

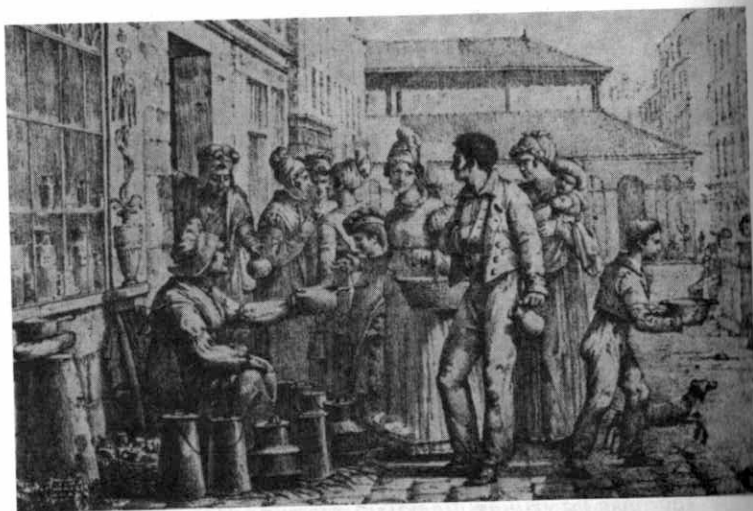
стремительно выросло — от десяти до двух сотен. Пиво, напротив, считалось напитком безвредным и облагалось пошлиной куда меньшей — 3 франка 30 сантимов за гектолитр.

Государственному регулированию подлежало только снабжение населения предметами первой необходимости, в остальных сферах очень строго соблюдалась свобода торговли. Когда префект полиции Дебеллем попытался в 1828 году внести некоторые ограничения в торговлю сахаром, лавочники воспротивились этому столь бурно, что Дебеллем немедленно отменил все свои распоряжения и публично заявил о почтении, которое он питает к свободе торговли. Неудивительно, что в таких условиях парижская торговля развивалась стремительно. За 13 лет, прошедших с 1816 по 1829 год, число кондитеров в Париже увеличилось вдвое (с 45 до 90), число пирожников — еще больше (с 63 до 200), а бакалейщиков, торгующих в розницу, в середине 1820-х годов было уже больше полутора тысяч. Впрочем, о торговле подробнее пойдет речь в следующей главе.

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ ТОРГОВЛЯ

Торговля на улицах. Лавки и магазины. Пассажи и базары. Торговые проспекты, афиши, объявления. Реклама в газетах. Парижские вывески. Модные магазины подарков. «Торговля деньгами»

Все приезжие неизменно воспринимали Париж как царство торговли. Приведем лишь два характерных свидетельства русских путешественников. Поэт Евгений Боратынский писал матери в первой половине декабря 1843 года: «Весь Париж — лавка: все первые этажи домов в магазинах. Где бы вы ни поселились, у вас везде почти все под рукою, не только необходимое, но даже предметы роскоши». Три года спустя в Париж приехал другой русский литератор, Павел Анненков; и среди его впечатлений от Парижа едва ли не на первом месте оказались магазины: «Любопытнейшую сторону парижской жизни представляют в эту минуту, без сомнения, новые произведения промышленности, выставленные магазинами. Целую неделю ходил я по лавкам и признаюсь, давно не испытывал такого удовольствия, как в этом изучении тайной мысли, двигающей современную производительность».



Молочница. Худ. Ж.-А. Марле, ок. 1825

Организация торговли в Париже в первой половине XIX века имела свою историю. Это история постепенного вытеснения мелких, уличных торговцев крупными торговыми предприятиями.

Еще в 1828 году авторы «Новых картин Парижа» Пен и Борегар в главе «Парижская мостовая» брались без труда доказать, что в Париже можно провести целый день на улице, не имея недостатка ни в пище телесной, ни в пище духовной. Пространная цитата позволяет ощутить торговую атмосферу, царившую на парижских улицах в первой трети XIX века.

«Начните прогулку в шесть утра. Сначала взору вашему предстанут молочницы в окружении кумушек, увлеченных обсуждением последних сплетен и даже не замечающих, что сливки больше похожи на скверное молоко, а молоко — на белую водичку; <...> вам попадутся на глаза водоносы, которые порой тащат или везут по улицам бочку, порой же

шестьуют медленным и ровным шагом, неся в каждой руке по ведру воды, и либо предлагают свой мутный товар первым встречным, либо относят его постоянным клиентам. Наконец, вам попадутся на глаза комиссионеры, которые, устроившись подле деревянных рам, служащих им и средством для переноса товара, и постелью для сна, ожидают, когда им поручат отнести сверток или письмо, распилить доску, расставить бутылки, перенести с одной квартиры на другую немудреный скарб бедного художника или, наконец, почистить башмаки тем прохожим, которые не гнушаются французской ваксой. Затем появляются разносчики со своим товаром и, крича во весь голос, предлагают, смотря по сезону, кто сладкие вишни, а кто вкусный виноград, кто артишоки из Лана, а кто кресс-салат для укрепления здоровья, кто свежих устриц, кто бруски торфа, а кто корм для птиц, кто мидий и селедку, а кто ядра грецких орехов. Вскоре открывает свою лавочку сапожник и, распевая песни греческих пастухов, принимается прибавать каблучки к старым башмакам и ставить набойки на старые сапоги. Общественный писарь усаживается писать под диктовку своих клиентов: девица Франсуаза желает узнать, как поживает земляк, обещавший на ней жениться, а солдат хочет сообщить родителям, что болен и нуждается в деньгах. Штопальщица устраивается в большой бочке, заменяющей ей лавку, и принимается починять пару крапчатых чулок.

Стрелки часов бегут, и на парижской мостовой становится все многолюднее; здесь можно отыскать все, что потребно человеку. Вам необходимо подкрепить свои силы плотным завтраком? На набережной подле парапета к вашим услугам накрыт стол; на нем ослепительно белый хлеб и благоухающие сосиски на раскаленной сковородке. Вы боитесь острых блюд? Тогда заплатите два су владелице вот этого сосуда под крышкой, и она нальет вам чашку кофе со сливками и сахаром.

Теперь, подкрепившись, вы можете заняться полезными делами: сколько диковин вы увидите! сколько вещей

приобретете! сколько радостей вкусите! Быть может, вы поэт и желаете углубить свои познания во французском языке? К вашим услугам преподаватель грамматики, который охотно прочтет вам лекцию на свежем воздухе. Быть может, вы любите читать? К вашим услугам букинист, который позволит вам листать все свои книги, сколько вам вздумается; да что там букинист, на стенах домов вы можете прочесть сотню афишек в самом разном стиле и цвете, посвященных самым разнообразным темам. А может быть, вас интересует политика? Тогда ступайте вон под тот зонтик, и там за несколько су вы узнаете все, что происходит в Персии и в Лиссабоне, в Константинополе и в Перу. Вы любите пение? Вот двое певцов, г-н Дюверни и г-н Кадо, голоса их звучат сладко и нежно, а держатся они ничуть не менее уверенно, чем самые прославленные исполнители! Вы больше любите инструментальную музыку? Послушайте вот этих неаполитанцев, им недостает только большого и малого барабана, китайской беседки и шести тромбонов, чтобы исполнять музыку г-на Россини. Вы предпочитаете слушать пение с аккомпанементом? И это желание легко исполнить: вон там слепой толстяк недурно играет на скрипке, а жена его поет так сладко! сделаем еще два шага, и мы увидим другого господина, чьи глаза скрыты от света зонтиком: этот поет, аккомпанируя сам себе на арфе. Из листка бумаги, прикрепленного к инструменту, вы узнаете, что арфист — сын барона де..., и сможете вообразить, что попали в великосветскую гостиную. Вам больше по душе занимательная физика? <...> Полюбуйтесь на храбреца, который вонзает шпагу себе в глотку с тем же спокойствием, с каким ребенок сосет леденец. Вы платили немалые деньги за посещение театра "Варьете"? Зачем? Вот целое семейство, которое бесплатно танцует на ходулях, а вот марионетки: полишинель, и кот, и полицейский комиссар — разве они не забавны? мне случалось видеть на сценах больших театров представления куда менее увлекательные. А рядом юные

гимнасты, расстелив прямо на земле старое одеяло, демонстрируют чудеса гибкости пришедшим поглазеть на них кухаркам, солдатам и рабочим.

