

# ЛАБИРИНТ

журнал  
социально-гуманитарных  
исследований

---

№4

(сентябрь-октябрь 2012)

[www.journal-labirint.ru](http://www.journal-labirint.ru)

## СОДЕРЖАНИЕ

## РЕДАКЦИЯ

главный редактор

*М. Ю. Тимофеев*

(д-р филос. наук)

ответственный секретарь

*Д. С. Докучаев*

(канд. филос. наук)

редакционная коллегия

*Д. Н. Замятин* (канд. геогр. наук, д-р культурологии)  
Москва, Россия*А. В. Зобнин* (канд. ист. наук)  
Иваново, Россия*О. В. Карпенко*  
Санкт-Петербург, Россия*М. П. Крылов* (д-р геогр. наук)  
Москва, Россия*М. А. Литовская* (д-р филол. наук)  
Екатеринбург, Россия*А. Г. Манаков* (д-р геогр. наук)  
Псков, Россия*Д. В. Маслов* (канд. экон. наук)  
Иваново, Россия*Б. Оляшек* (д-р филол. наук)  
Лодзь, Польша*Н. Радич* (д-р филос. наук)  
Белград, Сербия*И. Л. Савкина* (д-р философии)  
Тампере, Финляндия*В. М. Тюленев* (д-р ист. наук)  
Иваново, Россия*В. П. Хархун* (д-р филол. наук)  
Киев, Украина*О. В. Шабурова* (канд. филос. наук)  
Екатеринбург, Россия*В. Г. Шукун* (д-р филол. наук)  
Краков, Польша

e-mail:

[editor@journal-labirint.com](mailto:editor@journal-labirint.com)

ISSN 2225-5060

Издатель: Докучаева Наталья Александровна

Адрес издательства:

153005, Россия, г. Иваново, улица Шошина 13-56

## ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МЫ ВЫБИРАЕМ: ВВЕДЕНИЕ В ТЕМУ

**3** **М. Ю. Тимофеев** Обыкновенный вещизм**5** **В. В. Корнев** Потребление потребления

## ВЕЩИ. АРХИВАЦИЯ

**12** **Г. Н. Козяр, В. В. Нуркова** Какие воспоминания мы выбираем? Как цифровой фотоаппарат изменяет нашу память**26** **О. В. Шабурова** Вещи, которые мы храним. Бумага, почта, ностальгия**39** **М. Ю. Тимофеев** Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 1. Артефакты

## ВЕЩИ. АКТУАЛИЗАЦИЯ

**52** **А. В. Толстокорова** Дело в шляпе: роль пространственной эмансипации в гендерной демократизации телесно-физического имиджа украинской городской женщины (конец XIX – начало XX в.)**72** **Л. М. Немченко** Обложки тетрадей и дневников: путеводитель по современной российской культуре

## ВЕЩИ. МУЗЕЕФИКАЦИЯ

**80** **С. И. Погодина** Сад расходящихся кукол: ритуальные практики современной культуры Латвии**96** **Н. Радич** Один музейный предмет как метафора югославского культурного наследия (перевод с сербского Н.А.Докучаевой)

## ЭССЕ

**104** **Д.С. Докучаев** Fridge magnets или глобус имеет форму холодильника**109** **Т. Ю. Быстрова, А. К. Хисматуллин** Страшноватый дар: анализ сувенира с венецианскими масками**114** **В. В. Филатов** Похвала антивещи

## РЕЦЕНЗИИ

**116** «Недаром помнит вся Россия...!» К 200-летию Отечественной войны 1812 года: Каталог предметов из собрания ИГИКМ имени Д. Г. Бурлыгина / отв. ред.-сост.; авт. статьи Д. Л. Орлов. – Иваново: Издатель Епишева О. В., 2012. – 128 с., илл. ISBN 978-5-904004-36-1

## СОБЫТИЯ, ХРОНИКА

**118** Научная конференция «Пространство, память и идентичность: исторический опыт России и Кореи». Сеул, 5-6 октября 2012 г.**122** АННОТАЦИИ**127** SUMMARIES**131** СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Электронная копия сетевого научного издания

«Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований» размещена на сайтах

[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru), [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com), [www.indexcopernicus.com](http://www.indexcopernicus.com), [www.journal-labirint.com](http://www.journal-labirint.com)

## ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МЫ ВЫБИРАЕМ: ВВЕДЕНИЕ В ТЕМУ

---

М. Ю. Тимофеев

### ОБЫКНОВЕННЫЙ ВЕЩИЗМ

Характер отношения человека к вещам лежит в диапазоне между синдромом Диогена и синдромом Плюшкина.

Искушение человечества вещами продолжается несколько тысячелетий. А, как известно, лучший способ избавиться от искушения — это поддаться ему.

Вещи — дары цивилизации. Стоит ли бояться цивилизации, дары приносящей?

Вещи — это наше всё. В них, как в монадах, заключён для цивилизованного человека весь мир.

Вещи — это продолжение нас, внешние расширения человека. Мы беспомощны без них.

Вещи, которые мы выбираем, подобны друзьям. Судя по ним, можно сказать кто мы.

Формула счастья при «развитом социализме» складывалась из трёх вещей: квартиры, машины и дачи. Проблему «человек для вещей или вещи для человека» мы вынуждены решать ежедневно.

Уничижительное слово «вещизм» трактуется в словарях как пристрастие, повышенный интерес к вещам, к обладанию ими в ущерб духовным интересам. Вещи подобны баррикадам, возведённым человеком вокруг себя.

Но именно в вещах аккумулируется человеческое знание о мире. И это не только галактика Гуттенберга, расставленная на полках книжных магазинов и библиотек.

Толстым блокнотам и тонким лэптопам мы доверяем наши мысли. Целлулоидная плёнка сохраняет память о нашем прошлом и второе столетие служит сырьём для фабрики грёз.



Магнитики, эти пылинки дальних стран, создают на холодильнике уникальную мозаику освоенных нами земель.

Собирательство превращает наши жилища в кунсткамеры. Почтовые марки, монеты, фантики от конфет, камушки с туристских стоянок, осенние листья в томиках стихов, деноминированные и не истраченные денежные знаки, бирдекели и пивные кружки, этикетки и пивные банки, куклы и солдатики, картины маслом, хрусталь, принадлежавший императору фарфор, керамика, скульптура, трамвайные билеты, грампластинки, карманные, наручные, настольные, каминные и настенные часы... Это вещи, в которые играют люди.

Люди, которые играют в вещи, придают им особый смысл и выбрасывают их, расставаясь с прошлым.

Вещи — это человеческое, слишком человеческое.

В. В. Корнев

## ПОТРЕБЛЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Как объяснил еще Ж. Бодрийяр, в обществе потребления мифологизируется и отчуждается от начального смысла само потребление. Совокупными стараниями социологов, философов, культурологов, психологов и экономистов понятие «потребление» превратилось в многослойную абстракцию. Ведь под этим словом понимается (у пионеров проблемы — Т. Веблена, М. Вебера, В. Зомбарта, К. Маркса и др.) «героико-эротическая аффектация», «стремление быть замеченным», «потребление престижа», «товарный фетишизм», «религиозное благочестие», «символический обмен» и многое-многое другое. «Потребление» сегодня выполняет ту же функцию, что и «либидо» в психоанализе — оно, с одной стороны, все легко объясняет, а с другой — ничего в отдельности не проясняет, сводя любое периферийное явление к центральному моменту в его «сублимации» или «переносе»\*. Вдобавок «потребление», как и «либидо», стимулирует дальнейшую бурную деятельность по производству новых (или, скорее, предсказуемых и старых) слов и трактовок, ризоматически размножающихся из общего корня.

Изрядно преуспели в этом общем деле и бульварно-глянцевые издания, «аналитические» телепередачи, журналисты и профессиональные демагоги. Итогом совокупно поднятой волны стало формирование у населения развитого потребительского сознания (т.е. представлений о том что, где и как потреблять хорошо и правильно) при полном отсутствии рефлексии на тему настоящих целей, принципов и границ потребительской активности. Например, есть «права потребителей», видеть которые каждый может в красном углу любого магазина, но нет на деле никаких социальных обязанностей или самоограничений. Пределы покупательной способности мыслятся сугубо в экономической плоскости (но и там они все время раздвигаются), вопросов, подобных фроммовскому «иметь или быть?» сегодня фактически не возникает. Вяло циркулирующий в «критических» журналах и научных сообществах контрдискурс (как, например, дискуссия о «здоровом» или «минималистическом» потреблении) не посягает на святая святых потребительского мифа: институцию частной собственности, промышленный рост, товарный оборот и т.п.

Мифологизация и банализация феномена потребления несомненно превращают его в «нулевой» (конечно, не в смысле «слабо выраженный», а в значении: первичный, конституирующий и при том незаметный, атмосферный) уровень глобалистской идеологии. Потребительские критерии «рентабельности», «эффективности», «успешности», «роста благосостояния», «максимального удовольствия за сходную цену» и т.п. транслируются на все без исключения человеческие занятия: от спорта до политики, от карьеры до «творческой самореализации». Образование или здравоохранение теперь — «оказание платных услуг населению», чте-

ние или просмотр фильма — потребление информации, удовольствие от самого процесса (как в современном кинотеатре оборудованном не только эффектной 3D-графикой, но и креслами с подставками для колы и поп-корном), но не от смысла, например. Секс — это потребление тела партнера, брак — рациональная инвестиция в будущее, защищенная контрактом, фитнес и шейпинг — платная процедура надления тела товарным видом... Трудно назвать хоть одну сферу приложения сил, где не действуют законы финансовой выгоды, стратегия успешности, ценз престижа. Приезжающие в провинцию с начальственными установками чиновничьи «шишки» втолковывают учителям или врачам одну главную установку: учитесь делать деньги, правильно продавать свои знания. Дальновидные родители вкладывают деньги и время в способности своего ребенка (оплачивая спортивную секцию или музыкальную школу), надеясь в будущем окупить расходы и даже получить прибыль от таланта, конвертированного в спортивные победы, завидные контракты или премии.

В потребление превращается даже тяжелая физическая работа — не только как своего рода кредитное обеспечение потребления, но и как парадоксальный вид потребительского же удовольствия, о чем Б. Гройс пишет:

«в наши дни трудящийся понимается как получатель работы, то есть ее потребитель, который счастлив, когда работы много, и несчастлив, когда ее мало. Сегодня мы постоянно слышим странный вопрос: получаете ли вы удовольствие от своей работы? Но работа может доставлять удовольствие лишь в том случае, если она перестала быть работой, если она превратилась в один из многочисленных предметов потребления» [1, с. 78].

Можно иронично констатировать отсюда, что классическая политэкономия труда (производительные силы — производственные отношения) трансформировалась сегодня в диалектику «потребительских сил» и «потребительских отношений». Принципиальная бессмысленность многих форм трудовой деятельности в эпоху сплошной автоматизации производства нивелирует мотивы экономического и вообще рационального характера и превращает работу в потребление социальной привычки или даже мазохистского толка удовольствия. Именно потребительские силы и потребительские отношения выводят на новые экономические мощности производство новых гаджетов и услуг, еще вчера казавшихся никому не нужными. Но проходит десяток лет и общество уже не представляет себе жизни без, например, сотовых телефонов.

Что же стало решающим моментом для успешной экспансии института и самого слова «потребление» на все практически социальные процессы? На мой взгляд, удачным для него оказалась лексическая нейтральность денотата: «потребление» есть вроде бы просто удовлетворение потребностей. Отсюда и известное самооправдание потребления — как же можно обойтись без столь естественного процесса? Вы же не всерьез предлагаете остановить потребление, а значит, вернуться в каменный век?

Но стоит все же задаться вопросом о фундирующей потребности «потребности». Ж. Лакан, например, утверждает, что «состояния потребности в чистом виде просто не существует. Потребность мотивируется с самого начала в плане желания, то есть чего-то такого, что обречено у человека на определенного рода связь с означающим» [2, с. 255]. Ж. Бодрийяр в «Критике политической экономии знака» идет еще дальше, понимая под этой отсылкой потребления к «естественным» потребностям классический трюк идеологии, ее мошенническое алиби:

«Любая система, чтобы стать целью в себе, должна устранить вопрос о своей реальной целесообразности. При помощи шулерской законности потребностей и удовлетворения вытесняется весь вопрос о социальной и политической целесообразности порядка производства» [3, с. 64 – 65].

Если бы «первичные потребности» действительно существовали, — объясняет Ж. Бодрийяр, — то система власти не могла бы с легкостью выключать их (как выключается потребность в жизни вместе с инстинктом самосохранения в социальной системе, производящей милитаристскую паранойю и легко превращающей сотни тысяч людей в пушечное мясо). Системе также почти невозможно было бы беспринципно манипулировать «натуральными» и неотчуждаемыми потребностями (между тем, это элегантно осуществляет любой рекламный ролик), минимизировать их до состояния нищеты и полуголодного прозябания (в каковых состояниях могут пребывать на деле самые широкие слои населения) и т.п.

Дезавуирующим обстоятельством является уже само принуждение к потреблению, в духе рекламных императивов: «Покупай! Развлекайся! Равняйся на Джонсонов!» Характерно, что потребительское давление становится все более плотным по мере все большего включения в социальную иерархию. Особенно требовательное в случае с особым общественным положением репрессивное «общественное мнение» заставляет успешную и красивую женщину еще интенсивнее менять наряды, обеспеченного мужчину — автомобили. Полностью принудительным и регламентирующим становится характер «удовлетворения потребностей» у публичных людей — политиков, актеров, крупных чиновников и т.п. В этом случае человеку приходится почти полностью отказаться от личных желаний в пользу строгих полуофициальных канонов потребления.

Например, Дж. Твичелл, автор книги «Введи нас в искушение: Триумф американского материализма», рассказывает, как для него, профессора Флоридского университета, оказалось невозможным купить желаемый красный кабриолет. Ведь статус профессора-гуманитария буквально обязывал его иметь «Volvo» или хотя бы «Saab». В результате жуткой психологической борьбы с собственными желаниями Дж. Твичелл приобретает-таки «Saab» лишь для того, чтобы не сойти за «яппи» и не быть клейменным «общественным мнением» [4, с. 12].



Однако подлинной вершиной идеологического жульничества по отождествлению потребительского принуждения с жизненно важными потребностями индивида является один из последних слоганов жевательной резинки Orbit: «Ешь! Пей! Жуй». Это просто абсолютный шедевр социально мобилизующей рекламы. Это и программа жизни, и бодрящая идеологическая накачка, и реклама имиджа и т.п.

Таким образом, миф о наличной системе потребностей отнюдь не безобиден. Его основная функция — поддержание питания потребительских сетей, интенсификация товарно-денежных процессов, производство репрессивной идеологии, отвергающей не просто выбор между «первичными» и «вторичными» (как у Г. Маркузе) потребностями, но и саму возможность понимания, различения, аналитической деятельности. Одним из создателей этого мифа является экономическая наука, нуждающаяся в «объективном» оправдании для своей деятельности и превращающаяся его посредством в систему квазинаучной идеологии. Тавтологическое «потребление потребностей» есть в этом смысле чистая идеология. В «Критике политической экономии знака» Ж. Бодрийяр на эту тему пишет:

«Тавтология — это всегда идеология, рационализирующая систему власти. Усыпляющая способность опиума, принцип «это так, потому что это так» ... или подобное магическому высказыванию: «Данный субъект покупает тот или иной предмет в соответствии со своим выбором и своими предпочтениями», — все эти замечательные метафоры пустоты, действуя под прикрытием логического принципа тождества, на самом деле дают санкцию тавтологическому принципу данной системы власти, целесообразности, воспроизводящей социальный порядок, или, если касаться случая потребностей, целесообразности порядка производства. Вот почему экономическая наука, которая в своих расчетах вполне могла бы обойтись без понятия потребности, поскольку она действует на уровне закодированного спроса, напротив, испытывает в нем сильнейшую нужду как в идеологическом подкреплении» [3, с. 64].

Тавтологическое выведение потребления из самого себя, своеобразная докучно-научная сказка про белого бычка — это, как ни странно, прекрасная эмблема самого содержания процесса потребления. Ведь суть его и состоит в устранении любых трансцендирующих моментов для обеспечения бесконечного круговорота и переваривания в своих недрах любых материалов (вещи, товары, люди, природа, пространство, время...).

