

Л.Л. ШПАКОВСКАЯ

ОБЩЕСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ АНТИКВАРИАТА

Судя по многочисленным антикварным магазинам, открывшимся не так давно в центре Петербурга, старые вещи – картины, мебель, посуда, истертые монеты, подписанные и уже нашедшие своего адресата открытки, китайские вазы и старые куклы – обладают какой-то специфической ценностью в обществе, подчиненном “императиву потребления” новых вещей¹. Возможно, в антикварных магазинах продаются не просто вещи, а время, история, статусы, что-то еще?

Источники ценности

Прежде всего, нужно уточнить само понятие ценности и определить ее источник. Классическая и неоклассическая политэкономия представляли ценность субстанционально, то есть аналогично тому, как физика описывает тепло или энергию, которые перемещаются из одного тела в другое, но при этом сохраняются как целое в мире. Ценность виделась своего рода субстанцией, воплощенной в товар: зерном для физиократов, “акциями” для А. Смита, “трудом” для Д. Рикардо [2]. К. Маркс выделял ценностную субстанцию – человеческий труд, количество которого, затраченное на производство той или иной вещи, и приводит к появлению ценности (exchange value)². Благодаря инкорпорированности труда в товары возможно сравнение между собой вещей, не имеющих, на первый взгляд, ничего общего. Например, “данное количество пшеницы приравнивается к известному количеству железа” [3, с. 45], так как на их производство было потрачено равное количество труда.

Субстанциональное понимание ценности мало подходит для решения поставленной задачи. В антикварных вещах не воплощен человеческий труд в том смысле, о котором писал Маркс. Эквивалент затрат труда мог бы составить их ценность только при первой продаже в прошлом. Если бы стоимость антикварных вещей падала при повторной продаже, она могла бы быть определена примерно так же, как в комиссионных магазинах: первоначальная стоимость товара минус процент износа. Однако стоимость антиквариата скорее увеличивается со временем, чем уменьшается. Даже

Шпаковская Лариса Леонидовна – сотрудник факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт-Петербурге. **Адрес:** 191187 Санкт-Петербург, ул. Гагаринская, д. 3. **Телефон/факс:** (812) 275-51-33.
Электронная почта: lara@eu.spb.ru

¹ Ж. Бодрийяр характеризовал современные общества как общества потребления, в которых практика бесконечного потребления новых товаров становится одной из основных практик. См. [1].

² Маркс говорит об абстрактном труде, воплощенном в товар, который представляет собой долю труда, произведенного всем обществом. См. [3, с. 47].

советские государственные антикварные магазины, хотя и были организованы на комиссионных принципах, не подчинялись общим правилам комиссионной торговли, не исчисляли процент износа, а использовали иные критерии.

Субстанциональному подходу противостоит конструктивистский. Одним из виднейших его представителей является Георг Зиммель. Он, в частности, полагал, что ценность является не непосредственным качеством предмета, “как цвет или температура” [4, с. 63], а суждением субъекта об объекте. Это суждение представлено как желание обладания объектом. Будучи изначально субъективным, оно объективируется в процессе обмена, в результате множества соглашений относительно жертвы и прибыли обменивающихся сторон. В итоге в сообществе вырабатываются общепринятые пропорции обмена. Деньги окончательно объективируют ценность и облачают ее в количественную форму. Цена становится своего рода “линейкой”, которая, кажется, измеряет нечто присущее самим вещам, но на деле – пропорции обмена. Такой взгляд на природу ценности представляется более продуктивным, так как он делает акцент на социальных группах, причастных к антиквариату, и их отдельных представителях.

Маркс выделяет еще один существенный компонент ценности – полезность или потребительную стоимость (use value). Это значит, что ценность любого товара состоит в удовлетворении человеческих потребностей. С точки зрения Маркса, эта стоимость не представляет интереса для экономиста. Она есть просто условие возникновения меновой ценности как воплощенного труда.

На этом Маркс останавливается в объяснении сути потребительной стоимости, делая уточнение в одной из ссылок, что в тех случаях, когда потребности не являются физиологическими, они являются “аппетитом духа” и столь же “естественны, как голод для желудка”³. Очевидно, антикварные вещи обладают специфической потребительной стоимостью, удовлетворяют определенным потребностям, или “аппетитам духа”. Чтобы объяснить причины ценности антикварных вещей, мы должны, во-первых, вычленив группы, которые ее создают, а во-вторых, потребности (групповые или индивидуальные, характерные для группы), которым удовлетворяют антикварные вещи, функции, которые они выполняют и которые наделяют их специфической потребительной стоимостью.

