

Валентина ГОЛУБОВСКАЯ

БЕЛЫЕ ФЛАГИ

"В нашу прозу с ее безобразьем с октября забредает зима. Небеса опускаются наземь, точно занавеса бахромы", — хоть не об Одессе писал Борис Пастернак, а так похоже на Одессу.

Осенью и зимой город всегда выглядит иначе, чем весной и летом. На смену легкости, праздничности в городской пейзаж врывается унылость — голые деревья обнажают обшарпанные фасады, мокрые тротуары становятся небезопасными, особенно если покрываются тонким слоем льда. Мостовые всегда готовы окатить пешехода из луж, взметнувшихся вверх грязными брызгами из-под колес машин. Тоска.

В этой хоть и безрадостной, но привычной осенне-зимней картине появились новые штрихи. И эти мазки в городскую палитру внесла не природа, а то "Чудище обло озорно огромно стозевно и лаяй", которое навалилось на всех. Кризис...

В последние годы обычными стали меняющиеся вывески. Почти на каждом квартале на смену одним магазинам приходили другие магазины, офисы, парикмахерские, аптеки... Даже на своем квартале я наблюдала этот калейдоскоп. Но как-то в последние месяцы он крутится с лихорадочной скоростью. Вот на ближайшей улице увидела пустое место. Здесь же еще недавно был цветочный павильон! Не такой шикарный, как цветочные галереи на Преображенской или Александровском проспекте. Но всегда можно было выбрать цветы, букет, и по достаточно демократичным ценам. Ни букетов, ни цветов, ни самого павильона. Хоть стоявший рядом с ним (не цветочный!) сохранился.

А в наш зимний пейзаж, который скорее напоминает затянувшуюся осень, вторгся белый цвет. И это,

к сожалению, совсем не белизна снега. Тревожный цвет капитуляции перед наступившим кризисом. На витринных окнах, на дверях, на опущенных ролетах вывешены "белые флаги" — объявления: "Продам", "Сдам в аренду"...

И количество этих "белых флагов" говорит о наступлении тяжелых времен больше, чем напоминающие фронтовые сводки телеви-

зионные новости, всевозможные ток-шоу, где, забыв о достоинстве и чести, политики воюют друг с другом на виду всей страны. Кризис...

А на одном ток-шоу предлагают зрителям делиться опытом и секретом экономии. Все бы ничего, и предложение, может, заслужило бы внимания. Правда, я вспоминаю, как в самом начале кризиса на этом же ток-шоу известная дама, стиль-

ная красавица и умница, одна из ярких представительниц демократической России, предлагала свой рецепт экономии в условиях кризиса: "Посмотрите, от чего вы в этих условиях можете отказаться, — от новой норковой шубки, от зимней резины, если вы еще зиму можете на ней поехать".

Боюсь, что, по меньшей мере, половине зрителей этой популярной телевизионной программы вспомнилась старая поговорка: "У кого жемчуг мелкий, у кого суп негустой".

Так что секреты экономии у каждого свои.

Но когда в трамвае ты слышишь разговор двух женщин, вспоминающих ностальгически 23-й трамвай-

ный маршрут, то невольно оборачиваешься и вылетаешь слова: "Боже, как приятно увидеть и услышать в наше время одесситов, помнящих еще 23-й номер!". Тут же включают еще несколько человек: "А Первый номер трамвая?!", "Жалко, что такого разговора уже не услышит покойный Додик Макаревский, который знал не только все трамвайные маршруты, но на каждом из них все без исключения остановки..."

На Греческой несколько человек выходят из трамвая и по-одесски, словно старым знакомым, желяют друг другу: "Всех благ!", "Будьте здоровы!". Настоящие одесситы. И этим все сказано. Надеюсь, что они продержатся и выстоят. Не выветят белые флаги.



Фото Евгения Волокина

Реклама была всегда! Сохранились мраморные рельефы Древнего Рима с изображением тогдашних хирургических инструментов, большого уха, а то и врача, заглядывающего в глаза своего пациента. "Реклама" римских эскулапов.

Не только из сказок Андерсена, но и по миниатюрам, по витражам, по каменным рельефам мы живо представляем себе рекламу Средневековья — сапог, ножниц, булочки и многое другое вело к нужной лавке или мастерской.