Прогуливаясь по парижским улицам, нетрудно совместить приятное с полезным. Нас ожидают многочисленные торговцы, которые торгуют своим товаром на свежем воздухе и не платят арендной платы никому, кроме префекта полиции. У них можно купить тысячу вещей — как необходимых, так и излишних. Один продаст вам за 35 су пару бритв, другой предложит носовые платки по 4 су за штуку, третий — перстрый жилет за 39 су, а также галстуки, воротнички, перчатки, пояса самых разных фасонов; и мужчины, и женщины могут полностью обновить свой гардероб, прогуливаясь по парижским улицам. На этом базаре под открытым небом можно купить даже драгоценности; я готов сию минуту свести вас с бродячим ювелиром, который за 6 су снабдит вас парой сережек и парой колец, а в придачу даст вам футляр для ваших приобретений; однако берегите кошелек: вокруг торговца толпится слишком много народу. Если же вы нетвердо стоите на ногах или желаете иметь более грозный вид, купите трость вон у той дамы. <...>

Вы проголодались? Что ж, пообедаем, но вначале купим букетик фиалок у милой и свежей крестьяночки, чьи волосы убраны под красную косынку; конечно, на бульварах вы найдете цветочниц более бойких, а на рынке — более речистых, но мне по сердцу эта простушка.

Букетик вставлен в петлицу? Прекрасно. Значит, вы готовы сделать заказ. Супу я вам не предлагаю, суп нынче не в моде; а вот десяток устриц прекрасно возбудят аппетит; устроимся перед входом вот в этот кабачок. <...> Здесь нас угостят холодным мясом, это будет первая перемена блюд; по соседству — копченой селедкой, это будет наше жаркое; тут же неподалеку для нас поджарят картошку, которая отлично исполнит роль преддесертного блюда, а уж с десертом

трудностей не возникнет и подавно. Кругом полным-полно фруктов, вдобавок на каждом шагу нас поджидают почтенные жители Оверни: они охотно поджарят для вас второсортные каштаны из Лимузена, выдав их за первосортные лионские [намек на легендарную скупость овернцев].

Неужели тому, кто обедает на улицах Парижа, суждено есть, но не пить? Ничуть не бывало. Вина я вам, по правде сказать, не предложу, потому что его продают лишь в лавках и кабаках, ибо иначе чиновники Министерства финансов не смогут взимать с каждой бутылки причитающийся им налог; но у меня найдется для вас напиток куда более целебный — лакричная настойка; можете пить ее, сколько вашей душе угодно, если, конечно, душе вашей не милее напиток лимонный или смородинный. Разумеется, для того чтобы переварить все те изысканные блюда, какими я вас попотчевал, этих напитков недостаточно; мы можем зайти в ближайшую лавочку и спросить там бутылку доброго старого Бордо, но для этого нам придется хоть на минуту покинуть парижскую улицу, а ведь я желал доказать, что, если смотреть на жизнь философски, можно удовлетворить все мыслимые потребности и доставить себе все мыслимые наслаждения, не покидая ее.

Итак, трапеза окончена? — Да. — Вы уверены? А если я скажу вам, что теперь пришла пора выпить пуншу? — Но ведь для этого придется зайти в кофейню? — Вовсе нет, мы выпьем пуншу на улице, как утром выпили кофе со сливками, и за те же деньги. Ну как? Не бойтесь, не захмелеете. Желаете зубочистку? Вот она; полагаю, больше вы уже ни в чем не испытываете нужды. <...>

Вот уже фонари начали бросать на парижские улицы свой печальный свет; лавочник зажег масляную лампу, а уличные торговцы — сальные свечи; у дверей кофейен вспыхнул газ в хрустальных шарах. Те из уличных продавцов, кто не покидает парижских мостовых и ночью, принимаются кричать еще

громче. Желая собрать вокруг себя как можно больше народу, они оглушают покупателей своими воплями. <...>

Театральные представления подходят к концу; прекращается и торговля контрамарками, но комиссионеры, стоящие на посту возле “своих” театров, получают новую возможность заработать: они пригоняют к дверям театра экипажи, закрывают их дверцы, с помощью особого коврика оберегают от грязи подол дамских платьев.

Улицы пустеют; впрочем, разносчики вечерних газет все еще надеются отыскать охотников до своего товара: спекуляторов, которые желают узнать курс ренты, ораторов, которым хочется узнать вечером отклики на свою утреннюю речь, водевилистов, которые мечтают убедиться, что их пьесу завтра дадут на театре. Не покидают улиц и те комиссионеры, которые поджидают удачливых игроков, чтобы проводить их до дома с фонарем или, если льет дождь, с зонтом. Ветошники роются в отбросах, ища себе поживу, до тех пор пока усталость не возьмет верх и сон не сморит их возле уличной тумбы. Пьянчужки выходят из кабаков и либо отправляются по домам, покачиваясь и спотыкаясь, либо, продолжая потягивать вино, устраиваются на ночлег прямо на улице. Патрули обходят город, и порой какой-нибудь полицейский отворяет двери кофейни, чтобы угостить там своих подчиненных. Наконец наступает полная тишина; кажется, что на парижских улицах не осталось ни души; однако стоит подойти поближе к рынку, и мы увидим крестьян, которые везут туда продовольствие на телегах, на ослах, на лошадях или несут в заплечных корзинах, чтобы, лишь только рассветет, начать торговлю».

Повсеместная торговля под открытым небом воспринималась современниками как явление сугубо парижское, которое способен оценить по достоинству только парижанин — человек, живущий на свежем воздухе, любящий фланировать

по городу и охотно пользующийся всем ассортиментом мелких торговцев.

Однако уже в 1844 году Бальзак в очерке «Уходящий Париж» (написанном для коллективного сборника «Бес в Париже») констатирует необратимые изменения в облике парижских улиц:

«В 1813–1814 годах, в ту эпоху, когда по улицам шагали гиганты, когда друг с другом соприкасались исполинские события, можно было видеть в Париже таких ремесленников, о каких нынче никто не имеет представления. <...> Теперь приходится рыскать по Парижу, как рыщет по полям охотник в поисках дичи, прежде чем найдешь одну из тех жалких лавчонок, которых прежде насчитывались здесь тысячи; там стоял стул, жаровня, чтобы греться, и глиняная печурка, заменяющая целую кухню; в этой лавчонке ширма выполняла роль витрины, а крыша состояла из куска красной парусины, прибитой гвоздями к соседней стене; справа и слева висели занавески, из-за которых прохожий видел либо торговку, продававшую телячьи легкие, мясные обрезки, всякую овощную мелочь, либо портного, наскоро чинившего заказчику платье, либо продавщицу свежей рыбешки.

Не встречаются уже красные зонты, под которыми процветали фруктовые лавочки, на смену им в большинстве городских районов явились рынки. <...> Магазин убил все виды промыслов, ютившихся под открытым небом, начиная с ящика чистильщика обуви и вплоть до лотков, которые иногда состояли из длинных досок на двух старых колесах. В свои обширные недра магазин принял и торговку рыбой, и перекупщиков, и мясника, отпускавшего обрезки мяса, и фруктошников, и почиальщиков, и букинистов, и целый мир мелких торговцев. Даже продавец жареных каштанов устроился у виноторговца. Редко, редко увидишь продавщицу устриц, которая сидит на стуле возле кучи раковин, спрятав

руки под фартук. Бакалейщик упразднил всех торговцев, которые продавали — кто чернила, кто крысиную отраву, кто зажигалки, трут, кремни для ружей».

Бальзак отмечает, что эти перемены привели к подорожанию всех товаров:

«Знаете ли вы, во сколько обошлось это превращение? Знаете ли вы, во сколько обошлись сто тысяч парижских магазинов, если отделка некоторых из них стоила сто тысяч экю?

Вы платите полфранка за вишни, за крыжовник, за ягоды, которые прежде стоили два лиарда [два лиарда равнялись 2,5 сантима, между тем как полфранка — это целых 50 сантимов].

Вы платите два франка [40 су] за землянику, которая стоила пять су, и 30 су за виноград, стоивший 10 су!

Вы платите от 4 до 5 франков за рыбу или цыпленка, которые стоили полфранка!»

Тот же процесс укрупнения торговли способствовал превращению торговца приностями в хозяина мелочной лавки, где продавались в розницу (и гораздо дороже, чем у оптовиков) всевозможные продуктовые и сопутствующие товары. Бальзак продолжает:

«Из его лавки проистекает тройственная продукция, отвечающая любой потребности: чай, кофе, шоколад — финал всех настоящих завтраков; сальная свеча — источник всяческого света; соль, перец, мускатный орех — составные части кухонной риторики; рис, турецкие бобы и макароны — необходимые элементы рационального питания; сахар, сиропы и варенье, без которых жизнь стала бы слишком горькой; сыр, чернослив, сухой фруктовый и ореховый набор, который придает десерту завершенность. <...> Он продает священнику облатку для причастия, ряженым в дни карнавала — маску, одеколон — прекрасной половине рода человеческого. Тебе, инвалид, он продаст неизменного табаку. <...> Этот человек — цивилизация

в лавочке, <...> энциклопедия в действии, жизнь, распределенная по выдвинутым ящикам, бутылкам, мешочкам».