Что такое “антиквариат”

В словарях русского языка (толковых и энциклопедических) слова с корнем “антик” имеют две смысловых коннотации⁴. Первая из них связана с античностью, древнегреческой культурой. Она относится к проблеме происхождения слова и остается за пределами нашего анализа. Вторая связана с современными значениями и поэтому более интересна: антиквариат – старые, редкие художественные произведения или ценные

³ Здесь Маркс цитирует Николая Барбона. См. [3, с. 43].

⁴ Для того, чтобы включить в выборку устаревшие и производные формы, в словарях выбирались все слова с корнем “антик”.

вещи, которые являются объектом торговли и собирательства [5]. Другой текст, кодирующий слово “антиквариат” – президентский указ “О реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей”, – трактует его следующим образом: «... Под предметами антиквариата понимаются культурные ценности, созданные более 50 лет назад».

Далее в указе следует список “категорий предметов”, которые относятся к антикварным. В него входят “исторические ценности, в том числе связанные с историческими событиями в жизни народов”; “предметы и их фрагменты, полученные в результате археологических раскопок”; “художественные ценности, в том числе картины и рисунки целиком ручной работы ...; художественно оформленные предметы культового назначения ...; гравюры, эстампы, литографии и их оригинальные печатные формы; произведения декоративно-прикладного искусства, в том числе изделия традиционных народных промыслов и другие художественные изделия из стекла, керамики, дерева, металла, кости, ткани и прочих материалов ...”, а также “составные части и фрагменты архитектурных, исторических, художественных памятников ...; редкие рукописи и документальные памятники ...; архивы, включая фоно- и фотоархивы и другие архивные материалы; уникальные и редкие музыкальные инструменты; старинные монеты, ордена, медали, печати” [6].

Дефиниции антиквариата, данные экспертами: антикварными торговцами, оценщиками, коллекционерами – также могут использоваться для выработки определения. В их суждениях относительно того, что можно считать антиквариатом, встречаются следующие категории: старости – “вещи, выпущенные до революции”; редкости, (уникальности) – “до наших времен дошел один”; несерийности, связанности с исторической эпохой или с историческими событиями – “он представляет эпоху”, или с историческими, известными лицами – “вещи Цоя – это уже антиквариат”; невозможностью воспроизводства “автор умер или владелец умер, завод, фабрика закрылись или перестали выпускать такие предметы; художественной ценности – “должна быть в антикварных вещах какая-то художественная ценность”; зависимости от спроса – “мы принимаем, все, что берут”⁵.

⁵ Курсивом выделены выдержки из интервью, полученные в результате исследования 1999 г. Всего было проведено 8 фокусированных интервью с экспертами в области организации антикварной торговли в Ленинграде и Санкт-Петербурге: искусствоведами (2), экспертами-оценщиками (2), директором антикварного магазина, продавцом антикварного магазина, частными арт-дилерами (2), коллекционером. Исследование проводилось в рамках диссертационного проекта “Торговля и потребление антиквариата: социологический подход” (Европейский университет в Санкт-Петербурге, факультет политических наук и социологии). В статье использованы газетные и журнальные публикации, касающиеся антикварной торговли и коллекционирования антиквариата, каталоги аукционов 1993-1999 годов.

Все эти категории являются взаимосвязанными, пересекаются между собой. К антикварным будут относиться и просто старые вещи, производство которых сегодня невозможно, и художественные произведения, и исторические памятники (или предметы, бывшие во владении известной исторической личности), не имеющие художественной ценности. Чтобы определить область пересечения понятий, выделим центральную категорию. Таковой может быть категория старости. Она выделяется и как наиболее часто встречающаяся, и как основная в определениях и кодификациях. Определения старости могут быть разными. В одних случаях на первый план выдвигается фактор времени, в других – принадлежность к историческим событиям, эпохам, людям, в третьих – невозможность воспроизводства. Вещь становится старой благодаря времени и старой благодаря истории. “Историчность” делает антикварными вещи, даже произведенные совсем недавно, как, например, платье леди Дианы. Физическое время также “антикварирует” предметы: новый автомобиль как товар теряет свою ценность или цену, однако со временем автомобили 30-х годов переходят в категорию антикварных и ценность их возрастает с каждым годом.

В определении антиквариата также необходимо учесть категории, связанные с редкостью, уникальностью, невозможностью воспроизводства. Антикварная уникальность создается временем физическим и временем историческим (благодаря историческим событиям, людям, мастерам, школам). Редкость также связана с художественной ценностью. Произведение искусства – это то, что всегда уникально и неповторимо; художественная ценность есть объективная характеристика, которая позволяет вещи “отправиться в путешествие по времени”. Таким образом, под антикварными мы будем понимать редкие вещи, которые являются таковыми благодаря времени (физическому или историческому), прошедшему с момента их производства, или художественной ценности и которые являются объектом коллекционирования и торговли.