Ближе всего к цели именно самые банальные и даже грубые определения, как, например, вынесенное в название известной книги «Потреблятство» [5]. И наоборот — благородный научный дискурс, стремящийся к точности и рациональным определениям этого феномена является одновременно дымовой завесой для всей проблемы, а также ученым оправданием (ведь «героическая аффектация» или «религиозное благочестие», «дух», а не ми-



азмы капитализма — невольно облагораживают банальный «вау-импульс», как его называет В. Пелевин) потребительской психологии. Между тем не обязательно научная, но элементарная правда о потреблении в том, что практически все его афишируемые цели и мотивы иллюзорны. Потребление потребляет самое себя точно так же, как власть, например, прикрываясь демагогией «общего блага» занята де-факто лишь бесконечным самовоспроизводством. Вечные мутации правящих элит под новые политические краски равносильны вечному росту метастаз потребления в одной безумной цели — потреблять почти без перерывов, потреблять больше, лучше, сильнее.

Напрасно в поисках новых концептов и ярких авторских решений игнорируется фундаментальная связь потребления и капитализма. Природный «вампиризм» капитала (о котором писал еще К. Маркс), способного бесконечно доить свою жертву и вдохновляться хотя бы однопроцентным повышением прибыли и коэффициента продаж — это настоящий стимул безудержного потребления. Естественное для капитала безразличие к индивидуальности вещей или человеческих качеств, одинаково снимаемое в меновой стоимости — это разгадка всеядности и универсальности потребления. Космополитизм и беспринципность капитала, превращающего в товар (как, например, в голливудских сюжетах) и восточную мистику, и европейскую готику, и африканскую экзотику, и даже инопланетные фантазии — это культурно-идеологическая программа потребления.

Итак, в духе хайдеггеровского вопрошания о бытии, можно резюмировать, что часто самый очевидный и банальный ответ будет и самым правильным. В данном случае речь идет о том, что потребление по определению потребляется (в научном варианте, это сказка о целерациональной связи потребления и потребностей) — и это уже ответ на многие вопросы. Потребление потребляется как собственный миф, как тавтологическое оправдание, как псевдодialeктика предложения и спроса, как самореклама, как вечный двигатель алчности и зависти... Разочаровывающая деконструкция потребления до уровня безумной капиталистической наживы справедлива и сегодня. Проблема лишь в том, что трансцендентные и критические точки, откуда можно было бы взглянуть на капитализм и оценить его со стороны сегодня недоступны. Все мы, как в тексте группы «Rammstein» «живем в Америке». Кока-кола — она и на Северном полюсе (где ее в рекламном ролике так обожают белые медведи) кока-кола. Вот почему марксистская критика потребления сегодня не то, что не модна, а воспринимается (иногда даже у самих критиков) несерьезно. Это выглядит как фетишистское отрицание, сводимое в духе С. Жижека к вопросу: «Нет, но вы же не всерьез критикуете капитализм? А если всерьез, то разве вы не бываете в супермаркете, не пользуетесь компьютером и мобильником?»

Забавно, конечно, подобное отождествление капитализма с техникой, прогрессом и вообще жизнью на Земле. Однако нас давно не удивляет аналогичное отождествление потребления с творчеством, познанием, человеческими отношениями и т.п. Смещение некогда самобытных смыслов в одну потребительскую амальгаму сейчас настолько интенсивно, что критический анализ воспринимается именно как анахронизм, как нечто до анекдотичности несинхронное самому нашему времени. Это обычное сведение критики к «призыву вернуться в каменный век» очень показательно. В настоящее время (и в наличном социальном пространстве) для антипотребительской позиции буквально нет места. Тут даже сам критик часто сразу начинает оправдываться: «конечно, я не против прогресса, нет, я не утопист, вы не так меня поняли...» Выходит, что антипотребление может существовать в таком гомогенном сознании как «здоровое потребление», «сдержанное потребление», наконец (самая смехотворная и всем известная формула), как «один день без потребления».

Используя грубую аналогию (впрочем, уместную, вполне отражающую сущность товарно-денежных отношений), можно сказать, что такое антипотребление похоже на один день настоящей и бесплатной любви в публичном доме.

Кстати, этическая критика потребления и капитализма тоже выглядит и устаревшей, и наивной. Впрочем по закону вечного возвращения вытесненного, капитализм все время настойчиво пытается подвести под себя (псевдо)моральные оправдания. Филантропия высшего эшелона капиталистов или финальная мораль многих голливудских фильмов «нет, не все можно измерить деньгами, есть еще и настоящая любовь, и дружба» — верный знак закомплексованности потребительской психологии. Она сама тяготится безумной гонкой за социальными фетишами, но в отсутствие внешних ориентиров занимается лишь самокоррекцией и самоугавариванием: нет, не все еще продается (как в самоубийственной рекламе одной банковской карты, начинающей с жизнерадостного утверждения, что дружба или, например, победа любимой команды бесценны, а затем резюмирующая: «Для всего остального есть «Мастер-кард»), есть еще, дескать, порох в непроданных пороховницах.

Надеюсь, что в будущем «музее капитализма» (о котором мечтает Д. Холлоуэй), экспонаты потребительских излишеств будут соседствовать с подобными идеологическими софизмами и оксюморонами, вроде «банкир-филантроп», «социально ответственная корпорация», «экологически чистый бизнес». Пока же мы заговорены потребительской тарбарщиной, зачарованы потребительским взглядом на вещи, потреблением потребления. Но выйти из заколдованного круга можно: достаточно научиться не только получать готовое, но и создавать творческое и новое, достаточно освободить хотя бы маленький участок человеческих отношений от прагматики выгоды и торга. Освобожденные от потребления территории всегда существовали и существуют. Каждый, кто в этом сомневается должен просто задать себе вопрос: что он

все-таки не готов продать или купить? Как ни странно в мире как супермаркете таких не оцениваемых в денежных знаках вещей еще немало.

### Список использованных источников

1. Гройс Б. Порабощенные боги: кино и метафизика // Искусство кино. 2005. № 9. — С. 77 – 88.
2. Лакан Ж. Четыре основные понятия психоанализа (Семинары: Книга XI). — М.: Гнозис, Логос, 2004. — 304 с.
3. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. — М.: Библион-Русская книга, 2003. — 272 с.
4. Twitchell J. B. Lead Us Into Temptation: The Triumph of American Materialism. — N.Y.: Columbia University Press, 1999. — 310 pp.
5. Де Грааф Д., Ванн Д., Нэйлор Т. Х. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру. — М.: Ультра. Культура, 2005. — 174 с.

### Примечания

\* Развивая аналогию между психоанализом и метаконцепцией потребления, можно интерпретировать, например, поведение покупателя в супермаркете как удовлетворение, сублимацию, вытеснение, перенос (в зависимости от того, какой товар покупается, какой отвергается или заменяется другим), конфликты выбора свести к борьбе «Сверх-Я» и «Оно» (нормативных представлений о «правильном», «здоровом», «полезном» потреблений против необузданных покупательских фрустраций), интерес к определенным товарным категориям объяснить «оральными», «анальными» и пр. фиксациями... Аналогия можно продолжать и дальше, но возникает вопрос: то ли эти интерпретации так удачно совпали в каком-то узловом моменте, то ли это просто работа гибкой абстракции (нивелирующей терминологические различия именно в силу своей концептуальной безликости), с помощью которой можно, как с помощью «Воды» или «Воздуха» в греческой натурфилософии объяснить вообще все. Наивные позиции универалистской натурфилософии абсолютно равноправны: «все произошло из воды, да и воздух – тоже ее испарение» или «нет, это вода – сгущение воздуха, который и все прочее из себя производит». То же самое в фрейдистском психоанализе, где любая асексуальность оказывается латентной формой сексуальности или в большинстве теорий потребления, где даже радикальная критика потребления признается вытесненной потребительской страстью – завистью к чужим успехам, самоубийственной экономической наивностью и т.п.

**ВЕЩИ. АРХИВАЦИЯ****Г. Н. Козяр, В. В. Нуркова****КАКИЕ ВОСПОМИНАНИЯ МЫ ВЫБИРАЕМ?  
КАК ЦИФРОВОЙ ФОТОАППАРАТ ИЗМЕНЯЕТ НАШУ ПАМЯТЬ**

*Когда Джона Бергера спросили: «Что занимало место фотографии до того, как она была изобретена?», он ответил: «Вы ожидаете от меня ответа – графика, живопись. На самом деле точным ответом будет – память»*

Джон Бергер «Способы видения»

При покупке фотоаппарата всякий обыватель предпочтет цифровой прибор устаревшей аналоговой «мыльнице», просто на том основании, что в нашей культуре бытует взгляд, что новое и высокотехнологичное всегда лучше старого и немодного. Фотоаппарат давно превратился в необходимое бытовое устройство, которым владеет большинство семей<sup>1</sup>. Но зачем вообще люди приобретают фотоаппараты? Сама постановка вопроса кажется странной. Конечно, чтобы делать фотографии! А что такое фотография? К чему нам фотографии? Почему уже более 170 лет человечество буквально одержимо изготовлением и коллекционированием зафиксированных на различных носителях дубликатов сетчаточных отпечатков отраженных от различных предметов электромагнитных волн? Ради чего мы готовы тратить немалые деньги и лишать себя непосредственного проживания важнейших моментов жизни, помещая между собой и миром объектив фотокамеры? Приносит ли нам ожидаемое удовлетворение разглядывание сделанных снимков? В чем заключается смысл изменений, которые претерпела фотография и вместе с ней «человек фотографический» на пути от единственного драгоценного дагерротипа к тысячам виртуальных изображений, эфемерно хранящихся на серверах мировой паутины? Можно еще больше заострить проблему и поставить вопрос следующим образом: всегда ли прогресс в технологии фотографии вел к прогрессу в ее психологической эффективности? Допустимо ли предположить, что технологические приобретения в данной сфере связаны с утратой чего-то существенно важного, того, ради чего фотография создавалась и что вызывало такой энтузиазм у первых фотолюбителей?

Чтобы ответить на эти вопросы, мы сначала должны восстановить логику развития фототехнологии и обсудить психологические задачи бытования фотографии в контексте развития человеческой памяти. Затем мы приведем результаты проведенного нами эмпирического исследования, направленного на выявление различий в воспоминаниях об одном и том же со-

<sup>1</sup> По данным РМА, в США 84% семей владеют цифровым фотоаппаратом, в России владельцами цифровых камер являются 56% семей [17].

бытии с опорой на фотографии, полученные при применении традиционных и новых технологий. Результаты этого исследования дают основания проблематизировать идею бесспорного преимущества современной цифровой фотографии перед кажущейся архаичной аналоговой.

Старт истории фотографии был беспрецедентно массовым и поэтому очевидно отвечающим на актуальный социальный запрос. В течение буквально нескольких месяцев 1839 года было подано пять патентных заявок на методы получения, фиксации и тиражирования того, что авторы называли «дагерротипией» (Луи Дагерр), «амбротипией» (Джон Гершель), «калотипией» или «талботипией» (Вильям Тальбо), «цианотипией» (Ипполит Баяр), «паннотипией» (Фредерик Гербер), а мы на основании главного принципа изобретения обобщаем под именем «светописи» — фотографии. Указать аналогичную ситуацию в истории науки и техники просто невозможно. Однако заметим, что все изобретатели получили различные патенты: идентичной была лишь функциональная задача, технические решения достаточно сильно отличались друг от друга [9].

Интересно, что открытие фотографии шло как бы «не в ногу» с синхронными процессами научно-технического прогресса. Идея фотографии перпендикулярна мейнстриму технической мысли того времени, сосредоточенной на поиске способов преобразования различных форм энергии в механическую работу (паровой двигатель, электромагнитная индукция, двигатель внутреннего сгорания). Фотография однозначно выбивается из этого ряда, она в отличие от иных изобретений середины XIX века находится вне контекста улучшения физических возможностей человека. С помощью фотографии нельзя произвести ничего объективного. С другой стороны, фотография становится производителем субъективного и в этом, наоборот, является предтечей информационных технологий, начинающих оформляться только к концу XIX века (телеграф, фонограф, телефон, радио). В этом смысле фотография — это в высшей степени романтическое изобретение, отвечающее на ясно сформулированный в рамках романтизма тезис о примате внутреннего мира человека над грубой эмпирикой действительности.

Фотография — инструмент идеального, орудие памяти. Сам замысел изобретения фотографии был направлен на реорганизацию человеческой способности оживлять в сознании события прошлого и закреплен в идиоматическом выражении «фотография на память». При этом механика фотографии представляет собой внешний аналог одной из наиболее примитивных подсистем памяти — иконической памяти<sup>1</sup>, со снятием временных ограничений удержания образа, что, впрочем, позволило качественно, а не количественно модифицировать как

---

<sup>1</sup> Иконическая память была открыта Дж. Сперлингом в 1960 году. Иконическая память — это хранилище визуальной информации с очень большой емкостью и малым (250—500 мс.) временем удержания. Основная функция иконической памяти — буферное хранение поступающей стимуляции для обеспечения возможности распознавания и восприятия. Иконическая память работает автоматически вне зависимости от нашей воли. Прекратить ее работу можно, только остановив поток информации, например, закрыв глаза. Забывание связано с угасанием или вытеснением вновь поступающей стимуляцией [4].

процесс запечатления информации, так и процесс ее извлечения (которое, по сути, превращается из активного припоминания в узнавание).

Ранее нами было осуществлено развернутое исследование, посвященное экспликации идей и практик использования фотографии в культуре [6]. Было показано, что освоение культурой такой технической новации как фотография происходило постепенно, закономерно порождая инновационные социальные процессы и развивая новые, опосредствованные «социальным орудием» формы психики человека. Причем, развитие технологий фотографии и сопряженных с ними психологических изменений протекало циклически. Сначала изобретение обеспечивало удовлетворение уже существующего запроса потребителей, а затем сама внутренняя логика совершенствования технического средства вызвала мощный рост новых культурных практик. За счет практики фотографии человек приобрел немислимые прежде возможности стабилизировать и трансформировать свою телесную идентичность (визитная и кабинетная фотография); конструировать новые физические (микро-, макро-, рентген, УЗИ фотография) и социальные миры (историческое событие, групповая фотография, семейный альбом); символически потреблять роскошные или опасные объекты (туристическая, рекламная, порнографическая фотография) и т.д. Таким образом, культурные практики, основанные на фотографии, оказались средством, преобразующим социум и личность, источником возникновения и распространения в культуре не существовавших ранее потребностей, форм познания, деятельности и общения.

Однако, пожалуй, самые кардинальные прогрессивные антропологические изменения были вызваны интервенцией фотографии в сферу автобиографической памяти [5]. Согласно развиваемой нами концепции [4, 5, 6, 8, 16], фотография позволяет обеспечить доступ к тем воспоминаниям, которые не могут быть извлечены из памяти произвольно; выполняет функцию «ключа» к семантически или ассоциативно связанным с ее содержанием пластам воспоминаний; процесс узнавания при обращении к фотографии произвольно дополняется и преобразуется в процесс активного воспроизведения; массив личных фотографий выступает внешним средством для формирования индивидуальных стратегий временного упорядочивания и структурирования личной истории; служит источником формирования и трансформации идентичности, «материализуя» представления об интервалах самоидентичности; способствует объективации деятельности, направленной на автобиографический анализ течения жизни и личностной динамики. Иными словами, фотография используется не только для сознательного и произвольного доступа к различным воспоминаниям, но и для организации деятельности по переосмыслению и организации субъективной картины прошлого.

Подчеркнем, что фотография отнюдь не «двойник» воспоминания [5]. Значимым расхождением между фотографией и воспоминанием является тот факт, что, как правило, автобиографическое воспоминание — не «стоп-кадр», в нем представлен сюжет, имеющий внут-



ренную динамику развития. В этом смысле статичность фотоснимка казалось бы вступает в противоречие с непрерывностью потока воспоминаний. Однако здесь мы открываем удивительную взаимодополняемость памяти и фотографии. В то время как мнемическая репрезентация эпизода прошлого характеризуется сюжетной непрерывностью, в него не способны «внедриться» фрагменты иных воспоминаний, именно за счет фрагментарности фотография проникает в ткань воспоминания, не разрушая, а преобразуя и организовывая его. Фотография не подменяет собой воспоминание, и не тождественна ему. Психологически она выполняет роль внешнего социального средства, позволяющего субъекту «войти» в соответствующие пласты материала, скрыто хранящегося в его автобиографической памяти.