Вместе с мелкими торговцами уходила определенная патриархальная «культура обслуживания», построенная на почти дружеском общении с каждым клиентом. Анонимный автор очерка «Париж в 1836 году» отмечает:

«Вспомнив, как мало можно выторговать у настоящего парижанина, не понимаешь, как могут существовать все эти торговцы. Всякого рода часы, шали, шелковые материи и многие другие вещи продаются по цене до чрезвычайности дешевой. Достойна удивления вежливость торговцев, их усилия приобрести постоянных покупателей и рекомендации к другим. <...> Попробуйте, подите тихонько по городу, остановитесь перед тем, что обратит на себя ваше внимание, вас тотчас очень вежливо попросят войти в лавку, рассматривать сколько угодно, не торопясь, все товары, все вынимают из шкафов, сказывают цену и не сделают никакой гримасы, если вы уйдете, даже не купивши ничего».

Тот же наблюдатель описывает и такую черту парижской торговли, как специализация по кварталам:

«Чем более углубляетесь вы в середину города, тем специальнее промышленность; чем ближе подходите к заставе, какой бы то ни было, тем более разного товара у одного и того же купца. Многие части города имеют еще особые специальности; например, в ученом квартале вы найдете много чучельников, мастеров, изготавливающих восковые препараты, книгопродавцев и особенно множество пирожников, очень дешево продающих свои пироги; в окрестностях Тампля преобладает торговля старой ветошью, около Вандомской площади все английские лавки, у Елисейских Полей пропасть каретников и конепродавцев, наконец, со всех сторон вокруг Инвалидного дома расплодилось невероятное множество винных погребов. Конторы страховых и других обществ теснятся вокруг биржи; на одной оконечности набережной Вольтера все лавки книго-

продавцев, на другой множество магазинов, наполненных художественными произведениями; механики живут вдоль Часовой набережной, золотых дел мастера теснятся по набережной Ювелиров. В этом квартале еще почитают за славу принадлежать к старинному торговому дому».

На смену уличным торговцам приходили большие лавки, а лавки постепенно вытеснялись магазинами. Первый магазин готового платья, где покупателям предлагали одежду одинакового фасона, но разных размеров, открылся 25 октября 1824 года на набережной Дезе. Магазин назывался «Прекрасная садовница» и имел такой успех, что в 1830 году его владелец Пьер Париссо приобрел несколько соседних домов для расширения торговых площадей; в 1856 году ему принадлежали уже целых 25 домов в одном квартале.

Новые магазины, в отличие от старинных лавок, состояли из многих отделов, порой даже занимали несколько этажей. Они торговали модными товарами: одеждой, тканями, ювелирными изделиями — и располагались в самых «фешенебельных» районах города (в первую очередь — на бульварах). Нижние этажи домов на бульваре Итальянцев представляли собой почти непрерывную витрину, за стеклами которой были разложены предметы роскоши.

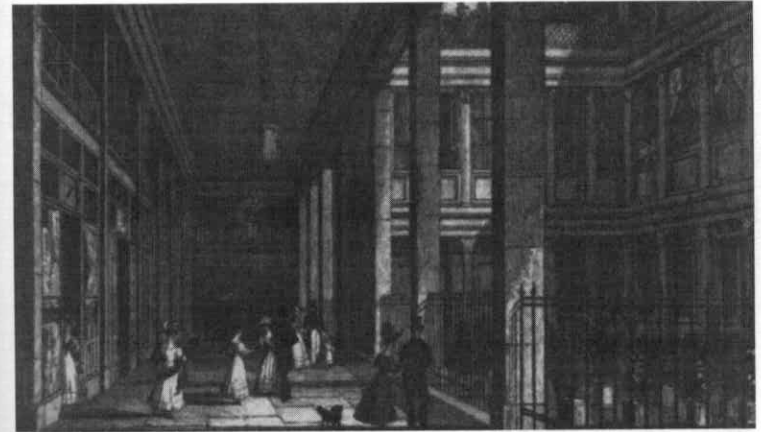
Впрочем, магазины не могли полностью вытеснить старые формы обслуживания. В модной индустрии, например, большую роль играли торговки, которые продавали, а порой и перепродавали платья, шляпы, перчатки и прочие товары, и были, так сказать, «ходячими магазинами» платьев, шляпок, перчаток, украшений. Современникам казалось, будто у этих женщин нет иного жилья, нежели тротуары и лестницы, по которым они расхаживают с утра до вечера с огромной корзиной, набитой вещами.

Магазины были не единственным новшеством в организации парижской торговли; важнейшую роль в ней играли также «пассажи» и «базары».



Пассаж Кольбера. Худ. О. Пюжен, 1831

Пассажи — крытые проходы, соединяющие две параллельные улицы, — были специфически парижской формой градостроительства. Они появились в Париже на рубеже веков: первый пассаж, Каирский, был построен в 1799 году, за ним в 1800 году последовал пассаж Панорам. Однако основной расцвет «пассажестроительства» приходится именно на эпоху Реставрации, когда были построены пассаж Оперы (1822), Вивьенова галерея (1823), пассажи Нового Моста (1823), Большого Оленя (1825), Шуазеля (1825), галереи Веро—Додэ (1826) и Кольбера (1826), пассажи Мостика (1826), Лосося (1827), Аббатовой Деревушки (1828), Бради (1828), Святой Анны (1829) и пр. Перечисленные пассажи представляли собой крытые галереи, в которых по обеим сторонам располагались только кафе и магазины. Кроме них существовали и пассажи, крытые лишь частично, но также предназначенные исключительно для пешеходов и для торговли. Примером может служить Торговый двор (между улицей Святого Андрея с Ремеслами и улицей Медицинской Школы), а также пассаж Сосёда — между улицами



Пассаж Лосося. Худ. О. Пюжен, 1831

Сен-Дени и Аббатовой Деревушки. По некоторым подсчетам, в эпоху Реставрации пассажей в Париже насчитывалось больше сотни. Мода на строительство пассажей, как и прочие парижские новшества, нашла отражение в драматической литературе: 7 марта 1827 года в театре «Варьете» был поставлен водевиль «Пассажи и улицы, или Объявленная война», где спор между теми и другими кончался победой пассажей.

Самый знаменитый, но при этом вполне типичный парижский пассаж 1820-х годов подробно описан в книге Л. Монтиньи «Провинциал в Париже»:

«Пассаж Панорам — самый посещаемый из всех пассажей, устроенных ловкими спекуляторами; ему, кажется, покровительствует сам бог торговли.

Войдем в помещение этого роскошного базара с Монмартрского бульвара и пройдемся для начала по его левой стороне. Первым нашему взору предстанет кафе Верона, весь вид которого (особенность, на которую нелишне обратить внимание) удовлетворяет требованиям хорошего вкуса. Посетители

неизменно выходят из этого прекрасного кафе совершенно довольными. <...>

Сразу следом за кафе Верона располагается кондитерский магазин под названием "Герцогиня Курляндская"; здесь в витрине выставлены сладости всех сортов; здесь в любое время года и особенно во время больших холодов взор прохожих радуют прекраснейшие фрукты; здесь под стеклянным колпаком вдруг замечаешь с изумлением смородину и персики, вишни и виноград; сахар, как новый Протей, принимает здесь все возможные формы и окрашивается во все возможные цвета. <...> За кондитерской вас ждут витрины, где блеск стали соперничает со сверканием золота, так что вещицы, сделанные из одного только этого драгоценного металла, кажутся бледными и тусклыми; впрочем, очаровательны и они! Дамы застывают перед витринами, исполненные восторга.

Не будем задерживаться перед лавками сапожника и перчаточника: ведь нас ждет Сюсс, идеальный торговец писчебумажным товаром. Если вы не знаете точно, за чем пришли, глаза у вас непременно разбегутся. Механические экраны, прелестные безделушки, шкатулки, чернильницы, пюпитры с секретом, ящички для визитных карточек... <...>

Дальше нашему взору предстанут соломенные шляпки г-жи Лапостоль и хорошенькие особы, которые ими торгуют. За ними располагаются владения ювелира г-на Базена, за ними лавка под названием "Мать семейства", затем перчаточник, затем магазин "Мамелюк" и, наконец, "Немецкая хижина", где торгуют шляпками и духами. Мы уже почти подошли к полутемному проходу, ведущему к театру "Варьете"; пропустим скромную лавочку ничем не примечательного торговца лорнетами и полюбуемся на витрину чайного магазина Маркиза; здесь к нашим услугам не только чай, но и шоколад в самых невероятных обликах, и трюфели, испускающие дивный аромат, который не оставил бы равнодушным даже министра.

За магазином Маркиза следуют заведения портного, торговли бельем и продавца обоев; какие восхитительные краски, какие превосходные каминные экраны с изображением исторических сцен и героических подвигов наших соотечественников! А по соседству продается кофеварка Мориза — хитроумное устройство, позволяющее приготовить кофе так, чтобы он не утратил своего божественного аромата. Курильщики могут задержаться в кабачке, а мы последуем дальше и остановимся перед витриной Фрера — того, что издает ноты и ими торгует; вам надобно любовников и воздыхателей, амуров и трубадуров? Здесь вам их предоставят с большой охотой. <...>

В самом конце левой стороны пассажа нас ждут сапожник, парикмахер и портной. От них всякий выйдет неотразимым — лишь бы хватило денег.