Условия антиквариации

Выделенные “объективные” характеристики редкости, старости, художественности, товарности и коллекционности актуализируются при определенных условиях. Используя терминологию Копытова, можно говорить о том, что антикварными становятся вещи, имеющие специфическую биографию⁶. Попробуем проследить, как строится биография антикварных вещей. Первый контекст их использования может быть назван утилитарным. Все эти предметы непосредственно “вписываются” в эпоху. Они составляют “стилистическое единство” времени (как мебель, произведения искусства или бытовые предметы), говоря словами Зиммеля, “они тождественны времени” [4, р. 563]. Это означает, что в утилитарном контексте вещи соответствуют эстетическим воззрениям

⁶ Игорь Копытов предлагает подходить к вещи так же, как к человеку, то есть исследовать ее биографию, которая рассматривается им в узком смысле как биография товара: как и почему вещь социально определяется как товар или, наоборот, теряет свою “товарность”. См. [7, р. 66-68].

времени, если мы имеем дело с произведениями искусства; представлениям о комфорте, если это мебель или другие бытовые предметы; являются “последним достижением техники”, как радиоприемник, автомобиль или бинокль. Различные культовые предметы, как, например, иконы, используются по назначению. Если вещь антикварная благодаря “истории”, то она изначально используется “историческим лицом” или представителями определенной эпохи, как, например, оружие в сражениях.

Антикваризация связана с тем, что происходит трансформация потребительской стоимости: вещи утрачивают утилитарный контекст использования. Заканчивается эпоха, появляются новые художественные течения, проходит мода на мебель или одежду, умирает их знаменитый владелец или автор, появляются новые достижения технического прогресса. Иначе говоря, нарушается стилистическое единство. Поэтому между двумя этапами может быть своего рода “провал” ценности или период девальвации, когда старые вещи превращаются в немодные, нефункциональные, некрасивые и т.п. Чтобы они вновь обрели ценность, должны появиться группы, заинтересованные в том, чтобы использовать их по-новому. В новом употреблении этих же предметов исчезает утилитарная функция (или она становится второстепенной), и на первый план выступает функция демонстрационная, символическая, функция создания истории, поддержания памяти и т.п. Эти вещи могут стать символами высокого социального положения и заимствоваться новыми элитами, использоваться для создания личной истории, новой идентичности. Они также могут превратиться в предметы коллекционирования, как старые замки или флаконы для духов. С появлением спроса вещи попадают на вторичный рынок, становятся объектом торговли. Появляются дилеры, торговцы, которые строят свой бизнес на разнице оценок, связанных с разными видениями этих вещей в разных социальных группах: в одних как “бесполезный хлам”, в других как определенное символическое благо.

Советский антикварный рынок

Интересно проследить, как в истории советского общества происходят трансформации потребительской стоимости вещей и их перемещения от одних социальных групп к другим. В качестве объекта исследования был взят антикварный рынок Санкт-Петербурга, на котором действуют различные группы агентов, создающие спрос и предложение. Начало исследовательской ретроспективы отнесено к 50-60-м годам XX в., так как именно к этому времени эксперты относят возникновение антикварного рынка в Советском Союзе⁷.

⁷ .Безусловно, дата возникновения антикварного рынка в Советском Союзе во многом условна. Рынок в виде “барахолок”, комиссионных магазинов и магазинов, в которых продавалось конфискованное имущество, существовал еще с 20-30-х годов. Однако сфера собственно антикварной торговли была узка. В условиях постоянного товарного дефицита, бедности большей части населения, тратившего практически всю зарплату на покупку продовольствия, приобретение предметов антиквариата как дорогих вещей, имеющих

Массовое строительство, новые эстетические течения и советские граждане

Появление антикварного рынка связывается с реформами Н.С. Хрущева, с “хрущевской оттепелью”. Новая политика во многом предстает попыткой отрицания старой, как во внешней, так и во внутригосударственной сферах. Это также выразилось в отрицании старых и введении новых эстетических канонов и, соответственно, в новой организации повседневной жизни и быта советских граждан [9]. В это время появляется идеологическое движение за “новый быт”, цель которого – реорганизация быта большинства людей в соответствии со стандартами, соответствующими коммунистическому обустройству жизни: светом, чистотой, экономичностью использования пространства [10].