В этой связи подчеркнем, что динамичные способы фиксации реальности — кино- и видеосъемка терпят фиаско в решении задачи овладения индивидуальной памятью. О смерти фотографии было громогласно (и абсолютно необоснованно) объявлено с появлением первых портативных видеокамер. По замыслу создателей фиксация движения, сопровождающегося звуковым рядом, не оставляла надежд на выживание старому техническому средству — фотографии [10].

Однако парадокс заключается в том, что видеозапись используется в быту практически так же как фотография, не становясь принципиально новым средством организации памяти и обслуживая те же социальные и индивидуально-психологические функции. Видео, копируя фрагмент жизни, переводит зрителя в параллельное время повторного переживания произошедшего, лишая одного из главных удовольствий: воссоздания прошлого внутри настоящего без ущерба для него. Фотография характеризуется «открытым» кадром, то есть каждый снимок потенциально имеет измерения прошлого и будущего. Р. Барт называет данный эффект «слепым полем снимка», сообщающим ему задумчивость. Барт прямо предпочитает фотографию фильму так как, по его словам, в отличие от фильма «фотография не может сказать, что мы должны увидеть дальше» [1]. Видеозапись же не позволяет закрыть глаза и включить фантазию, она дублирует временной аспект событийной реальности. Отсюда понятно, почему в качестве средства преобразования и развития памяти человека фотография легко выдержала противостояние с любительским видео. Интересно отметить, что и такое принципиальное нововведение в технологии фотодела как цветное фото также не привело к сколько-нибудь значительным переменам в функционировании фотографии в культуре и индивидуальной жизни.

Рассмотрение казуса любительского видео подталкивает нас к мысли о том, что внутренняя логика развития технического средства не всегда совпадает с логикой его психологического функционирования. Часть инноваций оказывается избыточной по отношению к потребностям человека и либо отбрасывается, либо формально пополняет арсенал социо-культурных средств, принципиально не обогащая их [11]. Представляется справедливым допустить нали-



чие подобных тупиковых ветвей технологической эволюции не только вне русла развития фототехники, но и внутри него.

Попав в фокус мотивационного напряжения социума уже в момент своего изобретения, фотодело проявило потенциал одной из наиболее интенсивно развивающихся технологий [13]. Основные тенденции технологических модификаций фотографии нетрудно разделить на несколько групп. Во-первых, происходило планомерное сокращение времени экспозиции от 30 мин. в технологии дагерротипа до практически мгновенной готовности кадра в современных камерах. Эффект был достигнут за счет создания все более светочувствительных рецептивных поверхностей, высокоскоростных затворов фотообъектива и устройств для искусственного освещения. Во-вторых, росла производительность камер и дешевизна тиражирования снимков от уникального весьма дорогостоящего дагерротипа на серебряной пластине до бесплатной нелимитированной рассылки изображений через Интернет, от пластин, рассчитанных на один кадр до карт памяти, вмещающих тысячи фотографий. В-третьих, оборудование становилось все более легким и мобильным, что позволило перейти от постановочной к спонтанной фотографии. В-четвертых, нарастала депрофессионализация фотодела. Если в первые десятилетия фотографирование было уделом хорошо подготовленных профессионалов, то после того, как Дж. Истмен разработал портативный фотоаппарат и внедрил сервисную сеть по проявке пленки и печати фотографий (1898), практически каждый получил возможность инициативно создавать собственный архив «ключей» к своим личным воспоминаниям. Знаменитый рекламный слоган компании гласил: «Теперь фотография возможна для каждого, Вы нажимаете кнопку, мы делаем остальное». Таким образом, пассивное позирование фотомастеру сменилось активным фотографированием с все более предсказуемым результатом.

Первый цифровой фотоаппарат, предложенный компанией «Kodak» в 1975 г. выглядел почти так же неуклюже как его аналоговый собрат и соперник столетием раньше. В этой камере в качестве рецептивной поверхности использовался блок формирования изображений CCD, после чего изображение переводилось в цифровой формат и сохранялось на стандартной кассете. Для просмотра изображения необходимо было вынуть кассету из фотокамеры и вставить ее в плеер, специально предназначенный для просмотра данного формата. Плеер интерполировал дорожки и на их основании производил стандартный сигнал видео в формате NTSC, который затем посылал в телевизор. Весил первый цифровой монстр около четырех килограммов, а фиксация одного кадра занимала 23-25 сек. Однако путь к совершенству (маленький размер, невысокая цена, большая производительность, доступность дилетанту) был пройден стремительно. Ключевым моментом для продвижения цифровой фототехники стал 1984 г., когда компания «Canon» представила первую цифровую фотокамеру на массовом рынке, а спустя десять лет стало возможным хранить и обрабатывать фотографии в персональном компьютере.

С нашей точки зрения, стремление точно прогнозировать, а во многом и моделировать те параметры изображения, которые автор считает важными для последующего эффективного использования запечатленного образа, сыграло решающую роль в триумфе цифровых технологий в фотографии [3]. Именно тотальный контроль стал их главным козырем. Ведь в традиционной процедуре съемки на пленку слишком многое остается неподвластным замыслу фотографа, всегда присутствует зазор между тем, что ожидалось и тем, что получилось в итоге. Другой вопрос, считать ли подобное несовпадение дефектом или, наоборот, преимуществом. Один из изобретателей и теоретиков фотографии Г. Ф. Тальбот однозначно склонялся ко второй возможности. «Часто случается, более того, в этом и состоит одна из главных причин очарования фотографии, что оператор открывает в своем снимке, порой спустя долгое время, то, что он зафиксировал многие вещи, о которых и не подозревал в ходе съемки», — писал он в своей работе «Перо природы» [6]. «И не зафиксировал многое из того, что планировал», — добавим мы.

Доминирующие в настоящее время на рынке цифровые камеры обладают возможностями, которых аналоговые камеры лишены: они демонстрируют только что сделанную фотографию на экране сразу же после запечатления; дают возможность хранить тысячи фотографий на одном маленьком запоминающем устройстве; возможность удаления фотографий для освобождения пространства на запоминающем устройстве (для следующих снимков). Технология аналоговых фотоаппаратов не позволяет сразу узнать конечный результат съемки. Цифровая же технология дает непрофессиональным фотографам возможность увидеть финальный снимок сразу и самостоятельно перевести его на постоянный носитель (аналоговый фотоаппарат требует вмешательства профессионалов — проявка, печать фотографий).

На рубеже XX и XXI вв. фотографы-любители примерно с равной частотой использовали и аналоговую, и цифровую технологии для создания бытовых фотографий «на память». Однако цифровая фотография постепенно завоевывала всё большую популярность и начинала конкурировать с традиционной пленочной фотографией. Как уже указывалось выше, несомненное преимущество цифровых камер для обывателя — мгновенный видимый проект снимка, возможность сразу оценить все ошибки получившегося изображения и если необходимо переснять «желаемую картину» не сходя с места.

Переломным можно считать 2003 год, когда продажи аналоговых и цифровых фотокамер практически сравнялись (57 и 50 млн. экземпляров в год соответственно). При этом хрупкий баланс был обусловлен 20% ростом продаж «цифры» и 10% падением продаж «пленки». Затем продажи цифровых камер стали превышать продажи пленочных. В 2012 г. продажи пленочных аппаратов составляют не более 8% на фоне сохранения общего объема рынка [12]. На данную динамику первой среагировала компания «Eastman Kodak», заявив в 2004 году о тотальном сокращении выпуска пленочных устройств в связи с падением спроса. В газете

«Washington Post» за 12 января 2006 была опубликована статья, в которой говорилось следующее: «Корпорация “Nikon” — одна из крупнейших марок любительских и профессиональных фотокамер заявила о своих намерениях остановить производство аналоговых камер в пользу производства цифровых фотокамер. Пол Уортингтон, аналитик промышленной исследовательской фирмы фотографии «Future Image Inc.», констатировал, что объявление «Nikon» было "примечательно, но не удивительно", добавив: "Я не знаю компании, которая делала бы аналоговые камеры и говорила бы, что это долгосрочная перспектива"» [14].

Таким образом, в настоящее время аналоговая фотография полностью уступила свои позиции цифровой. Осталось выяснить, произошла ли вместе со сменой доминирующего типа фотографирования и смена психологического механизма запоминания? Сложилась ли новая психологическая система, объединяющая полюса материального орудия (фотоаппарата) и идеального психического феномена (память)? За гипотезой о качественном изменении структуры мнемического акта при переходе к цифровой фотографии стоит предположение о том, что «плёночный» и «цифровой» фотограф должны реализовывать принципиально различные психологические стратегии запоминания, жестко связанные с техническими возможностями своих «орудий производства воспоминаний» [2, 16]. Первый, обуреваемый сомнениями «получится не получится», пытается запомнить само портретируемое событие, продумать историю, ключом к которой станет пока скрытый и поэтому загадочный снимок. Другими словами, ему приходится компенсировать неполную управляемость камеры дополнительными приемами произвольного запоминания. Предположительно, целевое воспоминание такого фотографа не будет ограничено рамкой кадра, а насытится не включенной в кадр информацией о происходящем событии. Второй же может быть абсолютно уверен в том, что его замысел удался. Он видит готовый кадр и поэтому скорее запоминает его, а не окружающую ситуацию. Как следствие, можно прогнозировать качественные отличия в работе памяти при обращении к цифровому или аналоговому снимку.

### **Эмпирическое исследование мнемической эффективности фотографий, полученных при применении плёночного или цифрового фотоаппарата**

Итак, мы гипотетически предположили, что возможность полного контроля над параметрами создаваемого для последующей регуляции воспроизведения средства способно трансформировать процесс запоминания эпизода, потенциально сократив объем фиксируемой в памяти дополнительной информации [15]. Эмпирическое сравнение воспоминаний, которые актуализируются в ответ на предъявление любительских фотографий «на память», полученных аналоговым способом (низкий уровень контроля) и цифровым способом (высокий уровень контроля), позволит проверить адекватность данной гипотезы.

Отсюда цель приведенного ниже эмпирического исследования заключается в том, чтобы выявить различия в автобиографических воспоминаниях опосредствованных фотографиями, отличающимися по уровню контролируемости результата съемки (цифровыми или аналоговыми).

Участниками полевого исследования стали 16 студентов-второкурсников Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Процедура исследования включала в себя три этапа. На первом этапе (28.03.2011) проводилась фотосессия во время фестиваля африканской культуры в московском клубе «АртЭрия», включавшего в себя выступления различных музыкальных групп, показ короткометражных фильмов, короткие сообщения и дискуссии между гостями. Мероприятие продолжалось в течение трех часов. Каждый из участников исследования получал по два фотоаппарата — аналоговый и цифровой. Согласно инструкции испытуемые должны были сделать за время концерта по 12 фотографий. Шесть фотографий необходимо было сделать аналоговым фотоаппаратом, а шесть — цифровым. Все отснятые материалы сдавались экспериментатору сразу же после завершения мероприятия, таким образом, исключалась возможность повторного просмотра цифровых фотографий. Спустя две недели участники индивидуально встречались с исследователем. Для каждого участника случайным образом были отобраны 3 фотографии, сделанные им самим на аналоговый фотоаппарат и 3 фотографии, сделанные им самим на цифровой фотоаппарат. Фотографии предъявлялись в случайном порядке с инструкцией рассказать о конкретных эпизодах мероприятия, представленных на каждой фотографии (каждое воспоминание происходило с опорой на фотографию). Затем испытуемых просили оценить яркость, детальность и степень ассоциированности с возникшим в сознании воспоминанием по шкале от 1 до 5 (1 — минимально, 5 — максимально). Рассказы каждого участника были записаны на аудионоситель и транскрибированы.

На третьем этапе в исследовании приняли участие семь профессиональных психологов. Согласно инструкции они оценивали каждое воспоминание, относя его к одному из двух типов: 1) типу А соответствует воспоминание, которое описывает события, происходившие непосредственно в момент запечатления кадра; ситуацию изнутри, переживания момента, запечатленного на фотографии; 2) типу В соответствует такое воспоминание, в котором вспоминающий, отталкиваясь от содержания кадра, выходит за его пределы рассказывает о событиях, происходивших до или после момента снимка. Степень выраженности у каждого из воспоминаний признаков двух выделенных типов предлагалось оценить по шкале от 1 до 5 (1 — минимально соответствует, 5 — максимально соответствует). Затем шкалы были трансформированы в единую шкалу 1 – 10, где 1 — максимальное присутствие признаков типа А, а 10 — максимальное присутствие признаков типа В. Эксперты не были информированы о замысле исследования, о способе получения текстов воспоминаний и о содержании фотосессии.

В результате сбора данных было получено 192 фотографии, 96 фотографий были предъявлены испытуемым и затем включены в процедуру экспертной оценки. Таким образом, было получено 96 воспоминаний, инициированных фотографиями и 672 их экспертных оценки.

### Результаты и их обсуждение

Не стал неожиданностью для нас тот факт, что сами участники фотосессии не были способны заметить отличия в своих воспоминаниях, инициированных фотографиями выполненными в аналоговой или цифровой технологии. Субъективная эквивалентность этих различных по способу опосредствования воспоминаний была нарушена только относительно их эмоциональной насыщенности (рис. 1.). Испытуемые оценивали актуализированные с помощью цифровых фотографий воспоминания как более эмоционально насыщенные по сравнению с теми воспоминаниями, которые актуализировались с опорой на аналоговые фотографии (среднее для цифровых — 4.04 (1.14), для аналоговых — 3.59 (1.21) соответственно,  $F=3.892$ ,  $p=0.05$ ).



Однако более объективное рассмотрение содержательных характеристик полученных воспоминаний приводит нас к совершенно иным наблюдениям.

Вначале приведем пример качественного сравнения транскриптов воспоминаний испытуемых. Начнем с воспоминания, которое было рассказано с опорой на фотографию, где были изображены трое певцов в национальных африканских костюмах. Фотография была сделана пленочным фотоаппаратом. «Совершенно точно это была заключительная часть мероприятия, это был обещанный нам концерт... Группа Sativa Lobster, по-моему, ее звали, вот... Это кадр с их выступления, здесь просто они играли на барабанах, я их не засняла, а это вот, собственно, те люди, которые сопровождали своим пением эту игру. Я слушала с удовольствием ... Мне нравилась их музыка, я прекрасно помню, что пели они очень хорошо и все было прекрасно... Я помню танцующую девушку. Она не скрывала своего удовольствия от музыки.