Итак, мы осмотрели левую сторону одного из самых живописных пассажей нашей столицы; вернемся назад по правой стороне, которая также имеет свои достоинства.

Самая первая лавочка, принадлежащая ювелиру г-ну Фабри, не заслуживает особенного внимания; она отстала от моды примерно на полвека; хуже того, здесь еще не ввели газовое освещение. Вообще следует с прискорбием признать, что правая сторона пассажа Панорам освещена куда хуже левой. Поэтому левая сторона сияет по вечерам ярчайшим светом, тогда как большая часть лавочек правой стороны, освещаемых по старинке, скрывается в полутьме. Помещение с табличкой "Сдается внаем" — большая редкость в этом блестящем пассаже; и тем не менее с правой стороны встречается и такое. Другое дело — перчаточный магазин и лавка, где торгуют ремнями; оба идут вровень с веком и заслуживают самых добрых отзывов. Рядом, разумеется, трудятся артисты — мастера щетки и ваксы, которые охотно вычистят вашу обувь и заодно предложат вам почитать газету. Дальше вас ожидают конфеты и сапоги, безделушки и шляпы, затем хорошенькая продавщица предложит вам апельсины и лимоны, сияющие в свете газового

фонаря, а еще к вашим услугам детские игрушки и перчатки: в пассаже Панорам это уже третья перчаточная лавка.<...> А дальше — изящные, но чересчур дорогие зонтики, лавка ювелира, дамское белье, алебастровые бюсты и, наконец, место, где непременно стоит задержаться, — кондитерская *Феликса*. Здесь полным-полно англичан и англичанок, которые обожают наслаждаться вином и пирожными в этом заведении; стоит это удовольствие недешево, и другой ресторатор за те же деньги накормил бы вас настоящим обедом. И при всем том мэтр Феликс еще не отказался от масляных ламп: непостижимо, но факт: его печь отстала от века! Продолжим наш путь: вот еще один кондитер, по непонятной причине назвавший свое заведение именем *Вертера*; конфеты, продаваемые здесь, — пожалуй, лучшие во всем пассаже. Вот «Волшебная лампа» — здесь торгуют только перчатками, но зато продавщицы все как одна очаровательны!.. Вот магазин бронзовых и позолоченных изделий, вот пленительные ткани и превосходные сукна, вот торговец шляпами, и вот, наконец, те самые панорамы, которым пассаж обязан своим названием, и большой модный магазин, на вывеске которого значится «Затмение».

По определению другого литератора, Амедея Кермея, парижские пассажи представляли собой «землю обетованную для всех, кто не имеет собственной челяди, ибо не любит иметь дело со слугами, для всех, кто ходит только пешком, ибо не любит ездить в экипажах, и, наконец, для всех, кто любит экономить не деньги, но время, — а таких людей в Париже множество». В самом деле, человек, нанявший себе квартиру вблизи пассажа, мог и позавтракать, и пообедать, и полакомиться сладостями, и познакомиться с прессой, и полюбоваться на новейшие карикатуры и эстампы, и развлечься — и все это в двух шагах от дома.

Огюст Люше в очерке о пассажах, вошедшем в шестой том сборника «Новая картина Парижа в XIX веке» (1835), перечислял главные характеристики пассажа: он предназначен

исключительно для пешеходов, он соединяет две оживленные улицы, он имеет по обеим сторонам роскошные лавки и кофейни, он имеет крышу, полностью или частично стеклянную, при этом освещение в нем искусственное.

Ассортимент во всех пассажах был примерно одинаковый, тем не менее у каждого пассажа были свои отличительные черты и свои особые «приманки».

Пассаж Оперы начинался на месте нынешнего дома 12 по бульвару Итальянцев. Он состоял из двух параллельных галерей (галереи Барометра и галереи Часов), которые соединяли бульвар с Оперой, или Королевской академией музыки, на улице Ле Пелетье. В пассаже Оперы всегда можно было встретить знаменитых актеров, а по субботам, в дни балов-маскарадов в Опере, — людей в масках и театральных костюмах.

В лавках Вивьенового пассажа (или Вивьеновой галереи) покупателей ожидали изделия известных мастеров — портных, сапожников, оптиков, шляпников, стекольщиков и проч.

Галерея Веро—Дода получила свое название в честь построивших ее двух колбасников. Она славилась тем, что в ней сразу после открытия было введено газовое освещение; кроме того, здесь с начала 1830-х годов располагались редакции двух самых знаменитых иллюстрированных сатирических изданий эпохи Июльской монархии — газет «Карикатура» и «Шаривари». Наконец, пассажиры дилижансов направлялись по галерее Веро—Дода на улицу Булуа, где располагалась контора «Всеобщей французской почты».

В пассаже Шуазеля к услугам парижан имелись два кафе (около обоих входов), ресторан «У великого гастронома», модные лавки и кабинеты для чтения. Кроме того, сюда перебрался (из пассажа Панорам) «магический театр» физика и чревовещателя Луи Конта, где сам владелец показывал фокусы, а юные актеры играли в нравоучительных пьесах; с 1855 года в том же здании начал работать (и работает по сей день) театр «Буфф паризьен».

Каирский пассаж был замечателен своей длиной — 360 метров (он был в два раза длиннее пассажа Шуазеля и в три раза длиннее пассажа Панорам). Однако освещен он был хуже и не отличался особо роскошными витринами; здесь преобладали лавки, торгующие игрушками и нижним бельем.

Наконец, маленькие пассажи, расположенные в районе ворот Сен-Дени (такие, как пассаж Сосэда или пассаж Бради), состояли почти сплошь из кабинетов для чтения, книжных лавок, а также заведений, где книги печатались и переплетались. Здесь обстановка была еще более скромная: галереи темные и грязные, а лавки захламленные.

Пассажи поражали воображение русских путешественников. В.М. Строев описывает пассажи, или, иначе, «крытые переходы», следующим образом:

«Это длинные галереи, проходные части домов, выходящих на две улицы. Они усеяны магазинами, выставками, лавочками, и в дождь служат безопасным убежищем, заменяют зонтик. Некоторые пассажи великолепны. Самый многолюдный — *passage des Panoramas* [пассаж Панорам]. Тут есть все, что может понадобиться человеку: платье, сапоги, белье, шляпы, бумага, бронза, рестораторы, кафе, даже необходимые кабинеты (*cabinets inodores*). Тут толпа в продолжение целого дня. Пассаж не широк; тут всегда тесно, и воры пользуются рассеянностью зевак. В других пассажах есть ротонды, залы. Владельцы домов находят свою выгоду в пассажах, потому что магазины избегают открытого неба и хотят жить под крышею, чтобы дождь не мешал покупателям торговаться. Хитрый парижанин, знающий Париж, как свои пять пальцев, в самую ненастную погоду пройдет через пол-Парижа посредством пассажей без зонтика, и выйдет сух из воды. В этом отношении учреждение пассажей есть истинное благодеяние для парижан, которые вовсе не носят плащей с начала марта до глубокой осени, до конца октября».

Если состоятельные парижане использовали заведения, устроенные в пассажах, по прямому назначению — в магазинах

покупали товары, в кафе и ресторанах ели и пили, то бедняки с удовольствием посещали пассажи просто для того, чтобы «поглазеть».

Торговцы и покупатели использовали пассажи для своих вполне прагматических целей, но уже в XIX веке была произведена своего рода «концептуализация» этого элемента парижской структуры: последователи утописта Шарля Фурье увидели в пассажах осуществленную фурьеристскую утопию, идеальное пространство не для торговли, но для устроенной на новых коллективистских началах жизни в фаланстере — идея, которая уже в XX века произвела сильнейшее впечатление на Вальтера Беньямина, немецкого мыслителя, влюбленного в историю Парижа. Сам Фурье в описаниях «улиц-галерей», где зимой тепло, а летом прохладно, вряд ли имел в виду конкретные парижские пассажи; идею эту он высказал в сочинении «Теория четырех движений», выпущенном в 1808 году, когда строительство пассажей еще не стало в Париже массовым явлением. Однако вышло так, что фантазии Фурье воплотились в реальной эволюции парижской архитектуры.

Пассажи представляли собой крытые торговые улицы, но были в Париже и торговые галереи, устроенные иначе. Речь идет о просторных и роскошных магазинах, которые получили название «базары» (заимствование этого арабского слова было данью «восточной» моде). Об устройстве «базара» эпохи Реставрации можно судить по облику «Большого базара Сент-Оноре», который во второй половине 1820-х годов располагался на улице Сент-Оноре (на том месте, которое прежде занимал цирк Франкони). Просторные залы, освещенные полутора сотнями газовых рожков, вмещали около трех сотен маленьких магазинчиков (сейчас бы сказали — «палаток» или «киосков»). Владелец этого «базара», богач по фамилии Беккер, сдавал свои магазинчики (за 50 франков в месяц) исключительно особам женского пола, предпочтительно — вдовам или дочерям кавалеров ордена Святого Людовика

(им в эпоху Реставрации награждали за военные подвиги); условием аренды была торговля по фиксированным ценам.