Одним из важных событий в культурной жизни того времени был VI Всемирный фестиваль молодежи и студентов, прошедший в Москве в 1957 г. Вместе с его иностранными участниками в Советский Союз попадает и информация о западной культуре, о новой западной эстетике, о западном образе жизни. А вместе с появлением импортных товаров и культурной продукции с Запада приходит новая массовая мода в одежде, интерьере, жизненном стиле. Эта мода, основанная на принципах минималистской эстетики (простых, чистых формах: круг, квадрат, треугольник и т.п.) вписывается в общий настрой прогресса, стремления к новому быту и борьбы с мещанством. Оказалось, что старые вещи: посуда, мебель и прочие предметы, составляющие повседневную обстановку многих граждан, – больше не просто не модны, но даже в некоторых случаях предосудительны как нечто чуждое советскому строю и советскому быту. В результате вещи прошедшей эпохи в обыденном сознании не просто теряют свою эстетическую ценность, но девальвируются до того, что их ценность становится как бы со знаком “минус”. Они попадают на свалки как старый ненужный хлам. Старинные громоздкие комоды, секретеры, диваны и картины заменяются новой модной мебелью – болгарскими и польскими мебельными гарнитурами. Советская мебельная промышленность также начинает выпуск новых образцов, более доступных для большинства.

В: Почему люди покупали новую мебель?

О: Время тогда такое было. Модно было все так, чтоб ничего лишнего. Видели наверно в фильмах 60-х годов. Столик на трех ножках, бокал на тонкой высокой ножке, занавески в полосочку. Простые законченные формы. Вот и обставляли себе квартиры новой мебелью, а старую выбрасывали. На дачах печи топили бесценными вещами, сейчас аналогичные им в нашем музее стоят. А умные люди как раз в это время и делали коллекции. Потому что антиквариат – это то, что ценится всегда, и цены на него потом резко выросли. А тогда выбрасывали вещи, цены которым нет.

неутилитарную функцию, могло осуществляться только очень ограниченной группой людей. См. [8].

В 1957 г. выходит постановление Совета Министров “О развитии жилищного строительства СССР” [9] – начинается небывалое по масштабам возведение современных панельных домов. Массовое строительство призвано срочно исправить бедственное положение в жилищной сфере, решить проблему острой нехватки жилья. Согласно семилетнему плану 1959-1960 гг. за этот период должно было быть построено 8,2 млн. кв. м жилой площади и 280 тыс. квартир, в которые должны были переехать около миллиона ленинградцев. Строительство приобрело невиданный размах, за весь довоенный период было построено только 3 582 тыс. кв. м жилой площади [11, с. 22-23]. Новые дома своими простыми и экономичными формами удачно вписывались в эстетическое видение времени. Подчиненные целям экономии затрат, габариты новых домов были значительно уменьшены по сравнению с существовавшими раньше строительными нормами, и, тем более, по сравнению с домами дореволюционной постройки. Например, предполагалось снизить стоимость одного метра жилплощади на 10% за счет уменьшения площади подсобных помещений на 45–60% по отношению к общей жилплощади, соединения санузла с ванной, уменьшения высоты потолка с 3 до 2,7 м [11]. Старая мебель, соответствующая крупным дореволюционным масштабам, не помещалась в новые квартиры. Старинные шкафы, столы, горки для посуды не входили в узкие двери “хрущевских” квартир, не помещались на маленьких кухнях. Другие старинные предметы быта, которые по размерам могли бы разместиться в новопостроенных домах, стилистически не соответствовали новому минималистскому интерьеру, новому советскому быту. Они рассматривались теперь как элемент “чуждого мещанского быта”.

Тогда началось строительство “хрущевок”. Многие из коммуналок переезжали. А старая громоздкая мебель просто не помещалась в новые маленькие квартиры. Поэтому ее и выбрасывали... А потом в новом доме, где все новое, новая мебель и все должно быть новым, стилистически совпадать. Рядом с новой мебелью не поставишь старинный канделябр. Как-то это дико. И потом, это же было позор, мещанство.

Старые вещи перестают быть ценными, во-первых, для людей, объединенных общей жилищной ситуацией, вернее, ситуацией, связанной со сменой жилья, а во-вторых – для людей, подверженных новым эстетическим течениям, модам, вовлеченным в общественную жизнь. Такой группой может считаться советский средний класс, сформированный после революции взамен старых буржуазных профессионалов и управленцев⁸.