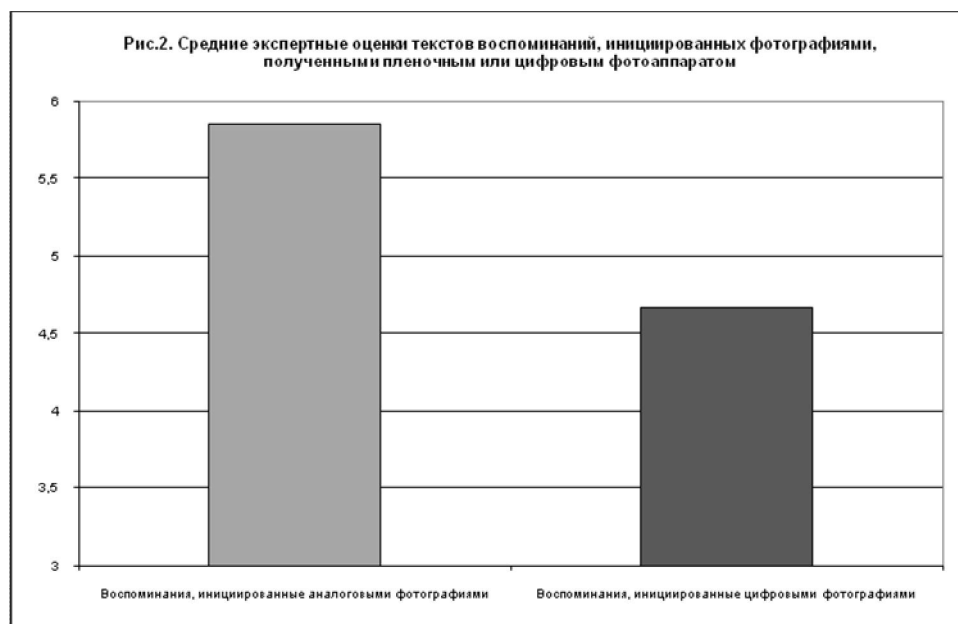
Еще помню, что очень многие люди как бы так ерзали на стуле — тоже почитатели этой культуры. Это были, видимо, не случайные гости, а те, кто знаком с этой тематикой и увлекается этой музыкой. Много было в зале... Много было неслучайных людей. Помню то, что в конце немножко народу стало поменьше, помню, что наши студенты куда-то уже подевались, вот... Помню, девушку одну, которая фотографировала вблизи...эту группу, и она тоже так пританцовывала... Она сидела на полу, передо мной...Вот. И помню, что меня попросили сфотографировать ее». Как видно из приведенного текста, рассказчица разворачивает перед слушателем историю, включающую в себя повествование о событиях прямо не присутствующих на снимке — барабанщиках, танцующей девушке, поведении аудитории, девушке-фотографе. Причем оказывается, что, хотя смысловой центр воспоминания вовсе остался вне кадра («они играли на барабанах, я их не засняла»), он легко реконструируется респонденткой. Рассказ захватывает временной отрезок значительно превосходящий момент съемки, в нем содержатся отсылки к данному ранее обещанию о концерте, началу фестиваля, рассуждения об интересах пришедших на мероприятие людей. Иными словами, мы имеем дело с очевидным функционированием фотографии как ключа к целому пласту имплицитного опыта, который без предъявления снимка не мог бы возникнуть в коммуникации.

Теперь обратимся к «цифровому» воспоминанию: «На самом деле эта фотография должна была получиться немножко по-другому, я надеялась, по крайней мере... Я хотела сфотографировать лицо женщины, которая.. то есть вот эта женщина, которая вот здесь, она не должна была получиться вообще на фотографии, я хотела сфотографировать, чтоб на пол фотографии было лицо этой, на пол этой прямо в профиль, непосредственно, она сидела так. И было очень красиво еще тем, что в том свете она была, не было видно, что у неё светлая кожа, она была такого же оттенка, то есть она была темная. Но потом сработала вспышка, эта женщина придвинулась обратно, и в общем у меня ничего не получилось, и я оставила эту задумку. И в принципе продолжила. Это было во время фильма, не помню во время какого». В данном примере очевидным содержанием рассказа выступает не событие, которое разворачивается во время фотосъемки, а сама фотография, ее замысел и качество его исполнения («Это было во время фильма, не помню во время какого»). Фотография дает возможность вспомнить только то, что изображено на ней, не выводя в более широкий контекст прошлого.

Мнения экспертов вполне согласуются с приведенными выше наблюдениями (см. рис. 2.). Статистический анализ экспертных оценок позволяет отнести воспоминания испытуемых, сделанные с опорой на аналоговые фотографии к типу В, то есть они были оценены как истории, содержащие широкое описание развернутого во времени события, преодолевающего границы запечатленного момента, включающего повествование о происходившем до и после съемки (среднее — 5.85 (2.98)). Воспоминания испытуемых, сделанные с опорой на цифровые фотографии, напротив, были согласованно отнесены к типу А, то есть оценены как описание



мгновения съемки, с подробным описанием компонентов сцены без уточняющей контекстуальной информации (среднее 4.67 (2.9)). Различия между оценками были высоко статистически значимыми ( $F = -5.068, p = 0.000$ ).

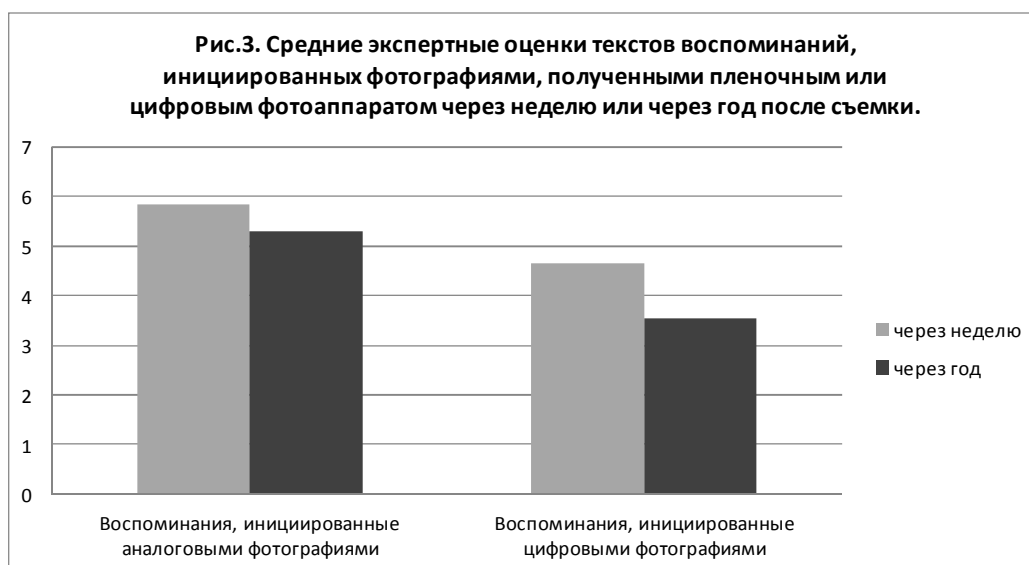


Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что при обращении к недавно сделанным фотографиям аналоговые снимки действительно оказываются более эффективными ключами к воспоминаниям, чем цифровые. Но сохраняется ли обнаруженное различие спустя длительное время? Ведь обычно мы стремимся использовать фотографии для работы со своим отдаленным прошлым. Для прояснения данного вопроса мы повторили второй и третий этап описанного выше исследования через год (в апреле 2012 г.). Поскольку в первой серии исследования в набор экспериментального материала вошли только три из шести сделанных каждым испытуемым фотографий каждого типа, во второй серии мы предъявляли им те снимки, которые они не видели ранее. Таким образом, нами был получен следующий корпус данных, так же состоящий из 96 новых воспоминаний, инициированных различными по источнику фотографиями и 672 их экспертных оценки.

Статистический анализ полученных данных подтвердил, что при отсроченном обращении к фотографиям разрыв между уровнем мнемического эффекта, обеспечиваемого аналоговой и цифровой камерами еще более увеличивается. Воспоминания, которые испытуемые актуализируют в ответ на демонстрацию аналоговой фотографии, отличаются широким временным и какадровым охватом, лишь немного уступая результатам первой серии (среднее = 5.3 (1.95)). Напротив, в воспоминаниях, следующих за предъявлением цифровых фотографий, время сжимается, а контекстуальная информация редуцируется даже по сравнению с первой серией (среднее 3.54 (1.2)). Различия между оценками сохраняют высокую статистическую значимость ( $F = 18.017, p = 0.000$ ). Заметим, что ущерб, нанесенный временем качеству вос-



поминания, выражен во втором случае в 2.25 раза сильнее ( $-0.5$  балла оценки против  $-1.13$ ). На рис. 3. представлена динамика экспертных оценок содержания воспоминаний, инициированных фотографиями каждого вида через две недели и через год после съемки.



### Выводы

Таким образом, исходя из теоретического обсуждения и полученных эмпирических данных можно заключить, что прогресс в технологии создания средств регуляции памяти не обязательно означает прогресс в психологической эффективности нового изобретения.

Эволюция технологии фотографии развивает данное техническое средство в сторону все большего повышения уровня контроля над результатом фотосъемки. Основное преимущество технологии цифровой фотографии для наивного фотографа — это шанс увидеть изображение непосредственно после момента фиксации на носитель и убедиться в том, что он получит именно такое изображение, которое запланировано. Уверенность в точном совпадении того, что человек полагает в качестве оптимальных параметров орудия будущего воспоминания субъективно избавляет его от необходимости кодирования дополнительной информации, играющей роль страховки на случай неудачного снимка. Однако зачастую мы оказываемся недостаточно компетентны в отношении реальных механизмов работы наших психических функций, в частности, памяти. Наивное отождествление изображенной на фотографии статичной сцены и динамичного сюжетного воспоминания приводит к тому, что при отсроченной актуализации целевого воспоминания наблюдается редукция тех его аспектов, которые представляют наибольшую ценность. Вместо целостной истории события прошлого возникает прямое описание изображения. Акт памяти подменяется актом восприятия. Причем мнемическая ущербность подобного регрессивного использования фотографии плохо рефлексирована самим вспоминающим и становится явной только в контексте коммуникации. В случае с аналоговой фотографией исключена возможность моментально узнать конечный результат съем-

ки. В связи с этим, человек осознает, что нуждается в кодировании дополнительной информации. Фотография понимается тогда как парциальный фрагмент комплексного действия запоминания, включающего так же мысленное проговаривание сюжета, его соотнесение с предшествующими и последующими событиями, локализацию во времени, внимание к незрительным аспектам ситуации и т.д. В результате воспоминание, опосредствованное аналоговой фотографией приводит к конструированию истинного воспоминания — хорошо вербально оформленной истории целостного события прошлого, не ограниченного только фрагментом видимого мира, которому удалось попасть в объектив. Дополнительным бонусом «аналоговой» стратегии становится и коммуникативная прозрачность автобиографического рассказа для окружающих.

Так что же мы выбираем на самом деле в тот момент, когда выбираем фотоаппарат? Мы можем вполне достоверно утверждать, что вместе с фотокамерой определенного типа скрыто приобретается и способ запоминания. Несколько утрируя результаты представленного исследования, можно заключить: если вы хотите иметь совершенные фотографии — выбирайте цифровую камеру, но если вы хотите иметь совершенные воспоминания — доверьте их старой доброй пленке.

#### Список литературы и источников.

1. Барт Р. *Camera lucida: Комментарий к фотографии* / Перевод, коммент. и послесловие М. Рыклина. — М.: Ad Marginem, 1997. — 272 с.
2. Козяр Г. Н. Всегда ли прогресс в технологии ведет к прогрессу в психологической эффективности? О психологическом преимуществе аналоговой фотографии // Пятая международная конференция по когнитивной науке. Тезисы докладов. Т. 1. — Калининград, 2012. — 420 – 422.
3. Козяр Г. Н., Нуркова В. В. Прогресс в развитии цифровой фотографии и опосредствование автобиографической памяти // Знак как психологическое средство: субъективная реальность культуры. Материалы XII Международных чтений памяти Выготского. — М., 2011. — С. 132 – 135.
4. Нуркова В. В. *Общая психология. Память* / под ред. Б. С. Братуся. Т. 3. — М.: Академия, 2008. — 318 с.
5. Нуркова В. В. Анализ феноменов автобиографической памяти с позиций культурно-исторического подхода // *Культурно-историческая психология*. 2008. № 1. — С. 17 – 25.
6. Нуркова В. В. *Зеркало с памятью. Культурно-исторический анализ фотографии*. — М.: РГГУ, 2006. — 287 с.

7. Нуркова В. В. Автобиографическая память с позиций культурно-деятельностной психологии: результаты и перспективы исследования // Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология. 2011. № 1. С. 79 – 91.
8. Нуркова В. В. Фотография как «техника себя»: Анализ с позиций культурно-деятельностной психологии // Культурно-историческая психология: современное состояние и перспективы. — М., 2007. — С. 70 – 80.
9. A New History of Photography / ed. by M. Frizot. — Köln: Könemann, 1998. — 776 p.
10. Batchen G. Metamorphoses: Photography in the Electronic Age. — N. Y.: Aperture Foundation, 1994. — 78, [2] p. : ill.
11. Beloff H. Camera Culture. — N.Y.: Basil Blackwell, 1985. — 304 p.
12. Camera & Imaging Products Association. — Режим доступа: <http://www.cipa.jp> дата обращения 18.08.2012
13. Dijck J. Van. Digital photography: communication, identity, memory // Visual Communication. 2008. № 7. — P. 57 – 77.
14. Musgrove M. Nikon Says It's Leaving Film-Camera Business // Washington Post. 2006. January 12.
15. Nourkova V. V., Kozyar G. N. Digital vs Analog? Does new technology of photography make a difference to autobiographical recollection? // 5<sup>th</sup> International Conference on Memory (ICOM-5), 31 July – 5 August 2011, University of York, UK. Abstracts. P. 132.
16. Nourkova V. V. Mental photograph as a method of autobiographical memory research // Constructive Memory / Ed. by B. Kokinov and W. Hirst. — Sofia, 2003.
17. The Worldwide Community of Imaging Associations. — Режим доступа: <http://pmai.org> дата обращения 18.08.2012

**О. В. Шабурова**

### **ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МЫ ХРАНИМ: БУМАГА, ПОЧТА, НОСТАЛЬГИЯ**

Консюмеристское общество, заинтересованное в поддержании постоянного потребительского голода, просто заваливает планету вещами. А в ответ на это ведущим интеллектуальным, экологическим, технологическим трендом становится тема мусора, отходов. Международные конгрессы «по мусору» и мощные инвестиции, вкачивающиеся в технологии переработки отходов, — все это знаки современного, переполненного вещами мира. В этой ситуации заявленная тема «Вещи, которые мы выбираем» может получить другой разворот — «Вещи, которые мы сохраняем». То, что мы храним, представляет собой для постороннего взгляда именно какой-то мусор — это могут быть счастливые трамвайные билеты, бутылочки из-под старых духов или унылые облезлые игрушки. Но, понятно, что ценность этих вещей в воспоминаниях. Именно в этих пустяках опредмечиваются, аккумулируются и хранятся чувства, переживания, знаковые события. Связка «время–память–ностальгия» многократно опосредована этим набором вещей, которые не нужны никому, кроме вас. Эти вещи имеют не потребительскую ценность, это уже «мифологический предмет ... минимально функциональный и максимально значимый, соотнесенный со временем предков или даже с абсолютным прошлым природы», — отмечает Ж. Бодрийар [2, с. 68].

В этом большом ряду вещей-пустяков основная часть, как нам кажется, представлена всякими «бумажками». Какой бумаги мы только не храним: первые детские каляки и корявые бумажные поделки из детского сада на «мамин праздник», грамоты и талоны на продукты, школьные дневники и тетрадки, квитанции и чеки, календарики, ежедневники и записные книжки, милые записки («Ваша записка в несколько строчек...»), конфетные фантики и фотографии артистов, театральные программки и пригласительные билеты, мандаты участников каких-то конференций, медицинские и кулинарные рецепты, старые карты и журналы и, конечно, письма и открытки. Этот ряд может быть продолжен. С ужасом вспоминаю как пришлось жить на съемной квартире, где было условие ничего не трогать. 90-летняя хозяйка этого жилища хранила картонные коробки из-под всех съеденных ею в жизни конфет (а в них еще кое-где лежали молочные зубы, выпавшие у ее детей, внуков и правнуков), не считая миллиона каких-то других бумажек. Жизнь в этом мире чужих семейных реликвий нами воспринималась, как жизнь на помойке.

Такой бумажный мусор — самая безобидная вещь в контексте проблемы утилизации отходов — можно сжечь или сдать в макулатуру. Это мусор органический, «живой». Правда, когда читаешь «Систему вещей» Ж. Бодрийара удивляешься, что он представляет бумагу как

синтетический материал. Потом смотришь энциклопедии и узнаешь, что бумага бывает разная, в том числе синтетическая. Вот глянец (глянцевые журналы), например, не горит. Это как-то очень точно характеризует главный продукт эпохи гламура (неживой он, монструозный). Напомню, что Ж. Бодрийар обращается к примеру с бумагой, когда рассматривает материал вещи с точки зрения его сентиментально-ностальгического мотива и показывает, что отсылка к «подлинным» материалам — дереву, бумаге — помогает отыгрывать миф об аристократизме благодаря «наследственному благородству материала» [2, с. 31].