Другой «Большой базар» располагался на бульваре Итальянцев. Он был устроен примерно так же, как современные торговые центры, где продажа товаров совмещается с индустрией развлечений. Там можно было полюбоваться творениями художников в картинной галерее и творениями природы в небольшом виварии, главной достопримечательностью которого был шестиметровый удав. Базар на бульваре Итальянцев сторел дотла в декабре 1824 года, что вовсе не удивительно: сочетание роскошного освещения с деревянными конструкциями не способствовало соблюдению пожарной безопасности. С тех пор при постройке торговых заведений стали широко использовать железные конструкции. Именно по этой технологии был построен «Базар Буффлера», выросший в самом конце 1820-х годов на углу бульвара Итальянцев и улицы Шуазеля и недаром прозванный «Железными галереями».

Торговля предметами роскоши происходила не только в пассажах и базарах, но и в магазинах, расположенных на Бульварах и в районе улицы Риволи. Ассортимент одного из таких магазинов, располагавшегося по адресу улица Петуха Сент-Оноре, дом 7, подробно описан в дневниковой записи А.И. Тургенева от 31 декабря 1825 года:

«Я так много слышал об игрушках Giroux [Жиру], что наконец решил сегодня зайти в сей магазин, в котором с 10-го часа утра до позднего времени толпится лучшая и богатейшая публика, ибо немногие из людей посредственного состояния могут решиться мотать на игрушках. Магазин сей, близ Лувра, называется "Exposition d'une variété d'objets utiles et agréables, offerts pour étrennes" [Выставка множества полезных и приятных предметов для подарков на Новый год].
 <...> Первая комната, salon, блестит стальными произведениями, серебряными, бронзовыми, амброу, кристаллами,

раковинами, слоновой костью, кедром, опалами — и все сии богатства природы обречены на дамские и детские изделия. Вы видите опахала, кошельки, корзинки, сувениры, баульчики, vide-poches [шкатулки], календари и проч., и проч.

Вторая комната вмещает другие безделки, не совсем бесполезные. Здесь любуетесь вы прекрасными ящиками для рисования, несессерами, сюрпризами. <...>

Третья комната уставлена стендами, альбомами, экранами, пюпитрами, портфелями, чернильницами во всех видах и формах, разными мелочами и припасами для дамской роскоши.

Четвертая, пятая и шестая комнаты заняты единственно детскими игрушками: куклами, военными и дамскими в многообразных костюмах.

В седьмой комнате литографические листы и гравюры, альбомы для рисования и живописи, пейзажи, картон с рисунками, видами из разных частей света и разных художников.

Восьмая комната самая великолепная, в ней лучшие произведения в бронзе, в кристалле и в опалах, лампы, presse-papiers, garde-vues [ламповые зонтики], канделябры, bougeoirs [подсвечники], vases à l'antique [вазы в античном стиле], pendules [стенные или настольные часы].

<...> Словом, магазин сей есть энциклопедия мелочной и детской роскоши. Все забавы детские нашли здесь убежище, и все придумано для тех, кои желают потешить своих любезных игрушками».

Накануне Рождества торговля безделушками и детскими игрушками активизировалась не только в дорогих магазинах. Например, с 15 декабря по 15 января многие торговцы игрушками, пользуясь старинной привилегией, устраивались со своим товаром на Новом мосту, у подножия статуи Генриха IV, и торговали там в течение всего месяца очень бойко. Ведь парижанам полагалось непременно обмениваться новогодними подарками, и эта статья расходов оказывалась крайне разорительной;

недаром Бальзак в своем ироническом «Кодексе порядочных людей» (1825) замечал: «Те почтенные особы, которые 30 декабря *отлучаются* из города на целый месяц, — истинные философы, судящие о вещах в высшей степени здраво».

Для представителей определенных сословий покупка модных вещей в Париже была не прихотью, а своего рода необходимостью. Особенно остро ощущали это иностранцы. Ф.Н. Глинка вспоминает, что лишь только в июне 1814 года русские офицеры въехали в Париж, как им в гостиницу из Пале-Руаяля привели «человека с готовым платьем»: «Мы купили сюртуки, круглые шляпы, чулки, башмаки, тоненькие тросточки и вмиг нарядились парижскими гражданами. Так все наши делают, ибо русский офицер в мундире встречает везде косые взгляды и тысячу неприятностей».

В другом месте тот же автор восклицает: «В Париже вещь теряет половину цены, если куплена не в том магазине, который слывет модным!»

Не менее поучительны наблюдения англичанки леди Морган, оказавшейся в Париже двумя годами позже. Со снисходительным недоумением она замечает, что легкомысленные француженки обсуждают «божественный кашемир и прелестный вышитый платочек» с не меньшим увлечением, чем важнейшие политические вопросы. Когда леди Морган призналась, что не имеет ни одной кашемировой шали, светские приятельницы-парижанки посоветовали ей потратить гонорар за книгу именно на кашемир (а не на участок земли, как собиралась она). Дамы восклицали: «Ведь кашемир, моя дорогая, это, в сущности, тоже имение!» Если учесть, что цена на некоторые из кашемировых шалей доходила до 500 франков (кухарка не зарабатывала столько за целый год), то эта фраза покажется не таким уж большим преувеличением.

Параллельно с развитием торговли модными новинками и предметами роскоши шло и развитие их рекламы. В этой сфере, как и во многих других, парижские кварталы отлича-

лись один от другого: в «простонародных» кварталах торговцы делали ставку прежде всего на яркость, навязчивость торговых вывесок; в кварталах «фешенебельных» ценилась в первую очередь их эlegantность.

Многие виды рекламы, кажушиеся нам спецификой сегодняшнего дня, встречались уже в Париже эпохи Реставрации.

В «Кодексе порядочных людей» Бальзак перечисляет способы рекламирования товаров, призванные заморочить голову доверчивым потребителям и звучащие вполне современно: «Итальянский язык за двадцать четыре урока; мнемотехника за двенадцать занятий; музыка за тридцать два урока; чистописание за двенадцать уроков, и проч. Мы не опустимся до комментирования всех этих случаев шарлатанства. Сказанное относится также к портретам за один луидор и два сеанса».

Торговцы заказывали изобретательным журналистам (или сочиняли сами) рекламные проспекты своих «патентованных средств», якобы одобренных такими высокими инстанциями, как Французская академия. О том, какие бездны исторической и физиологической учености обрушивали торговцы на головы своих потенциальных клиентов, можно судить по рекламе «Двойного крема султанши» и «Жидкого кармина», который Бальзак сочинил для своего героя, парфюмера Цезаря Бирото (роман «История величия и падения Цезаря Бирото»):

«Издавна в Европе и мужчины, и женщины мечтали о пасте для рук и туалетной воде для лица, которые давали бы в области косметики более блестящие результаты, чем одеколон. Посвятив долгие бдения изучению различных свойств кожного покрова у лиц обоего пола, которые, естественно, придают исключительно большое значение мягкости, эластичности, блеску и бархатистости кожи, достопочтенный господин Бирото, парфюмер, хорошо известный в Париже и за границей, изобрел вышепоименованные крем и туалетную воду, тотчас же по справедливости названные избранной публикой столицы

чудесными. И действительно, наш крем и туалетная вода изумительно воздействуют на кожу и не вызывают преждевременных морщин — неизбежного последствия снадобий, изготовленных невежественными и жадными людьми и опрометчиво употребляемых всеми до сего дня. Наше открытие исходит из различия темпераментов, подразделяемых на две большие группы, на что указывает самый цвет крема и туалетной воды: розовый — для людей лимфатической конституции, белый — для людей с сангвиническим темпераментом.

Крем назван «Кремом султанши», ибо такой состав некогда был уже изготовлен для сераля одним арабским врачом. Он одобрен Академией на основе доклада нашего знаменитого химика Воклена, как и туалетная вода, приготовленная по тому же принципу. Этот драгоценный крем распространяет дивное благоухание, сводит самые упорные веснушки, придает белизну любой коже и уничтожает потливость рук, на которую равно жалуются и женщины, и мужчины. <...> Одеколон — всего лишь обыкновенные духи, не обладающие никакими полезными свойствами, тогда как «Двойной крем султанши» и «Жидкий кармин» — благотворные средства, которые воздействуют безвредно и превосходно на внутренние свойства кожных покровов; благовонный, прелестный аромат нашего крема и туалетной воды радует сердце и возбуждает ум. <...> Во избежание подделок господин Цезарь Бирото предупреждает публику, что крем завернут в бумагу с его подписью, а на флаконах имеется клеймо».