⁸ В. Дунхем предлагает называть средним классом в Советском Союзе не “статистическое единство по доходу, богатству или занятию”, но единство, объединенное специфическими ценностями. Социальные позиции, занятия и доходы представителей среднего класса различны настолько, что невозможно рассматривать средний класс как нечто укорененное в какой-либо социальной группе. Символически понятие “выражает обуржуазивание советских манер, ценностей и отношений”. Средний класс появился в Советском Союзе в результате модернизации страны в 30-40-е годы. Ценностные ориентиры в нем

Именно для ее представителей была характерна ориентация на специфические “буржуазные” ценности: лояльность по отношению к режиму, стремление к материальному достатку, приватности жизни, независимой нуклеарной семье. Антикварные вещи обесцениваются благодаря тому, что они утрачивают возможность утилитарного использования, использования по назначению: они больше не модны, не удобны, не комфортны, не красивы. За счет того, что они выходят из сферы повседневного быта, создается мощное предложение на антикварном рынке. Формированию спроса способствовали другие группы.

Коллекционеры

Группой, находящей ценность в старых, дореволюционных вещах, были, прежде всего, коллекционеры. Коллекционеров условно можно разделить на “профессионалов” и “любителей”. Профессионалами назовем тех, кто владел значительным объемом знаний, необходимым для произведения атрибуции вещи, практикой коллекционирования. Такое знание (практическое и теоретическое), так же как и образцы коллекционерской практики, обычно передавалось в семье. Поэтому коллекционерами-профессионалами были те, кто имел семейные традиции, в том числе связанные с коллекционированием произведений искусства и антикварных вещей. С другой стороны, профессионалами могли стать представители советских привилегированных слоев, особенно те, кто имел и возможность приобретать антикварные вещи, и необходимые знания, образование, – представители так называемой “творческой интеллигенции”, занимавшие элитное положение или входящие в государственные элитные организации⁹. К любителям отнесем тех, кто не имел нужного образования, но имел вкус к старине или вкус к роскоши. Любителями были и советские состоятельные слои, которые приобретали дорогие, роскошные вещи, и “простые граждане”, которым был свойственен вкус к старине, собиравшие “с помоек”, приобретавшие задешево в магазинах и на блошиных рынках антикварные вещи [13, с. 136].

Покупка старинной антикварной мебели, коллекционирование дореволюционных произведений искусства для одних было продолжением семейной традиции, для других – способом создания истории, связанной с предками, для третьих – утверждением привилегированности положения, а для кого-то – способом альтернативного бытия “проявлением самостоятельности, возможности выбора в условиях унифицированного существования”¹⁰.

задают новые бюрократы и управленцы, жаждущие стабильности, карьерного продвижения, материального достатка, приватности жизни. См. [12].

⁹ Советская партийная элита, а также лица, имеющие крупные доходы (например, занимающие управляющие должности в торговле, представители элитных организаций), приобретали антиквариат в 30-40-е годы [8].

¹⁰ Характерной является биография известного петербургского коллекционера русской живописи начала XX в. Соломона Шустера. Шустер был потомственным коллекционером: его отец и дед занимались коллекционированием. См. [13, с. 136-145].

Иностранцы

Другим источником спроса на антикварные вещи, помимо группы коллекционеров, стали иностранные покупатели, “заграница”. Начиная с 60-х годов число иностранных туристов, посещающих Советский Союз, постоянно растет. Появляется больше возможностей для выезда за границу и у самих советских граждан. Заграничные туристы обычно приобретали “русскую старину” в качестве сувениров. Мощный спрос на дорогие, ценные вещи обеспечивали иностранные коллекционеры антиквариата, которые делали покупки по ценам, превышающим цены внутри страны.

Торговцы

Отдельно можно выделить группу антикварных торговцев. Их доходы строились на разнице оценок антиквариата, которые давали большинство советских людей и коллекционеры, а также иностранные покупатели. Эта разница определялась, с одной стороны, знанием, позволяющим оценивать антикварную вещь на основе ее возраста, подлинности, авторства, вписанности в историю и т.п., а с другой – разными контекстами употребления старых вещей. Представителями среднего класса они использовались утилитарно, а потому уступали более модным и функциональным новым вещам. В других группах эти же вещи использовались иначе – играли демонстрационную роль, в то время как их утилитарная функция оставалась второстепенной или же вовсе не востребованной.

Существовали профессиональные дилеры – те, для кого антикварная торговля была основным занятием и источником дохода, – и дилеры “по совместительству”, которые занимались этим дополнительно к своей основной работе. Антикварным торговцем мог стать тот, кто владел “антикварными знаниями” и, следовательно, мог видеть разницу оценок или же владел “антикварными знакомствами”. Дилеры составляли своего рода дилерскую сеть. Некоторые из них работали на определенного коллекционера, другие были “вольными стрелками”. К дилерам можно отнести и некоторых коллекционеров, которые превращали коллекционирование из хобби в источник дохода, иногда основной.