Столетие пролетело, но по-прежнему в стихах Александра Блока "вдали, над пылью переулочной, над скукой загородных дач чуть золотится крендель булочной..."

Анна Ахматова в одной из "Северных элегий" вспоминает Петербург своей юности:

*Везде танцклассы,
вывески менял,
А рядом: "Henriette",
"Basile", "Andre"
И пышные гроба:
"Шумилов-старший".*

Потом на смену этим Анриетт, Базиллю и Андре пришли "Нигде кроме, как в Моссельпроме" и "Пролетарка, пролетарий, посетите планетарий!"

А потом и уж совсем бесхитростные "В сберкассе деньги накопил — путевку на курорт купил!" и призывы: "Летайте самолетами Аэрофлота!" —

и никаких тебе "Люфтганзы" и "Бри-тиш эйрвейс".

Что еще можно было прочесть в недавние времена? "Ушла на базу". "Билетов нет" — на поезд, в кино, в театр, и "Мест в ресторане нет". Да чего ни хватить — всего нет!

И над всем этим реяло "Экономика должна быть экономной". Остроумцы, закалившиеся в борьбе с вечным "нет", отсекали последнее слово, получалось грустное "Экономика должна быть..."

Но "пришли другие времена, вошли другие имена". Рекламы стало много. Очень много! На ТВ, в газетах, журналах, на транспорте, на билбордах — далее везде!

Как и положено рекламе, она бы-

вает настырной, назойливой, кричащей, иногда опасной (если падает вам на голову), не всегда достоверной и привлекательной, бывает экзотической, откровенной, подчас чересчур, но, увы, очень редко бывает остроумной. И это в Одессе...

Хоть все-таки удачные находки, даже исчезнувшие (я, во всяком случае, их больше не встречаю), запомнились. Вот хоть та, у вокзала, про земной шар, который — только часть Суши, остальное — Сакэ!

Или билборды с надписью на белом фоне — "Отдохни от рекламы!". Кто же нам, думалось, предлагает эту счастливую передышку? Мелкими буквами, почти незаметными, в верхнем углу был помещен логотип фирмы "Векка".

Подушав от дорогой рекламы, я с удовольствием нахожу самодельные надписи, в которых вижу, что ручеек одесского юмора не иссяк окончательно.

Вот хоть эта, мелом на куске жести, на одном из одесских базаров: "Не приставайте к продавцу! За вопрос, где туалет, — 3 гривны. За вопрос, где купить и как пройти, — 10 гривен. За сложный вопрос — 50 гривен. За поговорить — 100 гривен!"

А тут, к несчастью, подвалили финансовые встряски, и реклама тоже "встряхнулась". На магазине готовой одежды появился призыв: "Встретим мировой кризис в новом костюме!".

Я никогда не покупаю карточки для мобильного телефона в магазинах, а только на уличных перекрестках. В магазинах, в офисах мобильной связи с кондиционером, с сервисом комфортно и продавцам, и клиентам.

Но я всегда беру эти карточки у мальчиков, у девочек, у женщин, сидящих под зонтиками в летнюю жару, под дождем и снегом — осенью и зимой, потому что кто-то мне сказал, что их зарплата — от вырочки, они "сидят на проценте". Может, это блажь с моей стороны, но пусть и моя ничтожная доля процента попадет в их, думаю, тощий кошелек.

Сколько пресловутых "рабочих мест" появилось в Одессе! Причем не стараниями государства, которое как раз, по-моему, лишило многих привычной профессиональной работы и вышвырнуло людей на базары, а то и просто на улицы, а стараниями самих людей, которые, как та лягушка в крынке со сметаной... Стали привычными на улицах города, в супермаркетах юноши и девушки — распространители флаеров, рекламных листовок, сообщающих об акциях, о скидках, о новых способах похудеть, предлагающих путешествия в экзотические страны, сулящих невиданные и не-

слыханные соблазны. И хоть чаще всего вся эта печатная продукция летит в ближайшую урну, а то и мимо нее, но если она издается, если она распространяется, есть в ней какой-то смысл и для ее заказчиков, и для этих молоденьких распространителей. И какие-то деньги они получают за свое стояние и хождение по улицам?!