Весь этот текст тоже выглядит очень современно, включая ссылку на предшествующие научные исследования и сравнение с «обыкновенными духами», которые, конечно же, по всем параметрам уступают рекламируемому продукту.

Впрочем, бальзаковский Цезарь Бирото был честным парфюмером и рекламировал товар действительно превосходный. В отличие от него многочисленные шарлатаны в столь же

выспренных выражениях навязывали публике средства совсем фантастические. Например, они обещали уничтожить «все следы возраста» всего за 22 франка: для этого клиенты должны были принять 36 ванн (три цикла по 12 ванн в каждом), причем все ванны носили имена античных нимф, например «ванна Калипсо».

Афиш и плакатов, рекламирующих самые разнообразные товары и услуги, было в Париже великое множество. Мазье де Ом, автор «Путешествия юного грека в Париж» (1824), свидетельствует: «В городе не осталось ни единого памятника, ни единой колоннады, ни единого общественного здания, которые не были бы обклеены афишами и плакатами все без остатка, так что печать, можно сказать, сделалась губительницей архитектуры».

Афиши красовались даже на решетке королевского дворца Тюильри и на колоннадах перед входом в церкви. Префекты пытались бороться с этой «эпидемией» и отводить для объявлений специальные места; одно из них, на улице Богоматери Побед, гордо именовалось «Консерваторией публичных афиш и объявлений». Однако старания префектов покончить со стихийной рекламой успеха не имели.

Постепенно реклама товаров стала заполнять пространства не только стен, но и газетных страниц. В еженедельнике «Панорама парижских новинок», выходившем в 1824–1826 годах, реклама была вплетена в светские и литературные новости. Затем ежедневные политические газеты стали отводить последнюю полосу рекламным объявлениям о новых книгах. Наконец, и другие товары получили право на рекламу даже в больших политических газетах, таких как оппозиционные «Конститусьонель» и «Журналь де Деба». Кроме того, коммерческие объявления печатались и в периодических изданиях, которые специализировались только на рекламе, таких, например, как «Торговый Меркурий» или «Общая газета объявлений». В середине 1830-х годов именно публикация рекламных



Человек-афиша. Худ. Ж.-А. Марле, ок. 1825

объявлений позволила Эмилю де Жирардену в два раза снизить цену выпускаемой им газеты «Пресса». Наконец, в 1845 году Шарль Дюверье открыл на площади Биржи первое в Париже «Генеральное общество объявлений», размещавшее рекламу в шести крупнейших еженедельных газетах.

В Париже процветала не только печатная реклама. Торговцы активно использовали и другие формы привлечения публики. Хозяева лавок выставляли образцы товаров возле входа, в магазинах тканей полотнища ярких цветов свешивались из окон, доходя до самой земли (этот обычай возник в Париже около 1830 года). Над дверями магазинов их владельцы непременно вывешивали объявление крупными буквами — «Твердая цена», что, впрочем, вовсе не мешало приказчикам при необходимости эту цену увеличивать.

Во второй половине 1820-х годов роскошные модные магазины обзавелись широкими окнами-витринами с рамами из красного дерева или мрамора (в это время появились машины, позволявшие сравнительно легко распиливать мрамор на тонкие пластины). По ночам такие витрины освещались газовыми рожками или масляными лампами.

У торговцев в запасе было немало хитрых способов привлечь покупателей: порой они рассылали по домам рекламные образцы продукции — с обещанием, что, если товары не понравятся, их можно будет вернуть уже на следующий день; порой организовывали распродажу товаров, якобы уцененных из-за банкротства магазина. По улицам Парижа уже в 1825 году разгуливали люди-афиши — предки современных «людей-бутербродов». Встречались и довольно «агрессивные» формы рекламирования; некоторые из них описаны Дельфиной де Жирарден в июле 1837 года: «Торговцы фруктами расставляют на тротуаре свои корзины, торговцы фарфором загромождают его своей посудой ради хитроумнейшей из спекуляций: невозможно пройти мимо них, не разбив склянку, чашку или стакан, а за разбитое приходится платить: этот способ сбыть товар ничем не хуже любого другого. Покупатель поневоле — одно из прекраснейших изобретений нашей эпохи. Комиссионеры придумали неотразимые способы привлекать наше внимание. Они укладываются спать прямо на тротуаре, раскинув руки: невозможно пройти мимо, не споткнувшись и не свалившись в лужу, а человек, искупавшийся в луже, уже не осмеливается продолжать путь пешком; тут-то комиссионер и бросается за фиакром».

Существовали и другие, чуть более тонкие формы рекламы. В магазинах повсюду были разложены проспекты с названием магазина (чтобы покупатель не забыл его), перечнем многочисленных товаров и уверениями, что торговля ведется исключительно ради публики и в ее интересах. Проспекты, как и огромные мешки перед входом, были призваны создать в умах покупателей ощущение изобилия. Если в модном магазине было несколько этажей, то каждый из них работал как отдельное заведение, а значит, требовал большого штата: конторщиц, счетовода и не меньше двух десятков приказчиков.

Кстати, сам факт, что в модных магазинах Парижа клиентов обслуживают не женщины, а молодые мужчины,

воспринимался во второй половине 1810-х годов как настоящая революция в торговом деле; до этого торговля предметами роскоши считалась сферой чисто женской. Революция эта немедленно нашла отражение на парижской сцене. К 1817 году относится эпизод, вошедший в историю французской театральной жизни под названием «война приказчиков». Дело в том, что в уже упоминавшемся водевиле Скриба и Дюпена «Битва гор», поставленном в театре «Варьете», был выведен в довольно смешном виде приказчик модной лавки г-н Коленкор (Calicot), который ведет себя совершенно несоответственно своему званию: носит усы и сапоги, как военный, показывается во всех модных местах (в «Английском кафе», на Гентском бульваре), как заправский щеголь, причем «на Бирже он рассуждает о музыке, в Опере — о торговле, но притом не пропускает ни одной новинки». Парижские приказчики сочли такой портрет оскорбительным, потребовали запретить пьесу, держали театр в осаде, освистывали представления, — впрочем, все это лишь разжигало интерес зрителей к представлениям. Используя создавшуюся ситуацию, театр даже поставил спектакль «Кафе театра “Варьете”», в котором люди разных званий возмущались тем, как их изобразили драматурги. Защищая свое право на сатиру, театр иронизировал над претензиями обиженных, которые предъявляли сочинителю комедий весьма специфические требования:

Вы прокуроров пощадите,
О стряпчих нам не говорите,
О докторх прошу молчать,
О фармацевтах — не писать.
Стихи, красавицы, газеты —
Ни слова, ни строки про это;
Не смейте трогать нашу знать!
А все же нравы нужно знать,
Живописуйте их правдиво,
Но правду сделайте красивой.

В конце концов парижские приказчики смягчились, а слово «calicot» («коленкор») с легкой руки Скриба и его соавтора вошло во французский язык как обозначение продавца из модной лавки.

Одной из форм торговой рекламы были вывески. В середине 1820-х годов было принято давать модным магазинам названия известных пьес («Железная маска», «Красная Шапочка», «Весталка», «Волшебная лампа» и проч.). Современник замечает, что мало кто мог с первого раза понять, какова связь между комедией или водевилем — и магазином шелка или кашемира. В погоне за «красотами слога» и эффектностью рекламы парижские лавочники часто упускали из виду комический контраст между товаром, которым они торговали, и вывеской, красовавшейся над их лавкой. Так, над лавкой мясника на улице Сен-Дени красовались букет увядших гвоздик и надпись «На добрую память»; вывеска «Три девственницы» зазывала в мастерскую портного, шьющего военные мундиры; «Святой Августин» предлагал чистку старых перьев для шляпы; «Ангел-хранитель» был занят отправкой посылок за границу; наконец, «Монах» сторожил вход в модную лавку. Злые языки утверждали: в лавке под названием «Святая правда» вас непременно обманут, в «Бретонской» гостинице вы обнаружите сплошь гасконцев, а если вы поселитесь в гостинице под названием «Мир и покой», знайте, что шум под окнами вам гарантирован.

В книге «Новые картины Парижа» (1828) вывескам посвящено несколько весьма выразительных страниц:

«Были времена, когда зевака, не выезжая из Парижа, исключительно благодаря знакомству с вывесками лавок и трактиров, мог изучить всю историю Европы и свести знакомство с целой толпой коронованных особ. Всякий, кто прогуливался по парижским улицам, мог отыскать намалеванные с большим или меньшим талантом изображения монархов, от самого могущественного государя до самого мелкого князька, над входом

в какую-нибудь лавку. Смею предположить, что даже правитель княжества Монако или синдик Женевской республики удостоились в ту пору чести украшать своими портретами какое-либо из парижских торговых заведений.