Государство

Отдельную позицию в ценностном определении антикварных вещей занимало государство. Оно стремилось монополизировать владение произведениями искусства, в том числе антикварными вещами. Начало этой политике было положено серией декретов, вышедших в 1918 г.¹¹. В

¹¹ См.: “О конфискации имущества низложенного российского императора и членов императорского дома”; “О регистрации, приеме на учет и охране памятников искусства и старины, хранящихся во владении частных лиц, обществ и учреждений”; “Постановление о разрешении местным советам реквизирувать мебель в частных квартирах нетрудовых элементов и частных конторах для нужд советских учреждений”; “Декрет о запрещении вывоза за

результате имущество, принадлежавшее бывшим “эксплуаторским классам”, перемещается во владение государства, старые символы высокого социального положения переходят к новым владельцам, перенявшим господствующие позиции. В руках государства эти вещи символизируют водворение нового строя, который сделал общенародным достоянием то, что раньше принадлежало избранным. Поэтому концентрация в частных руках старых ценных вещей, равно как и торговля ими, не приветствовались. Частная антикварная торговля рассматривалась как спекуляция. Государство стремилось прекратить ее с помощью репрессивных мер: изъятий частных коллекций, облав на антикварных дельцов, скупки антикварных вещей у населения. Осуществляя торговлю антикварными вещами “за рубеж”, государство также стремилось монополизировать частную антикварную торговлю внутри страны. В период с конца 50-х до середины 60-х годов в Ленинграде существовало три государственных антикварных комиссионных магазина, принимавших вещи у частных лиц. Наиболее “интересные” и ценные из них стремились приобрести музеи. Цены в государственных магазинах обычно устанавливались ниже тех, которые были на черном антикварном рынке.

С попаданием антикварных вещей во владение государства некоторые из них (в тех случаях, когда мы говорим о государственных коллекциях) изымались из товарной сферы. Существовал (и существует до сих пор) запрет на любую продажу музейного имущества или каких либо других видов национального достояния. Этот запрет имел вид не только законодательных установок, но и морального осуждения. Это означало, что старые вещи, перестав быть товаром, хотя и имели символическую и демонстрационную функции, тем не менее, переставали быть антикварными. Согласно же нашему определению, антикварными могут считаться не просто вещи, имеющие неутилитарную, символическую, демонстрационную и т.п. функцию, но и вещи, являющиеся объектом торговли, находящиеся (возможно, потенциально) на вторичном рынке.

Антикварный рынок в постсоветский период

В постсоветский период антикварный рынок получает возможность легализации. С 1992 г. начинается процесс приватизации государственной собственности. В том же году при Министерстве культуры образован специальный Комитет по сохранению культурных ценностей. Антикварные торговцы и коллекционеры могут теперь открывать собственные магазины, получив предварительно в территориальном комитете лицензию. Так антикварная торговля внутри страны передается в сферу частного предпринимательства; при этом государство оставляет за собой некоторые монопольные позиции [6]. Начиная с 90-х годов, появляются первые институциональные образования ранее почти полностью нелегального рынка.

границу предметов особого художественного и исторического значения”. Эти документы опубликованы в кн.[14].

Магазины

Первые частные магазины не имели определенной специализации, они скорее напоминали лавки старьевщика, в которых можно было найти как ценные, дорогие, в хорошем состоянии предметы, так и простые, малоценные предметы быта. Постепенно появляется дифференциация. Возникают салоны-магазины, рассчитанные на состоятельных покупателей, где предлагаются вещи отреставрированные, подобранные в коллекции (например, целый мебельный гарнитур или сервиз). Эти товары часто имеют сертификаты, выдаваемые музейной экспертизой. Другой тип магазинов – “хламники”. Хламники не имеют специализации, они не ориентированы на работу с определенной категорией клиентов или продажу вещей одного класса. Предметы в них продаются обычно в том виде, в каком их сдают на комиссию владельцы. Однако встретить там за бесценок дорогую вещь практически невозможно. Ценные предметы не выставляются на прилавок, их может приобрести только тот, кто имеет личное знакомство с организаторами магазина, постоянные клиенты, те, кто включен в сеть знакомств антикваров. Именно “под клиента” магазин часто берет какую-либо вещь.

Аукционы

Значимым агентом на антикварном рынке Санкт-Петербурга являлись аукционы. Их проводили некоторые крупные магазины и аукционные дома (“Геллос”, “Альфа-арт”). Продажа вещи с аукциона и включение ее каталог имеют большое значение для придания вещи “статуса”, подтверждения ее подлинности, создания известности; чем престижней и известней аукцион, тем большую значимость приобретает предмет, с него проданный. Аукционные торги влияют на моды на антикварном рынке.

Появилась не только дифференциация магазинов, но и своего рода специализация регионов. Центром антикварных покупок становится Москва. Петербург превращается скорее в ресурс или источник антикварных вещей. Торговля переориентируется на новых состоятельных клиентов.