Тема бумаги и ностальгии может быть развернута в разных плоскостях, классический сюжет в этой линии — дневники, письма, эпистолярные романы (один из недавних замечательных примеров роман М. Шишкина «Письмовник») и собственно философия письма. Но мне хотелось бы пойти в другую сторону и выстроить связку «бумага–почта–ностальгия». Ведь именно старейший цивилизационный институт — почта — выступал одним из самых важных каналов производства и движения бумаги. Этот сюжет важен именно сейчас еще и потому, что бумажная почта умирает. На наших глазах происходит еще один революционный скачок — переход от бумаги к цифре. Электронная почта удобна и мобильна, мы все перестали писать от руки, а это уже революция на уровне психофизики, — ведь меняется сам человек и одно из его новых возможных определений — «человек без почерка».

Но нельзя представлять этот революционный перелом в виде линейно однонаправленного движения. Мы видим противоречивое соединение разнонаправленных процессов — стремительная техническая модернизация, полный переход на «цифру», тотальность электронных зрелищ, влекущих «смерть бумаги», с одной стороны, — и огромная ностальгическая волна, во многом определившая базовые стили повседневности (ретро, винтаж), с другой. Мир, очевидно, ощущает уход целой культурной эпохи и пытается взглянуться, запомнить и сохранить кусочки этой реальности. Это очень интересно наблюдать на феномене коллекционирования. Стратегии коллекционеров, репертуар коллекционирования, дух и атмосфера коллекционерских сообществ, особенно бин-коллекционеров (бин — бумажные информационные носители) в свете заявленной «смерти бумаги» выглядят как «уходящая натура». Коллекционирование почтовых бумажных артефактов — марок, конвертов, открыток — давняя культурная практика, но в сегодняшних условиях она по-новому эмоционально окрашена — ведь это время ухода привычных объектов коллекционирования, почти время прощания. В каком-то смысле ностальгически-прощальная аура превращает коллекционерскую жизнь в миссию.

В этом противоречивом сплетении линий (модернизация vs ностальгия) присутствует еще одна важная стратегия, четко представляющая социально-конструктивистский потенциал капитала. Я говорю о разнообразно развернутых процессах коммерциализации ностальгии, нам доводилось писать об этом ранее [8]. Те же коллекционеры, представленные здесь мною как некие «рыцари памяти», на самом деле оказываются довольно далеко от больших соци-

альных полей, на которых разворачивается ностальгический спектакль, срежисированный совсем другими институциями. Мир медиа (телевидение и интернет), огромное пространство шопинга, социальный дизайн города — вот кто и где определяет и «потребляет» собираемые нами почтовые артефакты. Потребление здесь следует понимать именно в бодрийаровском смысле — «потребление, в той мере в какой это слово вообще имеет смысл, есть *деятельность систематического манипулирования знаками*» [2, с. 164]. Все, что создала и накопила почта, используется как символический ресурс, помогающий кому-то что-то продвигать и продавать.

Попытаемся раскрыть сформулированные выше позиции, обратившись к феномену почтовой открытки. В потоках разных бумажных радостей, которые приносила почта (открывая почтовый ящик всегда ждали если не чудес, то хотя бы сюрпризов), особое место занимали письма и открытки. Открытка — художественная карточка с небольшим текстом на обороте, четко отражала календарь жизни человека и страны, раскрывала ее огромную географию. Поздравление открыткой становилось праздничным ритуалом, связывающим всех со всеми. Открытки были сигналами. Это ими мы сигналили друг другу — мы есть, мы вместе, мы — родные. У Юнны Мориц есть славные строки: *На первое на сентября, на май, на елку — Люби меня, как я тебя! — Открытка в щелку*. Огромная сеть коммуникации удерживалась в этом потоке бумажек, обрушивавшихся на страну в праздники, особенно новогодние. Разворачиваясь как некая коммуникационная сеть (живое послание от человека к человеку, от семьи к семье, от коллектива к коллективу), поздравительная открытка связывает людей и в настоящем, и в проекции будущего, поскольку она входит позднее в ряд семейных реликвий. Если, конечно, она воспринимается как знак памяти и хранится... Чаще мы теперь видим в действии ту самую «политику мусора», когда вещь теряет свой символический ресурс и становится просто бумажным хламом. Сегодня открытки, собранные человеком за всю его жизнь, зафиксировавшие все главные точки судьбы, оказываются на помойке. Вот пример. Соседи при переезде выложили в подъезде старые книги, а в них были и открытки. Беру открытку, которая была послана в 1949 году героическим отцом (пройдя войну, он еще в это время служит в Германии) своему маленькому сыну. Текст такой: *Желаю сыну своему Славику в день его рождения, как и всегда, здоровья, радости, счастья! Чтобы жил долгие годы, рос большим, крепким, умным человеком, достойным имени великого русского гражданина. Целую и подбрасываю до потолка*. И вот сегодня сын 1945 года рождения несет выбрасывать этот «хлам». Забрала, вот так невольно становишься коллекционером...

В послевоенном советском обществе масштаб открыточной коммуникации становится просто гигантским. В новогодние праздники почта буквально, выражаясь советским языком, «стояла на трудовой вахте». Вспомним некоторые цифры, которые помогут представить масштаб этого открыточного потока. Так, например, поздравительные открытки и конверты с ри-

сунками самого популярного в 1970-80-е годы почтового художника В. Зарубина изданы тиражом 1 588 270 000 экземпляров (сегодня эти артефакты предмет повышенного спроса у коллекционеров). Один из ведущих российских филокартистов В. Третьяков приводит официальные цифры по тиражам советских открыток: в 1967 году (год 50-летия советской власти) общий тираж открыток, выпускаемых в стране, возрос по сравнению с 1966 годом более чем в два раза и составил 1,8 млрд. экземпляров. В 1971 году было издано 6873 наименования открыток общим тиражом 2,4 млрд. экземпляров. Получалось, что в это время ежегодно выпускалось по 9-10 открыток на каждого жителя СССР [6].

Современное российское общество давно ушло от этих культурных практик, но символическая составляющая такой бумажной культуры активно используется в коммерческих стратегиях современности. Стоит помнить, что в культуре открытки был наработан огромный пласт визуальных репрезентаций смыслов и ценностей большой советской утопии, а воплощено это было на уровне лучших художественных и полиграфических стандартов эпохи.

Актуальные практики рекламы активно используют символически-ностальгический ресурс старой открытки. В большей степени это символические ресурсы советской открытки, но и старинная дореволюционная открытка тоже включена в такие процессы. Примеры такого рода связаны с продвижением разных товаров, часто включенных в предновогодние торговые циклы. Так, накануне 2012 года появилась новая продукция фабрики «Красный Октябрь» — серия шоколадных наборов од названием «Старинная открытка». На каждой коробке написано: «Открытка появилась в конце XIX века. Так называли незапечатанные в конверт послания на карточках из плотной бумаги. В предлагаемой серии использована богатейшая коллекция Музея Истории Шоколада и Какао (холдинг «Объединенные кондитеры»), в которую вошли открытки, изданные первыми кондитерами России». Главная «придумка» этой продукции состоит в том, что представленная на коробке открытка вынимается и остается у вас и может служить по прямому назначению (она даже разлинована для подписывания).

И все же наиболее серьезная «работа» ведется с советской открыткой. В культуре отмечена определенная ритмика ностальгии, как правило, ностальгический шаг — это 20-40 лет. Понятно, что советская открытка в концентрированной форме воплощает дух того времени, которое многие еще помнят; в культуре открытки был наработан огромный пласт визуальных репрезентаций смыслов и ценностей большой советской утопии, а воплощено это было на уровне лучших художественных и полиграфических стандартов эпохи, не уступала лучшим мировым образцам массовых принтов.

Ностальгически-символический ресурс советской поздравительной открытки 50-80-х годов в полной мере позволяет эксплуатировать концепт «советское детство», а отсылка к детству, теплоте его эмоций и переживаний, — один из основных ресурсов рекламных посланий вообще. Целые рекламные и имиджевые кампании строятся на таких основаниях. Возь-



мом для примера рекламную политику «Bosco di Ciliegi», которая последовательно реализует коммерциализацию ностальгии в оформлении ГУМа. Советская тема в жизни ГУМа представлена многообразно, но игра с образами советской (по сути детской) открытки стала ядром всего новогоднего оформления на рубеже 2007-2008 годов. Центральная пространственная позиция — фонтан — был заменен грандиозной елкой, которая вся была украшена увеличенными изображениями советских новогодних открыток 1950-х годов. На всех входах в ГУМ стояли подсвеченные тумбы, также оформленные репликами советских открыток. Это было началом своеобразной моды. В следующий Новый год таким образом было оформлено пространство аэропорта «Домодедово» и телевизионное межпрограммное пространство Первого канала. Надо сказать, что этот прием (использование открыток в оформлении межпрограммного пространства) сейчас полностью закрепился на телевидении. В этом году, например, такой прием использовал канал «Культура», который обыграл дореволюционные рождественские открытки, превратив их в некие движущиеся картинки.

В процессе такой «реанимации» открытки начинает открываться более широкий ностальгический сюжет — разработка самой почты как символического объекта. Почта, с ее вещным антуражем (почтовый ящик, сумка почтальона, ручка с пером и чернильница, посылочная коробка — вся в сургучных печатях и т.д.) и отлично проработанной мифологизированной фигурой почтальона, становится прекрасной площадкой для игры с прошлым, для новых стратегий «эффективных продаж». Действительно, сама почта оказывается сильно нагружена ностальгическими смыслами, но, как ни странно, сама этим ресурсом не очень-то хорошо умеет распоряжаться. Ведь сама почта могла бы как-то ярче и действеннее строить свои репрезентации, подчеркивая идею почты как большой традиции, как важнейшего института культурной преемственности и пр. Она делает отдельные попытки — например, в корпоративном журнале «Почта России» появилась интересная рубрика «Ностальгия. Вещные ценности» — но общей стратегии игры со своим ностальгическим ресурсом не просматривается.

Советская же почта как-то очень хорошо выявляла и разрабатывала собственные символические основания, включая сюда еще и идеологическую составляющую. Это можно подтвердить, вновь обратившись к советской открытке, которая широко репрезентировала тему почты, подчеркивая позитивные смыслы и образы данного культурного института.

Среди довольно большого количества советских открыток, воплотивших образ почты и почтальона как центральной фигуры, можно выделить несколько сюжетов. Одним из важнейших мне представляется такой, несколько идеологизированный сюжет, где представлен почтальон как человек в форме, здесь воплощена идея почты как государственной институции, и почтальон — представитель государства. Это может быть образ милой девушки из пятидесятых, но при этом она на фоне развевающегося красного знамени, а в ее почтовой сумке на первом плане, конечно же, газета «Правда» (рис. 1). Это может быть и детская открытка, иллюст-

рация к знаменитому произведению С. Маршака «Почта» — «Это он, это он, ленинградский почтальон...». Она уже из шестидесятых и образ почтальона заметно «смягчился» — он уже не так идеологически строг: никаких красных знамен, а из его почтовой сумки торчит уже не газета «Правда», а журнал «Крокодил». И все-таки он «человек в форме» (рис. 2).

Другой интересный и очень характерный сюжет из жизни почты этого времени — деревенская почта. Послевоенная страна еще позиционировалась не только через гигантизм городов (как это уже полностью утвердилось сегодня), но широко представляла советское пространство и через некую сельскую идиллию. Образ сельского почтальона, этакого доброго вестника, который связывает людей, разлетевшихся по всей стране (великие комсомольские стройки, доблестная служба в армии, учеба в городе — страна и люди мобильны), воплощает здесь образ малой Родины. Этот образ, конечно же, лирический, мягкий, и тоже работает на ностальгию. Важным элементом в образах почты является тип транспорта, на котором почтальон спешит со своими добрыми вестями. Вот почтальон на селе, как правило, изображается на велосипеде или даже на лыжах (рис. 3, 4, 5, 7). Милая, лирическая картинка на открытке под названием «Сельские почтальоны» — постановочная фотография, видимо, — создает удивительное ощущение советского сельского рая (рис. 6)

Наибольшее количество открыток про почту и почтальона приходится на новогоднюю тематику. При удивительном разнообразии праздничных сюжетов тема доставки радости (подарков, почтовых посланий — телеграмм, писем и открыток) — одна из самых востребованных. Прежде всего, прорабатывается образ сказочно-лесного мира, где праздничную почту несут самые разные помощники Деда Мороза — Снеговики, Снегурочки, зайчики-ежики и пр. Но и Дед Мороз часто сам предстает почтальоном, аналогия его мешка с подарками и почтовой сумки бывает прямой. Социальные контексты мягко вписываются в эту сказочную образность, позволяя выразить время и его идеологические девизы. Так, например, на одной из открыток Дед Мороз открывает поздравительное письмо, на котором крупно нарисована сургучная отметка «БАМ» и рядом почтовые штампы «Тында», «Тайшет» и пр. Или другая открытка на эту же тему — Дед Мороз мчится на снегоходе, везет огромный мешок с подарками. На мешке адреса — «Тында», «Братск» (рис. 15) и т.д.

Особенно важным и характерным является включение в этот образно-смысловой ряд ведущей советской темы той эпохи — космоса. Теперь Дед Мороз — почтальон уже не на лыжах или велосипеде, как в деревенской теме, сейчас он мчится на ракетах. Иногда в качестве космического почтальона предстает не Дед Мороз, а сам человечек «Новый год». Вот «1962» год летит на звездном корабле и разбрасывает над прекрасной Москвой новогодние поздравительные письма (знаменитая открытка художника И. В. Знаменского, рис. 8).

Или вот открытка, где почтальон Зайчик, но на его почтовой сумке написано «Космическая почта», много изображений и с другими героями космической почты (рис. 9, 10, 14). Мы видим, что эти открытки запечатлели важнейшие позитивные точки советского мира и именно они чаще всего попадают сегодня во вторичную ностальгическую переработку.

Новогодние сюжеты про почту позволяют увидеть еще раз подчеркнуть главную особенность в ностальгической разработке — детскую тему. В огромном мире открытки детская тема занимает одно из ведущих мест. Детство как «золотой век» манит всегда. Взрослые в детской открытке возвращаются в свое детство, а дети через нее попадали в другие миры, включая сказочные. Дети и почта в открытке соединяются и через сказку, как в новогодних примерах, и включаются в реальные традиции и праздники. Так, например, часто дети и почта связаны в теме поздравления мамы или бабушки с праздником 8 Марта. На этих открытках показано как малыши спешат оправить поздравление и в их жизни появляется замечательный объект — почтовый ящик. Они еще малы, с трудом достают до него (рис. 11, 12).

Открытка с таким сюжетом подсказывает, что нужно сделать, чтобы поздравить маму или бабушку. Так, через Деда Мороза-почтальона, через волшебный почтовый ящик, через «ленинградского почтальона» С. Маршака в жизнь ребенка входит почта, а с ней и весь мир. Почта здесь выступает важным инструментом социализации советского ребенка. И пока еще живут эти бывшие советские дети позитивный и радостный потенциал почты будет предметом ностальгии (и определенных коммерческих практик использования этой ностальгии).

Таким образом, открытки возвращаются в массовое сознание, олицетворяя собой милое и доброе прошлое, но возникает вопрос — можно ли через эту демонстрацию актуализировать открытку как реальный предмет, снова соотнести ее с почтой и попытаться организовать какие-то новые, живые потоки открыток. Оказывается, что эти потоки активно двигаются по миру и сегодня. Ну, во-первых, у западных путешественников сохраняется традиция посылать открытки из всех посещаемых ими мест. Во-вторых, движение открыток разворачиваются на новом технологическом и ментальном уровне, вбирая в себя и живую энергию письма, и новые информационные технологии. Таким процессом новой мобильности открыток является всемирно известный проект «посткроссинг» (postcrossing). Посткроссинг возник под влиянием буккроссинга, но определенно превзошел его. В посткроссинге осуществляется пересылка открыток участниками проекта из 203-х стран мира, в проекте зарегистрировано более 300 000 человек, а 27 января 2012 года была получена десятиmillionная открытка. Интересно, что Россия занимает в проекте второе место по числу участников после США (это при том, что российская почта не помогает, а напротив, чуть ли не саботирует проект). По организации это интернет-проект, по реализации — новая живая форма «бумажной» мобильности. Основателем проекта стал португалец Пауло Магальяшу, который будучи профессиональным компьютерщиком, заявил, что «...e-mail — не универсальное решение. Открытка — больше, чем со-

общение. Она имеет замысел, она персональна. Ее можно взять в руки. Никто не станет вешать e-mail на холодильник или ставить на письменный стол. А с открыткой это делают» [3].