Сегодня подобные вывески стали большой редкостью, и я с огромным трудом отыскал торговца табаком, избравшего своим патроном Фридриха Великого. Гораздо меньше стало теперь и таких торговцев, которые избирают своими покровителями святых мучеников, хотя в прежние времена, когда религиозные убеждения господствовали в обществе, подобные вывески встречались в Париже сплошь и рядом.<...>

Некоторые названия в Париже были одно время в такой моде, что ни в одном квартале нельзя было шагу ступить, не наткнувшись на "Пажа", "Фаншетту" или "Маленькую Нанетту".<...> Ныне эти вывески почти полностью пропали, зато неисчерпаемым источником для названий служат театральные пьесы и романы; на вывесках нынче красуются не отдельные персонажи, а целые сцены, причем за изображение берутся не безвестные пачкуны, а художники, чьим работам впору быть выставленными в Лувре. Да и какой художник постыдится взяться за работу над вывесками, если сам Жерар [придворный живописец] не погнушался нарисовать вывеску для трактира в Монморанси, а Шарле, творец остроумных карикатур, согласился расписать стену ресторана в Медоне?»

Над дверями некоторых кафе и трактиров красовались «Марии Стюарт в темнице», «Красные Шапочки» и «Солдаты-землепашцы» (о последнем названии рассказано подробнее в главе двадцать первой). В пассаже Веро—Дода на вывеске лавки под названием «Космополитическая гастрономия» все буквы были составлены из фазанов, рыб, зайцев, бекасов и прочих представителей животного царства, которых так любят гурманы. Над некоторыми лавками их хозяева вывешивали образцы своей торговли гигантского размера: слесари —

двухметровые ключи, чулочники — пятиметровые белые чулки, развевавшиеся в воздухе и по ночам напоминавшие привидения. Владельцы других заведений ограничивались изобретением остроумных названий. В ход шли и стихотворные строки, и латинские изречения, и каламбуры, обыгрывающие фамилии хозяев; например, торговец картинами по имени Пьер Легран назвал свою лавку «У царя Пьера Леграна» (Chez le Tzar Pierre Le Grand), что в переводе означает: «У царя Петра Великого».

Некоторые торговцы имели честь быть личными поставщиками короля или членов королевской фамилии, а потому получали право помещать над входом в свои лавки огромные гербы своих клиентов. Сочинители «Новых картин Парижа» по этому поводу насмешливо замечают:

«Впрочем, когда подобной чести удостоивают торговцев не королевские особы, а просто люди знатного происхождения, это не может не вызывать недоумения; например, трудно видеть без смеха украшенные гербами вывески "парикмахера князя Роган-Монбазона", "кондитера 2-жи герцогини Курляндской", "мозольного оператора князя де Талейрана" и "шляпника могущественнейших европейских государей" с улицы Ришелье».

Культура изготовления предметов роскоши, искусно выделанных безделушек и торговли ими достигла в Париже к концу Июльской монархии такого совершенства, что проницательные наблюдатели рассуждали об этих товарах как о произведениях искусства. П.В. Анненков рассказывает во втором «Парижском письме» (1847):

«Любопытнейшую сторону парижской жизни представляют в эту минуту, без сомнения, новые произведения промышленности, выставленные магазинами. Целую неделю ходил я по лавкам и признаюсь, давно не испытывал такого удовольствия, как в этом изучении тайной мысли, двигающей современную производительность.<...> В эту минуту, например... вся изобретательная способность индустрии движется

воспоминаниями искусства и образа жизни восемнадцатого столетия. <...> У Дивильюа (*passage Panorama*) любовался я коллекцией старых опал, роскошно обделанных в черепахе, золото и перламутр и на которых кисти учеников Ватто и Буше изобразили беседу дам и кавалеров в присутствии амуров, поясняющих содержание ее, сельские праздники, даже мифологические события под деревьями, где в листьях таятся воркующие голуби. У Рого, на Монмартрском бульваре, это еще полнее. Там выставлены золотые табакерки с тончайшей живописью идиллического содержания, весьма мало закрывающего настоящую мысль сюжета, перстни, брошки и, наконец, те маленькие фарфоровые статуйки, в которых под видом пастухов и пастушек прошлый век рассказывал анекдоты из собственной жизни. Но промышленному искусству предстояла на этой реставрации недавней старины трудная работа заключить дух ее в непогрешительную чистоту линий, в художественную форму, снять угловатость с представлений ее и умерить выражение. За эту работу промышленность нынешнего года показала талант неимоверный. В магазинах Жиру я видел дамские туалеты, рабочие столики, вазы, сервизы и бюро для письма, в которых главный мотив составляет эмаль по фарфору, прорезанная тонкими золотыми нитями и покрытая живописью, где цветы и амурные переплетаются в удивительном рисунке. С трудом можно отвести глаза, и только ярлычки с ценами 2 тысячи, 3 тысячи, 4 тысячи франков заставляют их, так сказать, войти в себя. Этот *tour de force* [фокус] или ловкость современной промышленности еще яснее видна в магазинах Таксана, на углу бульваров и улицы Мира. Он приготовил к новому году доброе количество ларцов, несессеров, юпитров для письма, *garde-bijoux* [шкатулок для драгоценностей] и проч., из которых каждый есть образец отделки и, в некотором роде, поучение плодотворное. Круглота формы, любимая восемнадцатым столетием, образовала здесь превосходный рисунок: золотые полосы вместо старой путаницы завитков разрешились в художественные арабески,

и линии, подражающие старой оковке ларцов, пересекаются удивительно свободно и красиво, а живопись, сохраняя тон нежной аллегории, выдержана строго и вместе тепло. Каждая вещь в этой форме может быть принята за светлое воспоминание отжившего столетия. Смотри на нее, хочешь быть богачом, а покуда не отнимут ее от глаза, страдаешь жаждой обладания».

Парижские магазины могли восприниматься и как своеобразная выставка последних достижений науки и техники. А.И. Тургенев в начале 1826 года описывает посещение магазина часов и оптических инструментов:

«Видел все чудеса Брежетов. Цены разные, между золотыми и серебряными одинакового же разбора разница от 120 до 200 франков. Звон стенных часов, ландшафт с башнею представляющих, напоминает звон деревенского колокола, в отдалении. <...> Часы для Ротшильда — 2500 франков. Но он после покражи у него миллионов почти уже отказался взять сии часы, под предлогом, что имеет уже Брежетов *régulateur* [часы-эталон]. Есть часы серебряные в 800, золотые в 1100 франков, в 1600, в 1800. 60 франков стоит шагоисчислитель, но неудобство оно в том, что при каждом шаге надобно тронуть пальцем машинку. Один раз заводят на 10 тысяч шагов.

<...> От Брегета перешли мы к *Vincent Chevalier aîné*, *Ingénieur opticien* [Венсану Шевалье-старшему, инженеру-оптику], между титлами коего и то, что он первый составил *ахроматический микроскоп* нашего славного Эйлера. Он показал мне магазин свой оптических, физических, математических и минералогических инструментов. В числе предпоследних видел я так называемый *русский компас*, отличающийся точностью и удобностью своею. Венсан Шевалье изобрел и новую камеру-обскуру, которой превосходство пред другими объяснено в Бюллетене Общества поощрения [промышленности] 1823 года. Я смотрел в нее и видел противоположный

берег Сены с самыми мелкими оттенками, движение людей и кабриолетов; искусство рисования может быть доведено посредством сей машины до удивительной точности... Кроме пользы, извлекаемой из употребления сей машины для верного изображения предметов, нас окружающих, можно наслаждаться и зрелищем оживленной вокруг нас природы, в уменьшенном виде, но со всею живостью красок и оттенков предметов, в сей машине отражающихся.

В микроскопе видел я жизнь и обращение соков в волосе, и в одной капле клея — несколько червячков, кои все двигались в оном с быстротою и, казалось, спешили насладиться жизнью на пространстве булавочной головки...

Отдельную, весьма специфическую форму парижской торговли составляла «торговля деньгами»: ростовщичество, учет векселей, банковские кредиты, игра на бирже.