Новые покупатели антиквариата

В начале 90-х годов начался бум антикварной торговли. Появился новый слой состоятельных людей внутри страны, ориентированный на крупные и дорогие покупки. Источниками его доходов стали, главным образом, новые для России формы экономической деятельности. Антикварные вещи оказались подходящим товаром для этой категории покупателей. Благодаря тому, что их стоимость не уменьшается с течением времени, они рассматриваются как способ вложения денег. К тому же покупка ценных антикварных вещей является престижным демонстративным актом. Всех “новых покупателей” можно разбить на частных и корпоративных.

Корпоративные покупатели

К таковым можно отнести коммерческие банки и крупные коммерческие организации. В начале 90-х годов банки составляли коллекции антикварных вещей и произведений современного искусства. Будучи новыми

финансовыми институтами, они не имели устоявшихся образцов взаимодействия с общественностью и старались перенять западные традиции. Одной из таких традиций было составление художественных коллекций. Однако для банков России такой опыт оказался неудачным, во многом потому, что их коллекции часто представляли незначительную художественную ценность или содержали подделки. Поэтому ожидания банков о выгодном вложении денег и рекламе не оправдались – “коллекции не удалось продать даже за ту сумму, которая была в них вложена”.

В: А почему банковские коллекции были плохие?

О: Среди них было много подделок. Да они еще и выставки устраивали! Приходят специалисты, смотрят – что-то не то, подделка. Потом, формировались эти коллекции как попало. Выдержанную в одном стиле, согласно всем канонам коллекцию собрать трудно. Нужно чтобы она была еще и полной. Только тогда она значимая. А потом, как они подбирали дилеров? Ты знаешь меня, я знаю тебя... Через знакомых, друзей. Среди них много непрофессионалов было. Или они старались продать банкам что попало. Сами-то владельцы мало что в этом понимают.

Частные покупатели

Другой группой покупателей антикварных вещей и коллекций были частные лица – представители новых богатых слоев населения. Обычно респонденты называют их новыми русскими или новыми богатыми. Для них приобретение антиквариата также было элементом престижного потребления и выгодного вложения денег. От прежних коллекционеров, состоятельных покупателей советского периода, сохранивших свое имущественное положение, их отличает то, что они не имеют необходимых для коллекционирования знаний, которые в советское время передавались преимущественно через семью. Среди них существуют группы с различными стратегиями покупок, мотивами и способами использования антикварных вещей, что, очевидно, зависит от уровня художественного образования.

*Классические новые русские*¹². О них обычно антикварные торговцы высказываются с презрением как о тех, кто мало знает, плохо разбирается в искусстве. Их выделяют по внешнему виду (например по золотым цепям, которые часто приводятся как одна из основных характеристик), по особенностям выбора антикварных вещей. Такие покупатели при выборе руководствуются, прежде всего, ценой вещи, либо же известностью автора, стиля и т.п. Продавец в магазине предупредил, что картина поддельная, а цена не оправдывает качества. Тем не менее, тот ее купил: “Главное, что я гостям скажу, – объяснил бизнесмен в цепях. – Нарисовал Айвазовский, стоит три “штуки” [15, с. 26]. Респонденты также отмечают стремление этой категории ко всему нарочито-пышному, изготовленному из дорогих материалов. Сейчас стал моден модерн. Потому что это смешение стилей. Ну

¹² Эта группа покупателей названа “классические новые русские” в соответствии с устоявшимся образом нового русского, встречающегося, в частности, в анекдотах. Этот образ достаточно близко воспроизводится в суждениях респондентов.

и потом он появился в конце прошлого века, начале нашего ..., тогда, как и сейчас, появлялось большое количество новых богатых. Тогда был в моде напыщенный, шикарный стиль. Он и сейчас снова в моде. Новые русские покупают, подобно такому вкусу, все пышное, роскошное, напыщенное так же, как тогда. Основной функцией антикварных вещей для этой категории можно назвать демонстративную.

Новые богатые. Выражение “новые русские” по отношению к ним обычно не используется. “У меня есть друзья, ну они, конечно, не новые русские, а так, обычные люди, у которых деньги появились”. Они гораздо чаще, нежели новые русские, прибегают к помощи экспертов. Нанимается специальный эксперт-оформитель, который составляет коллекции, оформляет интерьер жилища, сам находит вещи, представляя нанимателям смету расходов. Эксперта находят через знакомства: либо он “оформлял квартиру друзьям”, либо его рекомендует эксперт-оформитель, работающий у друзей. Для новых богатых важнее показать не столько уровень дохода, сколько “культурность”, умение разбираться в искусстве, знание истории, причастность к аристократической практике коллекционирования предметов искусства. Поэтому они приобретают вещи, руководствуясь не только ценой. При покупке их интересует подлинность вещи, ее стилистическое соответствие всей коллекции, общему интерьеру или изначальным элементам декора квартиры. Антикварные вещи здесь призваны украшать быт, они имеют эстетическое значение для своих владельцев. Другим веским мотивом антикварных покупок является вложение денег, для чего важна подлинность вещи, ее художественная ценность и прочее.

