-155.



*“...искусства здесь больше, чем бизнеса”.*<sup>33</sup> Кроме того, это мир “своих”, где сосед по столику не столько конкурент, сколько друг и коллега. *“Мы приходим не только продавать, приходим повидать друг друга, побеседовать”.* *“Мы все уважаем друг друга, вот, скажем, приходим два дня на работу, слова плохого друг другу не скажем”.*

Но часть мастеров все же склонна воспринимать новый Вернисаж как место торговли. Эти мастера обычно не стоят на Вернисаже. Интересно, что к этой категории в основном относятся мастера по нардам, видимо, именно потому, что на Вернисаже их товар больше остальных пользуется спросом. Оказалось, что новый Вернисаж в качестве сугубо торговой зоны среди моих собеседников-мастеров воспринимают именно те, кто не начинал свою вернисажную деятельность у памятника Сарьяна. Они пришли на новый вернисаж примерно года через три после его образования. Особое отношение к Вернисажу тех, кто начинал еще на первом, обусловлено особой атмосферой позднесоветского периода, когда искусство противопоставлялось рыночным отношениям и имело высокое символическое значение. В то же время начали пересматривать отношение к свободной торговле, которая отличалась от жесткого капиталистического рынка нового Вернисажа и напоминала скорее игру в рынок. Например, в связи с экономическим упадком намечается снижение объема продаж. Сувениры же делают, учитывая прежде всего покупательский спрос, например, за последние годы увеличился ассортимент сувениров малых размеров, которые удобны для перевозки и в этом смысле более привлекательны для туристов. Таким образом, сувениры приспособляются к экономическим возможностям и предпочтениям покупателей. В то же время это условие, по мнению мастеров, сковывает желание экспериментировать и создавать более разнообразный ассортимент товаров. И продавцы, и мастера склонны к точному воспроизводству “удачной” продукции. Однако “история товаров” Вернисажа показывает, что время от времени наступает насыщение однотипной продукцией и возникает новый всплеск творчества.

Вернисаж еще играет и роль неформального экономического пространства. Территория Вернисажа делится так, что на один квад-

<sup>33</sup> Власти оставляют без внимания вернисажное пространство, оно как бы игнорируется и напоминает то состояние “незамеченности”, которое было свойственно Сарьяновскому вернисажу. Даже недавняя кампания по обязательной установке кассовых аппаратов обошла Вернисаж стороной. В беседах очевидна общая логика суждений о том, что Вернисаж не просто рынок или торговая зона, а “место искусства”, а искусство, по их мнению, не должно облагаться налогом. “Здесь зря денег не берут, Вернисаж – это произведения искусства. Особенно у художников не имеют права денег собирать, понимаешь. Например, за границей (я был в Италии) посмей кто-нибудь за такое место денег требовать – голову оторвут” (Мастер Сипан, кукольник).

ратный метр приходится примерно один столик. За каждый столик выплачивается фиксированная сумма. Кстати, под этим нет никакой договорно-документальной основы, стороны ограничиваются устной договоренностью, при этом плата за место взимается не государственными органами, и даже не совсем понятно кем именно: *“Сто процентов, это не государство. В день тысяча драм. Два дня я стою – субботу и воскресенье”*. *“Нет, это не госслужащие, просто частные лица, собственность чья-то, кому-то принадлежит, он и взял сотрутников, это не государство”*.<sup>34</sup>

Продавцы зачастую не знают или избегают отвечать на вопрос, кому же они платят или кто распоряжается доходом с территории: *“Мы платим, а на чье имя это место... какая-то сумма государственная назначена, к примеру три или пять миллионов драм, он это официально дает им, вот и все”*. Респондент неопределенным “их”, “они” называет неформальных сборщиков денег, рэкетиров, взимающих законом не-санкционированную плату в пользу неформальных авторитетов или чиновников (возможно, политиков), желающих остаться неизвестными.

Посетителей Вернисажа можно разделить на “сезонные группы”: весна-лето и осень-зима. Весной и летом среди покупателей преобладают армяне диаспоры, туристы, представители армянской общины в России. С закрытием туристического сезона на период осень-зима основными покупателями на Вернисаже остаются жители Армении. У каждой из этих групп есть собственные предпочтения в предлагаемом ассортименте товаров, причем тема “армянства” превалирует в покупках практически всех групп. Для сравнения скажу, что, по словам продавцов и на основе моих двухлетних наблюдений, приблизительно 70% всех покупок делается в центре сувенирной части Вернисажа, где преимущественно сосредоточены мастера-ремесленники.

У продавцов Вернисажа сложились достаточно устоявшиеся представления о туристах. По словам продавцов, они за несколько минут могут безошибочно определить страну, откуда турист прибыл. Хотя ассортимент Вернисажа в основном ориентирован на армян из диаспоры, но продавцы Вернисажа считают эту группу менее привлекательной по сравнению с другими покупателями. *“Армяне из диаспоры, то ли у них денег нет, то ли что, плохо покупают, очень сильно сбавляют цену, ужасно, за полцены хотят купить... В общем*

<sup>34</sup> В 2006-2008 гг. торгующие на Вернисаже платили 500 драм за столик. В 2009 г. в связи с тотальным подорожанием, наступившим после инфляции драма, плата за место на Вернисаже возросла до 1000 драм. Здесь действует и сфера “внутреннего обслуживания”: есть уборщики территории, подсобные рабочие, плата за помощь в передвижении или установке столиков тоже 1000 драм (около 2.5 \$).