Ростовщики ссужали деньги — преимущественно мелким торговцам с Центрального рынка — под огромные проценты (до 120 % в год). Порой они выдавали только часть ссужаемой суммы, а остальную предоставляли в виде каких-либо товаров, которые заемщик должен был продавать самостоятельно. Иногда ростовщики даже называли своим клиентам имена людей, готовых купить эти товары — но за полцены; некоторые ремесленники специализировались на производстве барахла, нарочно приспособленного для таких сделок. О том, как они происходили, можно судить по фрагменту очерка «Ростовщик» в сборнике «Французы, нарисованные ими самими»: клиенту ростовщика нужно, например, учесть имеющийся у него вексель. Ростовщик никак не может решить эту задачу, а поскольку деньги клиенту нужны срочно, одалживает ему небольшие суммы, которые в общей сумме составляют едва ли не половину стоимости векселя. Наконец ростовщик объявляет клиенту, что отыскал человека, который согласен учесть его вексель. «Однако, говорит ростовщик, выплаты будут

производиться на особых условиях: «Половину этот человек выплатит деньгами, и я заберу их себе в счет тех сумм, какими я ссудил вас прежде, а вторую половину вы получите товарами, которые без труда сумеете сбыть с рук...» Сколько бы вы ни кричали, что это подлый трюк, бесчестный обман, ростовщик тотчас заткнет вам рот просьбой вернуть ту сумму, какую вы ему должны. Поскольку денег у вас нет, вам приходится покориться и принять навязываемые товары. Как правило, это шейные платки, табакерки, трубки, а порой предметы, которые сбыть гораздо труднее. Я знал молодого человека, который получил в счет векселя щебенку, сваленную в кучу на строительной площадке... Назавтра владелец этого участка потребовал от юноши забрать щебенку как можно скорее, поскольку участок сдается внаем, и бедняге пришлось продать свое добро за полцены. <...> Еще хуже пришлось одному денди, который однажды утром обнаружил во дворе своего особняка целый зверинец: медведей, верблюдов, обезьян и две телеги мышеловок в придачу; все это доставили ему вместо денег. Несчастному пришлось выстроить на бульваре Тампля барак для этих животных и нанять людей, которые показывали бы их публике за скромную цену 5 су с человека; таким образом, денди превратился в циркача... как же низко он пал!»

На более высоком уровне трудились учетчики, или «дисконтеры», выкупавшие векселя раньше срока погашения по цене ниже номинала.

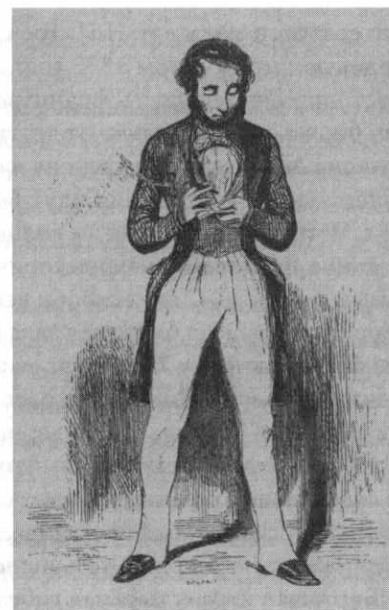
Наконец, высший уровень финансового мира был представлен банкирами, которые зачастую являлись еще и торговцами или фабрикантами, поскольку вкладывали деньги в разнообразные промышленные и коммерческие предприятия. Банкирский дом Перье вкладывал деньги в Анзенские рудники и в металлургию, банкирский дом Оттингеров — в импорт хлопка, банкир Лаффит — в различные предприятия от типографий до страховых контор, от фабрик газа до прокладки каналов. Единственным крупным банкиром, не выходившим

за пределы чисто финансовой сферы, был Джеймс Ротшильд: он занимался по преимуществу государственными займами и вел переговоры на равных с европейскими правительствами (для этой цели он имел собственные средства связи, а именно почтовых голубей и два десятка личных курьеров).

Очеркист 1840 года подчеркивает различия между провинциальными и парижскими ростовщиками. В провинции ростовщичеством чаще всего занимался старый буржуа, отошедший от дел; он ссужал небольшие суммы запутавшимся юнцам и не стремился афишировать свою деятельность. Напротив, столичный ростовщик — это «человек еще не старый, разъезжающий по Булонскому лесу в прелестном тильбюри, курящий дорогие сигары и обедающий в самых дорогих парижских ресторанах». Впрочем, по словам очеркиста, и этот ростовщик-вельможа не любил извещать окружающих о роде своих занятий и действовал чаще всего через посредников.

Финансовые операции и сделки совершались на Фондовой бирже, которая с 1809 года располагалась в Пале-Руаяле, а в 1818–1827 годах — в помещении склада оперных декораций на улице Фейдо. Затем биржа переехала в новое здание — «дворец Броньяра», о котором уже шла речь в главе десятой.

На бирже царили маклеры, которые платили огромные суммы за право осуществлять биржевые операции: в 1816 году должность маклера стоила от 50 до 300 тысяч франков, в 1830-м — 850 тысяч франков, а накануне 1848 года — целых 900 тысяч (а по некоторым сведениям, даже около миллиона); при этом требовалось еще и одобрение каждой кандидатуры королем. Но зато и состояние маклеры наживали многомиллионное. Биржевым маклером мог стать гражданин Франции не моложе 25 лет, который до этого был негоциантом, нотариусом или служащим какого-нибудь парижского банка или торгового предприятия. Кроме цены за место маклер должен был заплатить 125 000 франков залога и вступительный взнос в 50 000 франков за членство в компании, которая разрешала



Биржевой маклер. Худ. П. Гаварни, 1840

финансовые споры. Одним словом, биржевым маклером мог стать лишь человек весьма состоятельный; число маклеров было сравнительно невелико — в общей сложности около шести десятков.

Конкуренцию официальным биржевым маклерам составляли маклеры незаконные («зайцы»), которые заключали сделки, запрещенные законом (в частности, связанные с иностранными займами) не на самой бирже, а поблизости — в пассаже Панорам или в знаменитом кафе Тортони на бульваре Итальянцев. Префекты полиции не раз запрещали использовать эти помещения в подобных целях, но в начале 1823 года «зайцы» совершенно официально наняли у Тортони отдельный зал для своих заседаний, и префекту пришлось закрыть на это глаза.

Русский литератор и издатель Н.И. Греч, посетивший парижскую Фондовую биржу летом 1837 года, описывает ее как заметную достопримечательность французской столицы:

«Парижская биржа стоит отдельно от других зданий, построена в подражание Афинскому Парфенону и очень походит на нашу, петербургскую. Вокруг здания идут 64 колонны коринфского ордена. Четырнадцать таких же колонн составляют перистиль. На аттике представлены аллегорические статуи Торговли и Промышленности. С двух сторон всходишь по великолепным крыльцам. Большая биржевая зала имеет в длину 122 французские фута, в ширину 77. Вокруг ее идут аркады и галереи. Освещена она сверху. Потолок ее расписали с большим искусством Абель-де-Пюжоль и Менье; они подражали в своей живописи барельефам, и так удачно, что в нескольких шагах их работа совершенно обманывает глаз: кажется, рукою можно осязать выпуклости. Публика прогуливается по галереям и смотрит на движение коммерции и на волнение страстей, кипящих внизу. Биржевая игра есть самая гибельная страсть: она пожрала более имуществ и существований человеческих, нежели все азартные игры в мире! Недавно воспретили женщинам вход на галереи Биржи. Говорят, что они представляли там самое отвратительное зрелище. На лицах, которые созданы Богом для выражения нежных и благородных чувств дочери, невесты, супруги, матери, свирепствовали жадность, любопытствие, отчаяние и неистовство».

Гречу вторит другой русский путешественник, Н.С. Всеволожский: «Биржа, новое и прекрасное здание, находится на площади и, можно сказать, в центре города. Архитектура его почти одинакова с архитектурой церкви Марии Магдалины: тот же греческий храм, с такими же фронтонами и колоннами. Внутри огромная зала, где каждый день собирается множество народа, но не столько для обыкновенных торговых сделок или расчетов, сколько для пагубной игры государственными и общественными бумагами, *de la hausse et de la baisse* [на повы-

шение и на понижение]. Прежде и женщины являлись сюда; но теперь их не пускают. Я видел, однако ж, многих, сидящих на наружных ступеньках, под колоннами, и оттуда спекулирующих через сводчиков и маклеров, беспрестанно выбегающих к ним. В чем же состоит игра? В покупке и продаже облигаций Испанского займа, городского долга, акций железных дорог, каналов, асфальта, дилижансов и всяких компаний и обществ, своих и иностранных. <...> Всякий день здесь играют с исступлением. Вот как это происходит. Посредине залы круг, в который, кроме биржевых маклеров (*agents de change*), никто не входит: игроки и почтенная публика тесно обступают этот круг. Маклера беспрестанно подбегают то к тому, то к другому, и кричат, например: «20 акций страховой компании, *курс такой-то*. — Сорок акций Испанского или Португальского займа, по тому-то». Здесь компаний тьма, следовательно, огромнейшие капиталы беспрестанно в обороте. Очень редко случается, чтоб акции не продались и не купились. <...> Не выдавши этого дела, нельзя вообразить, с каким исступлением, с каким бешенством занимаются им. Я знаю людей очень почтенных, которые каждый день являются на биржу, совершенно оставив все прежние свои занятия: они только биржей и занимаются. Наверное же обогащаются одни биржевые маклеры, потому что с каждой перепродажи они получают известный или условленный процент и не участвуют в убытке или барыше: их дело чистое. Этих маклеров положенное, ограниченное число, и оттого за места их платят очень дорого. Мне сказывали, что были такие, которые продавали места свои за 400 тысяч франков, и более».

Как видим, русский поэт имел основания написать, что «весь Париж — лавка». Парижане в самом деле знали толк и в продаже, и в покупке самых разнообразных товаров — от предметов повседневного обихода до предметов роскоши.