При перемещении антикварных вещей от одних групп к другим происходит трансформация их стоимости из утилитарной или потребительной (*use value*) в символическую или демонстративную. Представители так называемого среднего класса перестают находить ценность в старых предметах, которыми они располагают, так как не могут их больше использовать по прямому назначению. Происходит смена эстетических воззрений, появляется идеология нового быта, строится новое жилье. В результате вещи прошлой эпохи перестают составлять “стилистическое единство времени” и начинают считаться немодными, некрасивыми, некомфортными и т.п. Следовательно, их владельцы, стремящиеся к получению все новых материальных благ, стараются от них избавиться. Представители других групп, наоборот, находят ценность в старых вещах, в их демонстрационной и символической функции. Коллекционирование или простое приобретение антикварных вещей служит для них способом конструирования или поддержания определенной “знатной” идентичности, способом создания личной истории, одной из возможностей символического подкрепления высоких экономических или властных позиций. Антикварные вещи являются достаточно удобными для этого, потому как они сами обладают историей, которая создается их первыми и последующими владельцами, контекстами использования и т.п. Приобретение таких “историчных” предметов равнозначно присвоению себе их историй, например имен и титулов прежних владельцев, или

престижности, связанной с именем автора, или просто значимости, определяемой той или иной прошедшей эпохой. Кроме того, антикварные вещи легко коллекционируемы, то есть из них легко составить серию предметов по одному или нескольким признакам – по времени создания, по стилю и т.д. Историчность, «коллектибельность», а также художественная значимость (или ценность материалов) делает антикварные вещи предметами *par excellence* для того, чтобы они получили символическую ценность в социуме.

Антикварный рынок становится своего рода посредником при трансформации потребительной стоимости старых вещей. Его участники – антикварные торговцы – не только исходят из оценок, осуществляемых покупателями-коллекционерами, но и сами активно участвуют в определении ценности вещей. Значимую роль здесь играют некоторые институциональные формы: аукционы, каталоги, эксперты, крупные престижные магазины, салоны, – которые появляются на российском рынке после “перестройки”.

Государство также занимает значимую позицию в процессе социального переопределения ценности. Оно покупает вещи у граждан и осуществляет торговлю ими за границу и внутри страны, выделяя, таким образом, так же, как и торговцы, коммерческую ценность антикварных вещей. Оно присваивает себе наиболее ценные предметы и использует их для символического подтверждения своей значимости или представляет своего рода гарантию ценности вещи в том случае, если она находится или находилась во владении государства (как это происходит в постсоветское время, когда важную роль при подтверждении ценности и подлинности стали играть эксперты государственных музеев).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. М., 1995.
2. *Mirowski Ph.* Learning the meaning of dollar: Conversation principles and the social theory of value in economic theory // *Social Research*. 1990. V. 57. No 3.
3. *Маркс К.* Капитал. Т. 1 М: Издательство политической литературы, 1988.
4. *Simmel G.* The philosophy of money. London: Routledge, 1995.
5. Словарь русского языка. М., 1957.
6. Указ Президента Российской Федерации о реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей от 21.06.1994 // ИПС “Кодекс”.
7. *Kopytoff Y.* The cultural biography of things: Commoditization as process // *The social life of things* / Ed. by A. Appadurai. Cambridge, UK: University Press. 1996.
8. *Осокина Е.А.* За фасадом “сталинского изобилия”. М: РОССПЭН, 1998.
9. Свет и тени “великого десятилетия”: Н.С. Хрущев и его время. Л.: Лениздат, 1989.
10. Строительство и архитектура Ленинграда. 1961. № 1.

11. *Герасимова Е.* Массовое жилищное строительство и изменения в повседневной жизни горожан // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 1998. № 3.
12. *Dunham V.* In Stalin's time: Middleclass value in Soviet fiction. Cambridge University Press, 1979.
13. *Демиденко Ю.* Коллекционер среди коллекционеров // Наше наследие. 1999. № 42.
14. Декреты советской власти. Т. 3. М: Политиздат, 1964.
15. *Полякова Ю.* Страсти по старине // Огонек. 1997. № 18.