А еще обращаешь внимание на женщин, одиноко сидящих с маленькими букетиками домашних цветов на каком-нибудь углу людной улицы, — не путать с профессиональными цветочницами на трамвайной остановке у Соборной

площади! Хоть и тем нелегко, и у тех это способ заработать.

А музыканты — и тоненькая девочка с флейтой, и мальчик-скрипач с открытым футляром для сбора "гонорара" на асфальте, и виртуоз, игравший на куске арматуры, что-то я давно его не вижу и не слышу на Греческой площади...

На днях на Привозе молочный корпус был оглашен торжественной медью духового оркестра. Обходя все ряды корпуса, шествовал одесский "надежды маленький оркестрик" — немолодые музыканты, впереди шел их собрат с раскрытым чемоданчиком, в который сердобольные поку-

патели и продавцы бросали кто сколько мог. Потом я этот оркестр услышала за пределами молочного корпуса. На Привозе стало веселее!

А недавно наши приятели, бывшие одесситы, приехавшие из Москвы, рассказали такой эпизод. Они возвращались с Ланжерона в свою одесскую квартиру, и у арки стоял типичный одесский дядька, каких уже почти не осталось в Одессе, и наяривал на аккордеоне какую-то одесскую мелодию. Они заулыбались, а музыкант, тоже улыбувшийся, сказал: "Я улыбки не кушаю. Я кушать хочу!". Кушать хотят все...

Кое-где любят "покрепче", а в Одессе всегда любили — "послаще". Нет, "крепкое" и "острое" и у нас всегда было в чести, но все же предпочтение отдавалось сладкому.

Конечно, теперь не увидишь на подоконниках бутылки с обвязанными марлей горлышками — вишневка! Но компоты, варенья, перетертая на зиму смородина с крыжовником и сейчас не сдают своих, пусть и поколебленных позиций. Одесситки всегда были озабочены витаминами и "не брали в голову" хо-лестерин!

Фаршированная рыба, как была, так и осталась одесским брэндом, но

не менее популярными когда-то были мясо с черносливом в кисло-сладком соусе и рыба, особенно славился карп, в таком же золотисто-красном соусе, сладость которого оттенялась лавровым листом и зернышками черного перца. А одесский цимес, который готовили одесские хозяйки! Теперь, кажется, только слово как знак восхищения осталось...

Что уж говорить о знаменитом одесском "на сладкое" — штрудели, вертуты, тающие во рту пирожки и "наполеон", без которого не обходилось ни одно семейное торжество, к тому же в каждом доме были еще и свои фирменные торты. Этот

торжествующий взгляд хозяйки в конце пиршества — удалось!

В самые тяжелые времена Одесса не могла отказаться от "сладкого" — был ли это в голодные годы "малай", выпеченный из кукурузной муки, или пироги, появившиеся, как чудо, из одесского "чуда", формы для выпечки на примусах. Примус — великий спаситель одесских хозяек. Еще газовые и электрические духовки были редкостью, о грилях и микроволновках слыхом не слыхивали, а на примусах творилось подлинное волшебство и слава одесской кухни...

...Как-то мы поехали к морю, на

Дачу Ковалевского. С берега поднялись на уютную веранду кафе, нависающую над пляжем. Официантка принесла меню, на котором мы прочли название заведения — "Голь у моря". В фирменном стиле исполнены силуэты гоголевских персонажей. Подумалось, может, они так готовятся к приближающемуся 200-летию писателя. На наш вопрос девушка простодушно ответила: "Мы хотели назвать кафе "Голь-моголь", но такое уже есть в центре. Поэтому мы просто "Голь у моря".

Современные соблазны безграничны. Но нет-нет и мелькнут в на-

званиях ностальгические воспоминания: и о гоголе-моголе, и о компоте, и о других сладких радостях неизбалованного детства.

У нас не только названия ресторанов и кафе могут таить в себе обещания "сладкой жизни", но и совершенно иные заведения. Идешь по улице, видишь вывеску "Сахар". Нет, не фирменный магазин сахарного завода, а оказывается, салон красоты. Заворачиваешь за угол, проходишь квартал — вывеска "Карамель". Тоже салон красоты! А неподалеку — свадебный салон "Мармелад".

Одесса таки действительно сладкий город!