*они торгуются слишком...”. Почти все мои собеседники отмечали, что приезжие из Ирана больше остальных любят поторговаться и сбить цену, и потому они считаются менее желанными клиентами. Местные покупатели воспринимаются по-разному, но в основном их представляют в качестве “бедных”, неимущих клиентов: “Все наши бедные местные, с трудом что-то покупают”. “Для продавцов Вернисажа местные покупатели являются наиболее понятной группой, так как мало торгуются и не сбавляют цены”.*

Возможно, помимо личных предпочтений и традиций своих стран многие туристы просто следуют совету реклам туристических агентств, где указывается, что *“некоторые торговцы называют высокие цены, однако вы можете снизить цену, если будете торговаться”*. Часто армяны из диаспоры предупреждают, что приезжим товар предлагают по более высокой цене, чем местным жителям. Во время торговли с армянами из диаспоры продавцы пытаются свое произношение максимально приблизить к их произношению. Вероятно, этим они не только пытаются стать для них более понятными, но также выглядеть как “свои”, чтобы восприниматься как более надежный и достойный доверия партнер.

Итак, если с точки зрения туриста-покупателя все продавцы “на одно лицо” и хотят его обдурить, то для продавцов и мастеров-ремесленников, работающих на Вернисаже, мир покупателей гораздо более пестрый. “Профессиональные” продавцы действительно называют разные цены на один и тот же товар, с учетом своих представлений о покупательной способности клиента, тогда как, по моим наблюдениям, мастера-ремесленники считают продажу своих работ не только бизнесом, но в первую очередь оценкой их творчества, а потому имеют стабильные расценки независимо от клиента.

## Заключение

Мои двухгодичные наблюдения и многочисленные интервью позволяют заключить, что Вернисаж воспринимается мастерами двояко: и как экономическая рыночная зона, и как творческая культурная среда. Многие из мастеров отмечают, что наличие перекупщиков лишает смысла само явление вернисажа. Факт роста числа перекупщиков, принижение статуса мастеров говорят о “маркетизации” Вернисажа, этот процесс отражается и в его организации – его пространство представляется торговыми павильонами. В обществе же пока превалирует

мнение о том, что Вернисаж, несмотря на торговлю, все же не столько рынок, сколько “выставка”. Сочетание рынка и некоего “празднично-культурного” пространства – это признак, характеризующий ярмарку, который отчасти сохранился и сегодня.

Сувенирный ереванский Вернисаж действует только по субботам и воскресеньям. Причем сами мастера, когда говорят “настоящий вернисаж”, имеют в виду именно субботу и воскресенье. Этот факт говорит о том, что ереванский “Вернисаж” имеет не совсем типичный характер рынка. Он функционирует также как место досуга: в конце недели, в выходные и праздничные дни люди приходят просто прогуляться по “Вернисажу”. То есть, несмотря на “рыночные” признаки, Вернисаж в некоторой степени продолжает сохранять значение некоего “культурного” пространства. Ярмарочный вид Вернисажа усиливается еще и наличием павильонов с музыкальной продукцией, а также торговлей пищей и напитками вразнос. Ярмарочные черты подчеркивают и размещенные по краям Вернисажа другие, “несувенирные” рынки: “птичий”, где продают домашних животных, ювелирный, рынок автомобилей, одежды, посуды, красок, а также *блошинный* рынок. О ярмарочном характере Вернисажа говорит и привычка горожан приходить сюда на прогулки. Большая часть опрошенных (особенно девушек) отмечают, что *“вернисаж на Ханджяна – интересное и своеобразное место для прогулок”*. “Шопинги” стали своеобразной формой отдыха во многих странах, и ереванский Вернисаж в этом смысле не составляет исключения. Однако пространство Вернисажа на сегодняшний день очевидно представляет некий переходный вариант, поскольку серьезно обсуждается вопрос об установлении здесь павильонов. Продавцы также за их установку. Павильонно-лоточный вид уже имеет секция посуды. Кроме того, реорганизации подвергается и внутренняя структура Вернисажа: бывшие периферийные перекупщики и “лжемастера” постепенно вытесняют с центральной части мастеров-ремесленников, способствуя трансформации “культурно-творческого” пространства в территорию лоточно-павильонной торговли, которая может в конце концов перерасти либо в открытый рынок, либо в более благоустроенной, закрытый торговый центр.

Итак, небольшая инициатива городской богемы, которая задумывалась как создание еще одного “культурного очага”, вернисажа, постепенно трансформировалась в рынок, перемещенный в другое место и породивший новое для Еревана явление – городскую ярмарку, не только репрезентирующую и конструирующую “армянскую” культуру, но и моделирующую богатый спектр ереванских рынков.