На Западе посткроссинг получил дополнительное социальное и образовательное значение. Многие детские дома организуют свой аккаунт на сайте, подключая одиноких детей к увлекательному процессу общения. Порой думаешь, почему бы у нас, с такой открыточной традицией, не сделать что-то подобное для пожилых одиноких людей. И как образовательный проект он очень перспективен. Тот же английский язык, на котором осуществляется переписка, — многие знакомые начинали участие в проекте вместе с детьми, чтобы разнообразить для них формы изучения языка. В отношении детей в посткроссинге встречаются особо трогательные примеры. Так, одна беременная женщина просила прислать своему будущему сыну открытку со словами: «Добро пожаловать в наш мир!» [3]. В связи с этим примером я вспомнила одного человека, который рассказал, что, став дедушкой в прошлом году, купил в день рождения внучки марку, газету и конверт этого дня. «Когда она вырастет, через эти почтовые предметы увидит, каким был мир в тот день, когда она родилась», — поделился он.

В развитии (или реанимации?) бумажной почты посткроссинг сыграл весьма положительную роль. Например, почта Нидерландов в благодарность проекту «Посткроссинг» выпустила в прошлом году специально посвященную ему почтовую марку. А что же наша почта? Она опять, как и в случае с символическим ресурсом старых открыток, который она никак не использует, в посткроссинге проявляет себя еще недальновиднее, неся огромные коммерческие и репутационные потери (огромная «упущенная выгода»). Российские участники посткроссинга страдают прежде всего от отсутствия открыток — как будто напрочь утрачена вся художественно-полиграфическая традиция, открытки убогие, ассортимента нет вообще. В этой ситуации люди начали сами изготавливать открытки (делают, например, из собственных фотоснимков), возникли интернет-магазины, предлагающие удовлетворение этого спроса, многие закупают открытки за границей. С производством открыток действительно странная ситуация, ведь высокий художественный уровень в производстве марок вроде бы сохранен. Те же иностранцы-туристы, приезжая в Россию, не могут найти нормальных маркированных открыток, которые можно отправить даже из самых знаковых российских мест. Как-то раз я сама на почтамте Екатеринбурга просила найти мне хоть что-нибудь, связанное с городом, нашли только конверт с портретом А. Попова (изобретателя радио). Вторая проблема — просто нежелание почты работать с этим потоком. Участники часто на своих форумах жалуются на сопротивление почты. Например, почта отказывает в пересылке открыток, заявляя, что они должны быть только в конвертах, хотя смысл как раз в использовании простых маркированных карточек.

Если обратиться к современным социальным теориям и попытаться включить рассмотренный нами выше пример с посткроссингом в более широкий социальный анализ, то мы уви-

дим, что данное явление при всей своей экзотичности (какие-то чудачки с открытками) на самом деле очень интересно иллюстрирует и подтверждает актуальные социально-философские и социологические тренды. Например, теория Дж. Урри, посвященная анализу современной социальности как мобильности, дает возможность увидеть в феномене посткроссинга подтверждение тому, что современный мир следует описывать метафорами движения, в частности движения сетей и потоков. Особенно для автора важно, что метафоры сети/паутины и потоков/течений описывают общество не через вертикаль, а в его горизонтальных мобильностях. Повсеместные путешествия людей, объектов, идей, образов, посланий, мусора и денег поверх международных границ стали реальностью XXI века [7]. Посткроссинг и является одним из таких горизонтальных потоков, а кроме этого он отражает еще одну особенность мобильностей этого века - он выступает как некий гибрид (им Дж. Урри тоже уделяет особое внимание), соединяющий бумагу и цифру.

Таким образом, простая бумажная открытка, вещь-пустяк, на самом деле может подтвердить реальность прошлых жизней (в виде вещи из архива или коллекции) и удостоверить реальность жизни сегодня, здесь и сейчас. Как сказала одна из участниц посткроссинга — «открытки – это настоящий способ понять, что мы живем в настоящем мире, а не в Матрице».

#### Список литературы и источников

1. Адоньева С. Б. Политика и риторика мусора // Адоньева С. Б. Символический порядок. — СПб.: Пропповский центр; Амфора, 2011. — 167 с.
2. Бодрийар Ж. Система вещей. — М.: Рудомино, 1995. — 224 с.
3. Ларина Ю. Из России с приветом // Огонек. 2012, № 2.
4. Мориц Ю. По закону — привет почтальону. — М.: Время. — 576 с.
5. Ностальгия. Вещные ценности // Почта России. 2011, № 11-12; №8-9; №7.
6. Третьяков В. «Одобрено в печать» // Русское искусство. 2007, № 2.
7. Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2012. — 336 с.
8. Шабурова О. В. Ностальгия: стратегии коммерциализации, или Советское в гламуре // Советское прошлое и культура настоящего: монография в 2 т. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. — Екатеринбург: изд-во Урал. ун-та, 2009. Т. 1. — С. 33 – 44.





Рис. 1  
Рис. 2

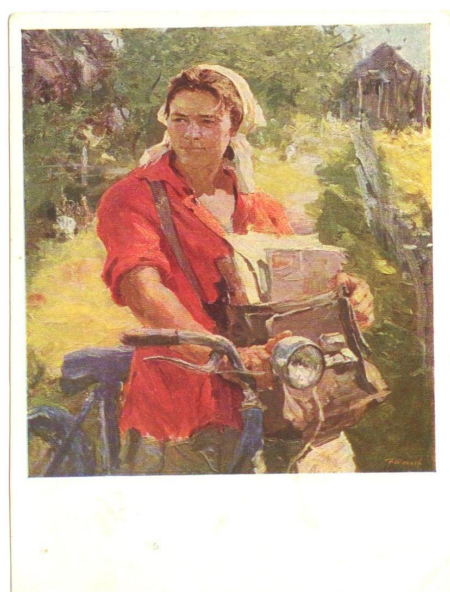


Рис. 3

Рис. 4

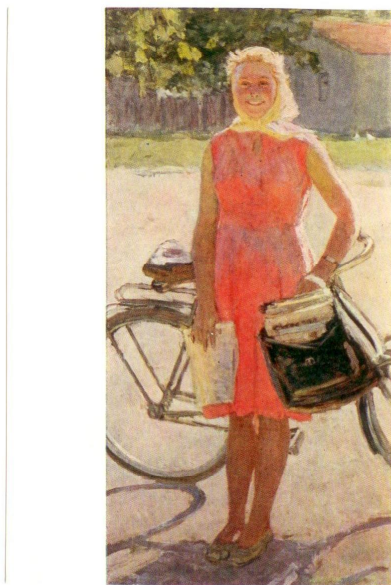


Рис.5



Рис.6

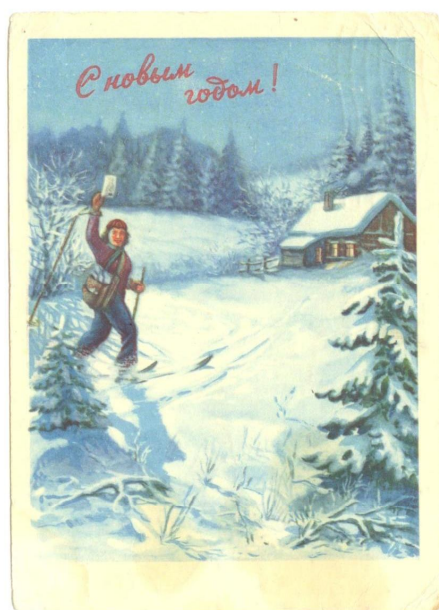


Рис.7



Рис.8





Рис. 9



Рис.10



Рис. 11



Рис. 12



Рис.13



Рис.14



Рис. 15, 16.

М. Ю. Тимофеев

**ПСЕВДОСОВЕТСКИЙ ОБЩЕПИТ КАК ИМПЕРИЯ ЗНАКОВ:  
СИСТЕМНО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.  
ЧАСТЬ 1. АРТЕФАКТЫ**

Посещение современных ресторанов и кафе «в советском стиле» может создать у людей, не знакомых с жизнью в СССР, искажённое представление и об общепите, и об образе жизни не столь уж далёкого прошлого. Как отметил А. Казакевич, «в течение десятилетий “советское” было составной частью реальности. После двадцати лет несоветского/постсоветского существования этот феномен — некогда точно определенный и полностью понятный на различных уровнях публичной коммуникации — становится все более размытым, непонятным, бессодержательным и проблемным» [7, с.164].

Объектом настоящего исследования являются российские концептуальные заведения общественного питания, тематически связанные с феноменом советскости<sup>1</sup>. В статье обобщены результаты полевых исследований 2006-2012 годов, а также мониторинг интернет-ресурсов за последние три года. В первой части будут рассмотрены визуальные атрибуты советскости (внешний облик и внутреннее убранство ресторанов, кафе, баров, оформление меню и т.п.) и «материальная часть» — детали интерьера, антураж. Вторая часть статьи будет посвящена анализу нарративных практик — рекламных текстов, наименований самих объектов, а также предлагаемых в них блюд и напитков<sup>2</sup>.

***Советское — значит, шампанское: функции знаков советскости***

Мода — это стадия чистой спекуляции в области знаков...

*Жан Бодрийяр «Символический обмен и смерть»*

Концептуальные объекты общепита в «советском стиле» являются частным случаем разного рода ретрозаведений. Однако следует отметить, что многочисленные трактиры и рестораны в «русском стиле», где реконструируется образ досоветского прошлого и вос/создаётся соответствующий купеческий или дворянский антураж, гораздо в большей сте-

<sup>1</sup> Анализу конструирования советскости в заведениях общественного питания Украины будет посвящена отдельная статья.

<sup>2</sup> Вторая часть статьи — «Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 2. Нарративы» — будет опубликована в следующем номере журнала.

пени воспринимаются как имитация, так как из-за значительного разрыва во времени и утраты культурной традиции в них отсутствует эффект подлинности.

Кроме этого, в отличие от псевдосоветских, заведения в «дореволюционном стиле» не предполагают элемента ностальгии. В значительной степени можно согласиться с утверждением Л. Горалик о том, что советский ретро-стиль предназначен в первую очередь для тех, кто по разным причинам ностальгирует по «советскости» [5]. Следует сказать, что даже в крупных городах еще сохранились аутентичные заведения советского времени, иногда сменившие вывеску, но сохранившие интерьер и дух места. Случай, который я рассматриваю, конструируется иначе.

Парадигма для выбора концептов советского стиля достаточно многообразна. Это может быть суровый стиль послереволюционного быта 1920-х годов или напротив относящийся к той же эпохе нэпмановский, более соответствующий духу исследуемого места. В концепции возможны вариации на темы 1930-х, как это сделано в ресторане «Спецбуфет № 7», который находится в знаменитом «Доме на набережной» [См.: 17], или полукриминальный дух конца 1940-х, воссозданный в московских ресторанах «Чёрная кошка», идея создания которых была навеяна позднесоветским сериалом «Место встречи изменить нельзя». Чистота стиля, отсылающая к той или иной эпохе истории СССР, встречается достаточно редко. Обычно советскость репрезентируется в предельно широком временном промежутке — это достаточно условный сталинский, хрущёвский, брежневский стиль или же просто эклектичный «стиль СССР». Разного рода артефакты 1920-1980-х годов представлены во многих кафе и ресторанах оригиналами, но реконструкция советского быта в интерьерах в значительной степени базируется на культурных текстах, а не на личном опыте и воспоминаниях. В памяти ныне живущих поколений зафиксирована, прежде всего, вторая половина XX века, и среди тех, кому за тридцать, следует искать владельцев-заказчиков и авторов-исполнителей концептуальных проектов, а также часть сотрудников и постоянных посетителей такого рода мест.

Очевидно, что имитация советскости в современном общепите может быть достигнута разными способами, общим будет лишь семиотический характер процесса реконструкции. Проводниками в дивный советский мир являются два типа знаков: 1) аутентичные тексты и объекты культуры советского времени и 2) тексты и объекты, создаваемые в настоящее время, имитирующие символы и реалии времён СССР [См.: 18; 19; 20]. Представляемые ими означаемые будут существенно различаться. В первом случае мы будем иметь дело с апелляцией к реликтам, выпавшим из контекста и унаследованным современной культурой, а во втором — с симулякрами, указывающими на отсутствующую в настоящее время культуру прошлого. Будучи интегрированными в пространство ресторана или кафе в советском стиле аутентичные вещи начинают функционировать иначе, и указывают уже не на определённый денотат, а на неопределённый референт — условную, воображаемую реальность.



Мода на символическую эксплуатацию советскости появилась ещё в начале 1990-х годов [См., напр.: 4]. Однако, постепенно следом за использованием «говорящих» названий и атрибутики стали возникать места, концептуально эксплуатирующие образы советскости. Как можно судить по результатам мониторинга интернет-ресурсов, в настоящее время даже далеко не во всех крупных городах на рынке услуг можно обнаружить заведения псевдосоветского общепита. Тем не менее, количество таких мест, появившихся в основном в последнее десятилетие и действующих до настоящего времени, в России и Украине достаточно велико<sup>1</sup>. Нередко «новая советскость» позиционируется как элемент модного потребления. Это приводит, в частности, к тому, что некоторые подобным образом маркированные места относятся к сегменту «luxury» [См.: 24]. Впрочем, среди них можно найти и вполне демократические заведения. Этот тренд объединяет некоторые государства пост-советского пространства с отдельными бывшими странами соцлагеря в Восточной Европе.

В Варшаве, Лодзи, Торуни и Закопане сетевые закулочные «Мета», интерьеры которых изобилуют разнообразными артефактами времён ПНР, используют универсальный для рекламы ностальгических проектов слоган: «Почувствуй вкус и атмосферу прежних лет» [См.: 30]. Безусловно, это обещание не следует понимать буквально. Что касается псевдосоветского общепита, то знакомый вкус блюд советского прошлого в значительной степени утрачен. Воссоздание пищевых продуктов в результате изменения технологий и замены ряда ингредиентов,

<sup>1</sup> Вот заведомо неполный перечень подобных мест в России: рестораны «Спецстоловая №1 СССР» в Анапе, «Красный ресторан-клуб “СССР”» в Волгограде, «Будь готов!» в Гатчине и Магнитогорске, «Ударник» в Перми, «Джентльмены удачи» в Саратове, «Плачущая ива» в Нижнем Новгороде, «Навек родня» и «Старая квартира» в Самаре, «Коммуналка» в Туле, «Ели-Пили» в Казани, «Серп и молот» в Улан-Удэ, в Ростове-на-Дону ресторан-клуб «Советский», кафе «Пивная на Советской» в Новомосковске, «СССР» в Смоленске, «Советская ностальгия» в городе Дзержинске Нижегородской области, «Город Горький» в Нижнем Новгороде, «На троих» в Омске, «Общепит № 747» во Пскове, «Ностальгия» в Астрахани, Воронеже и Липецке, «Товарищ» в Чебоксарах, «Блинчики» во Владимире, спорт-бар «СССР» во Владивостоке, бар «Калинин» в Твери и «Крыжополь» в Ставрополе, ресторан «Иван Васильевич» и пивная «Афоня» в Ярославле, в родном городе В. И. Ленина Ульяновске это «Питейное заведение “Шипр”», на родине первого Совета в Иваново – пивной ресторан «Хмель», кафетерий и рюмочная «СССР», в Новосибирске пивная «Серп и молот», в Волгограде – «Социализм», в Кирове пивной бар «Каземат» и ресторан «Райком», в Тюмени кафе-ресторан «Горкомовское», в Петрозаводске и Североморске развлекательные клубы «Рай.com». Рестораны «ГлавПивТрест» имеются в Волгограде, Магнитогорске, Ростове и Челябинске. В некоторых крупных городах число таких мест довольно велико. Так, например, в Екатеринбурге это рестораны «СССР» и «Дача», трактир «Шуры-Муры», гриль-бар «НЭП», в «колыбели трех революций» городе-герое Санкт-Петербурге в разное время существовали и продолжают работать в настоящее время кафе «В-Месте», «Красный уголок», «Ленин жив», «МосПончик», «Правда», «Рюмочная», «Советское кафе “Квартирка”», «СССР», а также рестораны «Зов Ильича», «На здоровье», «НЭП», «Пропаганда», «Старый парк», «Столичный» и «Советский Союз», кафе-бар «ГСМ». В Москве число таких мест ещё больше (рестораны «Бункер Сталина», «Валерий Чкалов», «Главкурорт», «Главпивторг», «Горки», «ДК Революция», «Жигули», «Кавказская пленница», «Квартира 44», «Керосинка», «Коммпартия», «Павильон», «Петрович», «Покровские ворота», «Служебный вход», «Спецбуфет №7», «Чердак 100%», «Чёрная кошка», «Чёрная кошка на Лубянке», «Щит и меч», чебуречная «Советские времена» и кафе «СССР», «Старая Москва», «Столовая № 57» в ГУМе, пивной бар «Камчатка», рюмочная «Территория СССР»). На Украине это киевские кафе-бар «Рай.com», народный пивной паб «Пивная № 1», клуб «Петрович», рестораны «Спотыкач» и «Товарищ Маузер», находящийся, кстати, в торговоразвлекательном центре «Большевик»; пабы «Blind Age» и «По2л.», а также принадлежащие сети «Pees Boy Club» пролетарская пивная «У станка», банкетный зал «Изда Вождей» и пивной клуб «Партизан» на территории одноимённого загородного комплекса. К ним можно добавить сеть городских ресторанов «Вареничная “Победа”» в Киеве и Севастополе, ресторан-кафе «Парадная № 1» в Одессе, ресторан «Полёт» в Харькове, кафе-бар «Политбюро» в Запорожье, кафе «Ностальгия» и паб «Пролетарский» в Симферополе, бар «Подпольный райком» в городе Перечине Закарпатской области.

как отмечала Р. Чепайтене, приводит к тому, что среди них «становится больше имитаций под советские, поскольку их вкусовые и другие качества мало общего имеют с действительностью того времени» [23]. Блюда советской кухни, если и воспроизводятся в ресторанах, то выборочно: салат оливье или шницель по-министерски присутствуют в меню в большей степени как знаки советского прошлого, что обычно акцентируется в меню. Опять же создатели такого рода мест вовсе не пытаются воспроизвести максимально точно какой либо тип советского общепита, хотя порой они находятся в помещениях того времени. Другими словами, псевдо-советский «новодел» лишь выполняет знаковую функцию, представляя ценность не сам по себе, а лишь в отношении к советской реальности. Его сущность можно обозначить термином «поп-коммунизм», предложенным польскими исследователями трансформации культурных смыслов в бывших странах Восточного блока [27, с. 7]. Меморативные ностальгические практики ориентированы на игру в прошлое, на восприятие истории как развлечения, аттракциона.

Концептуальные ресторанные проекты предполагают определённую целостность замысла и его реализации от структурной организации различных уровней системы до мелочей, отдельных деталей. Конструирование пространства общепита как локуса советской реальности осуществляется при помощи концептуальных номинаций и создания соответствующей знаковой системы. Для того чтобы понять, каким образом идея советскости реализуется в рамках заведений общепита как упорядоченной целостности, полезно применить системный подход А. И. Уёмова [21], адаптированный к анализу неформализованных систем И. В. Дмитриевской [6]. В работах этих авторов понятие «система» определяется как вещь (или множество вещей), обладающая, во-первых, отношением с заранее фиксированными свойствами и, во-вторых, свойствами с определенным отношением. В системе присутствуют три уровня организации — концептуальный (уровень системообразующего свойства), структурный (уровень системообразующего отношения) и субстратный (уровень элементов системы). Системообразующими компонентами являются концепт и структура, субстрат же играет подчиненную роль.

Идея советскости, выступающая в качестве концепта псевдосоветского общепита, задаётся в наименовании мест, либо указывается с помощью косвенных атрибуций — дополнительных названий («советское кафе», «ресторан в советском стиле», «советская пивная») и уточняется советской символикой в оформлении вывески и рекламных материалов. Концепт реализуется в рамках вариативной структуры на определенном субстрате. Структурой является организация предприятия общественного питания, взаимосвязь задействованных в реализации идеи функциональных элементов (помещение, его зонирование, посадочные места, оформление интерьера и т.п.). На практике это выражается в том, что знаки советскости присутствуют повсеместно — от входа и коридора до туалетных комнат. Уровень элементов системы может быть предельно разнообразен — это мебель, многообразные детали интерьера,

посуда, меню и проч. Количество советских артефактов среди субстрата системы может разным, но они присутствуют всегда. Возможно, дизайнеры исходят из утверждения Ж. Бодрийера о том, что старая вещь «лишена какого-либо выхода в практику и явлена нам исключительно затем, чтобы нечто означать. Она неструктурна, отрицает структурность в принципе, знаменует собой совершенное отречение от первичных функций. Однако же она не является нефункциональной или просто «декоративной», и в рамках системы у нее есть вполне специфическая функция: ею обозначается время» [3, с. 83].

Наличие знаков советскости на каком-то одном уровне организации заведения общепита не создаёт систему. Название бара-клуба «Ленин» в Казани, с узнаваемым профилем в логотипе этого заведения (рис. 1) или его портрет в витрине караоке-бара

**ЛЕНИН.  
НАЧАЛО.**  
«МЫ ПОЙДЕМ СВОИМ ПУТЁМ»



«Шизгара» в Иванове не выступают в качестве системообразующего начала для этих заведений. Основываясь на выделенных Р. Бартом трёх типах отношений знаков — символических, парадигматических и синтагматических [1, с. 246 – 247], можно констатировать, что парадигмальные отношения в этих случаях не устанавливаются, игра означающих останавливается на уровне символики.

Согласно семиотической теории Ч. Морриса, нечто есть знак только потому, что оно интерпретируется как знак чего-либо некоторым интерпретатором [12, с. 48]. Советскость, будучи уходящей натурой, требует узнаваемости и за пределами ностальгирующей целевой аудитории. Поэтому для маркировки заведений несоветского общепита используются знаки наиболее доступные для интерпретации в рамках кодов советскости.



Если театр начинается с вешалки, то кафе, бар или ресторан в советском стиле с вывески. О названиях речь пойдёт во второй части статьи, сейчас же я остановлюсь на эмблемах, используемых в оформлении экстерьера предприятий псевдосоветского общепита. Стандартными индексальными знаками коммунизма/советскости являются серп и молот, пятиконечная красная звезда, флаг и герб СССР, изображение Ленина. Чаще всего из этой парадигмы выбирается одна или две эмблемы (рис. 2).

Иногда все перечисленные элементы используются одновременно, и если псевдосоветский ресторан имеет сдержанный и аскетичный внешний вид кафе-стекляшек 1960-1970-х годов (рис. 3), то предчувствие того, что посетители попадут в интерьер, выполненный в эстетике эклектики и кича [См.: 31], чаще всего не обманчиво. Возможно, что за тонированными стеклами мы обнаружим помпезный стиль 1950-х с тёмно-пурпурным бархатом партийных знамён, вдохновлявший соавторов-основателей соц-арта В. Комара и А. Меламида.





Красный цвет как знак коммунизма используется в оформлении часто и избыточно много. В какой-то степени цветовые ассоциации сходны с проанализированной Р. Бартом с гаммой итальянского триколора в рекламе фирмы «Пандзани» [2, с. 298 – 299]. Однако для людей, не понаслышке знакомых с советской культурой,

семантика красного включена в значительно более богатый контекст, чем цвет государственного флага. Порой кажется, что дизайнеры пытаются превзойти автора стихотворения «Кумач» Н. Асеева, создавшего своего рода апофеоз цветового нарратива («Красные зори,/ красный восход,/ красные речи/ у Красных ворот,/ и красный,/ на площади Красной,/ народ»).



Превалирование цветового акцента на вывесках иногда приводит к тому, что звёзды изображаются на алом фоне белыми или жёлтыми, но визуальный код подразумевает, что «на самом деле» они красные (рис. 4). Кроме перечисленных визуальных знаков на вывесках используется «Знак качества», силуэт территории СССР, стилизованные изображения пролетариев и скульптуры В. Мухиной «Рабочий и колхозница». В качестве эмблемы общероссийской сети «Столовая № 1» используется изображение советской монеты достоинством в одну копейку.

Казалось бы, что идея производства объектов ностальгии сама по себе подразумевает иронический модус их репрезентации [См.: 9]. Однако, как это ни странно, представитель общественной организации «Коммунисты России» вполне серьёзно утверждает, что «придет время, когда повара и администраторы подобных мест будут в обязательном порядке утверждаться на заседаниях нашего ЦК, в практику их работы будут введены обязательные бесплатные ужины для ветеранов и полдники для пионеров, а охрану заведений будут нести революционные матросы» [10]. В этом заявлении стирается грань между сакральным и профанным, «баррикадами и танцплощадкой», если воспользоваться образом Г. Маркузе. Стремление использовать псевдосоветские точки общепита для пропаганды показывает, что трансформация политической платформы наследников коммунистических идей дошла до уровня попкультуры. Резонно предположить, что в современной России путь к коммунизму лежит через желудок и печень ностальгирующих по СССР граждан.

*Ударный обед в ленинском уголке: декорации псевдосоветского общепита*

Я думал — музей как музей. А это не музей, а хуже забегаловки: горячего нет, один сыр и кофе.

*Михаил Жванецкий «В Греческом зале»*

Идеальной концептуальной сервировкой советского стола стоило бы признать инсталляцию А. Филиппова «Гайная вечеря»: тринадцать тарелок, обрамленных серпами и молотками в качестве столовых приборов, на покрытом красной скатертью столе (рис. 5). Нефункциональность атрибутов подчёркивает то, что мы сталкиваемся с акцентированием, торжеством знака, а не предмета, как писала об этом в контексте исследования эстетики поп-арта К. Каррьеро [8, с. 10]. В значительной степени псевдосоветские кафе и рестораны — это симбиоз «ленинского уголка» с «ударной столовой». Эти понятия, вероятно, не знакомы многим посетителям этих мест, но явно известны дизайнерам, размещающим портреты советский партийных и государственных деятелей в интерьере (рис. 6, 7). Фотографии вождя мирового пролетариата через год после его смерти висели в красном углу у двух из каждых трёх пролетарских семей. Эта мода быстро распространилась и на советские учреждения, клубы и сошла на нет лишь в конце 1950-х годов [См.: 11, с. 209 – 210; 22, с. 63]. «Ударный обед» для передовиков социалистического соревнования — это уже явление 1930-х [11, с. 354 – 355], демонстрирующее социальную дифференциацию, прежде всего в пролетарской среде. Для ударников тогда отводились особые «ударные столовые» или, по меньшей мере, отдельные столы в общих столовых, разделённых перегородками.



Попробуем ответить на вопрос, в чём прелесть застолья в имитации красного уголка под портретом Ленина или Сталина? Насколько очевидно, что это удовольствие, не доступное антисоветчику? Может ли подобная трапеза рассматриваться как тризна по советскому прошлому — поминальный обед на «свалке истории»?

Следует признать, что у семиосферы «поп-коммунизма» есть референт, но нет денотата. Обращаясь к теме музеефикации, без которой сложно понять феномен псевдосоветского общепита, С. Левинсон совершенно справедливо отмечает, что «при перемещении памятника в музей он получает иной семиотический статус. В некоторых музеях новый статус становится сугубо эстетическим, в результате чего форма субстанциально существует отдельно от содержания» [29, с. 68]. Е. Ковач подчеркивает, что «реликты социализма первоначально должны стать мусором в символическом смысле, так чтобы после их музеефикации они могли стать облагоустроенными как культовые объекты» [28, с. 162].

Реклама бара «Серп и молот» в Улан-Удэ гласит: «Музейный формат позволит вам окунуться во времена советской эпохи». Роль проводников в путешествии во времени во многом выполняют аутентичные артефакты, потерявшие свою функциональность. Эти вещи, вырванные из контекста и помещенные в пространство, предназначенное для проведения досуга, по словам Ж. Бодрийера, соответствуют «желаниям иного порядка — выразить в себе свидетельство, память, ностальгию, бегство от действительности» [3, с. 83].

Инвентаризация антуража псевдосоветского общепита — занятие трудоёмкое. Число предметов, представленных в интерьерах ресторанов, кафе, пабов и баров в советском стиле, велико и многообразно [См.: 13; 14; 15; 25]. Внутреннее пространство наполняют уличные аншлаги, вымпелы, соцреалистическая живопись, старые газеты и плакаты. Иногда можно обнаружить и некий визуальный акцент. Так в баре «Калинин» в Твери на самом видном месте находится вывеска Управления Комитета государственной безопасности по Калининской области. Предметы ушедшего быта и ритуальных церемоний — пионерские барабаны и горны, радиоприёмники, радиолы, катушечные магнитофоны, телевизоры, печатные и швейные машинки, велосипеды, коньки, настенные часы, телефонные аппараты, настольные лампы, фарфоровые статуэтки балерин и юных пионеров, бюсты партийных деятелей и советских писателей, изданные в СССР книги, грампластинки фирмы «Мелодия» в конвертах и без них и т.п. — можно обнаружить практически в каждом неосоветском заведении.



Присутствие старых и антикварных вещей в интерьере баров, пабов, кафе и ресторанов не является ноу-хау псевдосоветского общепита. Впрочем, и наличие предметов быта советской эпохи ещё не делает такое заведение концептуальным. Вещное наполнение, которое является субстратом в системе концептуального

общепита, работает на его идею, только будучи подчинено избранному советскому ретростиллю. Именно в этом случае вполне идеологически нейтральные пишущая машинка «Ятрань» и катушечный магнитофон «Айдис» становятся частью экспозиции ресторана или кафе, созданной для актуализации именно советской семантики этой техники.

Типологизация артефактов предполагает выделение знаков идеологически маркированных и свободных от такого рода коннотаций. Однако, если семантику вымпелов «Коллектив коммунистического труда» или «Победителю со-





циалистического соревнования» определить несложно, то старые советские газеты публиковали не только то, что, по мнению известного героя М. А. Булгакова, не следует читать перед обедом. Газетные развороты, адресованные к зрителю первой полосой — достаточно популярное украшение псевдосоветского интерьера. Современникам Советского Союза подобным образом оклеенные помещения могут напомнить квартиру во время ремонта перед наклейкой обоев, что создаст хотя и домашнюю, но не самую уютную атмосферу. В некоторых ресторанах зонирование пространства предполагает, что старые газеты уместны только на стенах туалетных комнат, как, например, это сделано в екатеринбургском ресторане «Дача» (рис. 8). Очевидно, что посредством помещения в этот контекст напечатанных на первых полосах «Правды» и «Известий» портретов представителей партийно-государственной номенклатуры происходит их мифогенная десакрализация. То же самое можно сказать и о профанации ико-



нических образов Ленина, берущей начало в работах ещё одного мастера соц-арта А. Косолапова (рис. 9). Используемые в оформлении и рекламе симулятивные изображения и изваяния представляют Ленина в образе Атланта, диджея и просто любителя пива (рис. 10, 11, 12). Это связано с тем, что, как отметила Т. А. Круглова, в современном восприятии советского изобразительного ряда

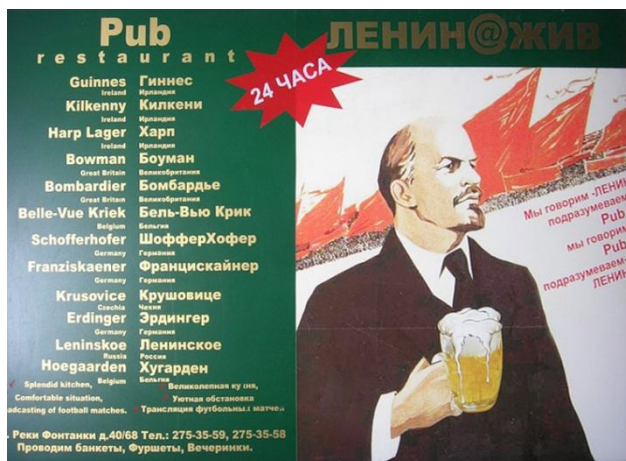
«считываются и понимаются только коды массовой культуры» [16].

Использование в качестве персонажа Ленина (другие деятели отечественного коммунистического движения в этом амплуа не были обнаружены), указывает не только на то, что он стал героем масс-культы, узнаваемом представителями разных поколений и социальных групп, но и на амбивалентность его образа в современной постсоветской мифологии. Десакрализуется в визуальных материалах и символика детских и юношеских коммунистических организаций. Фотографии полу-



одетых девушек в красных пилотках с пионерским галстуком на шее скорее ассоциируются с героиней песни «Пионервожатая» группы «Бахыт-Компот», чем с советской пропагандой (рис. 13). Всё это даёт основание считать, что потенциал антисоветского в псевдосоветском общепите весьма и весьма велик.

Советские плакаты, используемые в оформлении интерьеров не менее часто, чем газеты, транслируют кроме идеологических сообщений и социально-культурные, бытовые. Определённого рода парадокс заключается в том, что в пи-



тейных заведений постеры с рекламой вкусной и здоровой жизни дополняются



антиалкогольными советскими плакатами. По-видимому, это подтверждает гипотезу о том, что в настоящее время советские визуальные тексты и нарративы утрачивают свою семантику и функционируют просто как знаки того времени. Неактуальность пропагандистской функции советского плаката снимает его политическое значение, акцентируя эстетическое.

Однако достаточно частое наличие атрибутов советской/коммунистической эмблематики на рекламных буклетах и меню (рис. 14) заставляет предполагать, что именно эти символы выполняют функцию универсального кода и транслируют концепт на



уровень субстрата системы. В изысканных ресторанах и кафе меню часто стилизованы под полиграфическую продукцию 1950-60-х годов (рис. 15), в более простых заведениях дизайнеры ограничиваются довольно стереотипными решениями — красный цвет, советские эмблемы и фотографии коммунистических лидеров от Троцкого и Мао до Че Гевары и Зюганова (рис. 16).

Возможен ли псевдосоветский общепит без использования в качестве знаков советскости аутентичных вещей и симулятивных визуальных образов? Как размышлял герой поэмы «Москва – Петушки», эти атрибуты не нужны посетителям, но желанны им. Для кого-то это способ погрузиться в знакомую материальную среду [См.: 26], для других же познакомиться с экзотическим миром советскости.

*(продолжение в следующем номере)*



В статье использован иллюстративный материал из архива автора и с сайтов:

<http://foto.cheb.ru/foto/13071.htm>

<http://www.artreview.com/forum/topic/show?id=1474022%3ATopic%3A1062450>

<http://www.gorkom.delver.ru/category/6.html>

<http://gorkom.delver.ru/menu-salaty.html>

<http://whitedesign.com.ua/ru/logotypes/28>

<http://www.sotsart.com/gallery/#.UJpeJ2d-84s>

### Список литературы и источников

1. Барт Р. Воображение знака // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — С. 246 – 252.
2. Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — С. 297 – 318.
3. Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. и сопров. ст. С. Зенкина. — М.: Рудомино, 2001. — 224 с.
4. Голомидова М. В. Вербальные символы СССР в современной коммерческой номинации // Советское прошлое и культура настоящего: монография: в 2 т. / Отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 2. С. 332 – 348.
5. Горалик Л. «...Росагроэкспорта сырка». Символика и символы советской эпохи в сегодняшнем российском брендинге // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. № 3. — М.: Новое литературное обозрение. — С. 12 – 32.
6. Дмитриевская И. В. Мироззрение как система // Сознание и теория мироззрения: История и современность. Межвуз. сб. науч. тр. / Иван. гос. ун-т. — Иваново, 1992. — С. 5 – 15.
7. Казакевич А. Символика места: забывание и фрагментация «советского» в ландшафте Минска // Неприкосновенный запас. 2011. (6) № 80. — С. 10 – 16.
8. Каррьеро К. Потребление и поп-арт. — М.: Искусство – XXI век, 2010. — 320 с.
9. Кобыща В. Доминик Бартмански. «Успешные иконы эпохи, потерпевшей крах: переосмысливая посткоммунистическую ностальгию» // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 3. — С. 71 – 78.



10. Коммунисты требуют от органов защитить общепит, использующий образ Ленина. — Режим доступа: <http://kplo.ru/content/view/1568/5>
11. Лебина Н. Энциклопедия банальностей: Советская повседневность: контуры, символы, знаки. — СПб.: Дмитрий Буланин, 2006. — 442 с.
12. Моррис Ч. У. Основания теории знаков // Семиотика: Антол. / Сост. Ю. С. Степанов. — М., 2001. — С. 45 – 97.
13. Музей советских вещей. — Режим доступа: <http://www.fresher.ru/2011/11/06/muzej-sovetskix-veshhej/>
14. Мы жили в СССР / Авт.-сост. О. А. Дыдыкина, С. О. Ермакова, В. Н. Куликова. — М.: БММ, 2011. — 176 с.
15. Советский стиль: Время и вещи / Ред. группа: В. Зусева, Т. Евсеева, Н. Иванова. — М.: Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2011. — 207, [1] с., ил.
16. Соколовская М. Чуждое нам искусство // «Эксперт Урал». 2012. № 43 (531) — Режим доступа: <http://expert.ru/ural/2012/43/chuzhdoe-nam-iskusstvo/>
17. Спецбуфет № 7. — Режим доступа: <http://www.specbufet.ru/pages/menu/alkohol/>
18. Тимофеев М. Знаки «советскости» в современной России: семантика, синтактика и прагматика // *Studia Sovietica*. Выпуск 2 / Відпов. ред. В. Хархун. — К.: Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, 2011. — С. 223 – 231.
19. Тимофеев М. Ю. Без/з коммунизма: кризис идеологии в современной России (анализ семиотического дискурса) // *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 2012. № 1. — С. 4 – 18.
20. Тимофеев М. Ю. Коммунизм как аттракцион: семантические игры с прошлым // *Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки»*. 2012. Т. 3. Вып. 2. — С. 99 – 104.
21. Уёмов А. И. Системный подход и общая теория систем. — М.: Мысль, 1978. — 272 с.
22. Хевеши М. А. Толковый словарь идеологических и политических терминов советского периода. — М.: Междунар. отношения, 2002. — 158 с.
23. Чепайтене Р. Подходы к интерпретации наследия и памяти советского периода на примере опыта некоторых посткоммунистических стран. — Режим доступа: [http://dobrososedstvo.info/dobro/ru/information/n\\_127/o\\_11912?rating=up&isNew=0](http://dobrososedstvo.info/dobro/ru/information/n_127/o_11912?rating=up&isNew=0)
24. Шабурова О. В. Ностальгия: стратегии коммерциализации, или Советское в гламуре // *Советское прошлое и культура настоящего: монография: в 2 т. / Отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова*. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 1. — С. 33 – 44.
25. Шпаковская Л. Старые вещи. Ценность: между государством и обществом // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 1. — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/1/shpak14.html>
26. Bartmanski D. Successful icons of failed time: Rethinking post-communist nostalgia // *Acta Sociologica*. 2011. Vol. 54. № 3. — Pp. 213 – 231.



27. Bogusławska M., Grębecka Z., Sadowski J. *Doswiadczenie komunizmu a kultura popularna // Popkomunizm: doświadczenie komunizmu a kultura popularna / Pod red. M. Bogusławska i Z. Grębecka.* — Kraków: LIBRON, 2010. — S. 7 – 9.
28. Kovacs E. *The Cynical and the Ironic — Remembering Communism in Hungary // Regio — Minorities, Politics, Society.* 2003. № 1. — P. 155 – 169.
29. Levinson S. *Written in stone: Public monuments in changing societies.* — Durham: Duke University Press, 1998. — 144 p.
30. Meta — *Poczuj smak i klimat dawnych lat.* — Режим доступа: <http://metanaszerokiej.pl/kontakt/>
31. Sabonis-Chafee T. *Communism as Kitsch: Soviet Symbols in Post-Soviet Society // Consuming Russia: Popular Culture, Sex and Society since Gorbachev / A.M. Barker (ed.).* — Durham: Duke University Press, 1999. — P. 362 – 382.

**ВЕЩИ. АКТУАЛИЗАЦИЯ**

---

**А. В. Толстокорова****ДЕЛО В ШЛЯПЕ: РОЛЬ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ЭМАНСИПАЦИИ В ГЕНДЕРНОЙ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ТЕЛЕСНО-ФИЗИЧЕСКОГО ИМИДЖА УКРАИНСКОЙ ГОРОДСКОЙ ЖЕНЩИНЫ (КОНЕЦ XIX – НАЧАЛО XX В.)**

В последнее десятилетие основным трендом мирового развития стала глобализация, зиждущаяся на трех китах: торговле товарами, потоках капиталов и мобильности людей. Возможности использования человечеством свободы передвижения, возросшие благодаря техническим достижениям последнего столетия, предопределили возникновение новой парадигматической перспективы в социальных науках — «парадигмы мобильности» [41], направленной на исследование вопросов мобильности и уделяющей особое внимание междисциплинарному диалогу на тему концептуального сдвига от изучения оседлого образа жизни к исследованию социальных импликаций мобильности.

В рамках этой парадигмы выполнено и данное исследование, основной целью которого является изучение независимой пространственной мобильности украинских женщин с исторической точки зрения и с позиций гендерно-ориентированного анализа. Актуальность данной темы определяется социальным заказом на концептуализацию различных аспектов автономной мобильности женщин как исторически нового явления, ставшего объектом изучения в последние десятилетия в силу усиливающегося феминизации международной миграции, отмечаемой в том числе и в Украине [43]. Одной из задач исследования, решению которой посвящена данная работа, является идентификация влияния процесса освоения женщинами пространственно-физической свободы в публичной сфере на рубеже 19-го и 20-го столетий на демократизацию телесно-физического имиджа украинской горожанки с использованием метода «историоскопа»<sup>1</sup>.

Научная новизна работы состоит во введении аналитического концепта «*пространственной эмансипации*», через призму которого рассматривается обозначенная научная проблема. При этом данное понятие предлагается понимать в качестве расширения социально-пространственного контекста жизнедеятельности женщин как гендерной группы для достижения пространственной свободы в публичной сфере.

---

<sup>1</sup> «Историоскоп» - инструмент-термин, предложенный Л. Гумилёвым для обозначения предмета исторического рассмотрения: от истории человечества в целом до истории отдельного человека. В данном исследовании он применяется для рассмотрения истории становления пространственной эмансипации украинских женщин.

### **Мода как фактор пространственной депривации женщины ее и эксклюзии из публичной сферы: «сними обувь твою»**

В патриархальном обществе физическое и социальное пространство женщины и мужчины строго сегрегировано на основании принципа гендерной бинарности. Античная формула «дом – мир женщины, мир – дом мужчины» не теряет своей актуальности уже несколько тысячелетий. Женщина ассоциируется прежде всего со сферой внутреннего, частного: домом, семьей, детьми, а в области внешнего, публичного, т. е. в производственных, корпоративных и политических отношениях, господствует мужчина. При этом частное пространство находится под покровительством и в экономической зависимости от публичного. Гендерные роли женщины оказываются за пределами сферы гражданственности и, имея низкую социальную ценность, не позволяют полноправного участия в процессе принятия решений и общественной деятельности. Доступ в сферу публичного для дамы, особенно привилегированного класса, жестко ограничен, поскольку считается, что сам факт ее нахождения за порогом дома означает физическую доступность и предполагает возможность внебрачных интимных отношений. Поэтому мобильность женщин в публичном пространстве строго контролируется и регламентируется обществом в целях «поддержания целостности семьи и всего общества» [7]. В этой связи исследователи отмечают, что «борьба за сохранение традиционных семейных ценностей (читай, «за целостность и стабильность общества») всегда и везде (т.е. во всех странах и во все времена) начиналась с контроля за внешним проявлением «морального облика» женщин и подростков (читай, контроль за тем, что они носят). Как только вы услышите краем уха, что «рассматриваются многочисленные пожелания граждан», ратующих за возврат к «скромной школьной форме», можете быть уверенными — началась очередная кампания за увеличение рождаемости, и не важно под каким соусом подается борьба со школьницами в мини-юбках» [7].

Действительно, социальный контроль женской телесно-физической ипостаси чаще всего осуществляется в завуалированной форме и как правило не осознается рядовыми членами общества, поскольку ему придается характер общественного престижа, оптимальной нормы поведения (mode of conduct) в определенной социальной группе, а также идеала гендерированного поведения — женственности или мужественности. Иначе говоря, он принимает характер «моды», «как постоянного и с позиций разума недостаточно объяснимого стремления к изменению всех форм проявления культуры» [10, с. 11]. Мода является востребованным социальным институтом, поскольку неукоснительное следование ей дает пропуск в элитные слои данного сословия.

Исторически, методы социального контроля пространственной свободы женщины могли приобретать весьма изощренные и даже жестокие формы. Так, в буддистском Китае этой цели

(хотя не только ей) служила традиция «бинтования ног», деформировавшая их настолько, что в результате такие «ноги лотоса» практически теряли свою функциональность и служили исключительно декоративной цели [38] (рис. 1).



Рис. 1. «Нога лотоса». Интернет источник <http://botinok.co.il/node/77205>

Традиционной и весьма утонченной формой подспудной регламентации пространственной свободы женщины являются каблуки. Исследователи [29] подметили, что мода на них непосредственно зависит от социального заказа (а скорее потребности правящих кругов) на массовое присутствие женщин в публичном пространстве, в частности составе трудовой силы. Так, в США и Европе после Второй мировой войны, когда мужчины стали возвращаться на свои рабочие места, занятые на период войны женщинами, последние стали лишними на рынке труда и всячески поощрялись оставлять работу, чтобы заниматься семьей и домом. Именно в этот период в моду входят высокие каблуки, ограничивающие физическую свободу женщины. Следующая волна интереса к ним со стороны индустрии моды приходится на годы консервативной реакции конца 1970-х гг., которым, как несложно предположить, предшествовал период популярности удобной и комфортной обуви.

К каблукам и платформам как формам регламентации свободы передвижения женщины прибегали во все времена и у разных народов. В Манчжурии для этого использовались громоздкие и неудобные «каблуки-чопины», достигавшие иногда 25 см в высоту (рис. 2).



Манчжурская женская обувь.



Каблуки-чопины

Рис. 2. Источник: Интернет-сайт <http://botinok.co.il/node/77205>

Затем мода на них перекочевала в Европу. Они прижились в Испании, где получили название «цоколли» (рис. 3) или «альбарка» (рис. 4), и в Итальянской Венеции, где в качестве «чополли» выросли до полуметра (рис. 5).



Рис. 3. Цоколли



Рис 4. Albarca de Cantabria

Источник: Интернет сайт <http://botinok.co.il/node/77205>

Обувь этого типа была распространена среди аристократок в Турции и Марокко («кабкабы» и «налины»), Германии и Англии (металлические «паттены») (рис. 6).

Передвигаться на таких «ходулях» по узеньким мощеным улочкам средневековых городов женщинам было сложно, поэтому им требовались сопровождающие, поддерживающие их под руки. Таким образом, женщина всегда находилась под чьим-то зорким наблюдением, а ее репутация была вне подозрения. Однако очень скоро то, что вначале было лишь удобной практикой безопасного поведения в общественных местах, приобрело характер предписания, поведенческого кодекса и, соответственно, «интеракционного порядка» [35], т.е. норм взаимодействия женщины с окружающим ее пространством. Знатная дама уже просто не имела права появляться на улицах города без сопровождения, а если и выходила из дома, то только для светских развлечений и походов по магазинам в компании кого-то из домашних.





Рис. 5. Венецианские каблуки



Рис. 6. Металлические паттены (обувь для грязи).

Интернет источник <http://botinok.co.il/node/77205>

Одинокая женщина в пути вызывала подозрения любого мужчины, ее могли остановить и спросить, почему она не находится у себя дома [9]. Ее автономное передвижение вне дома стало нелегитимным и, оказавшись по каким-то причинам одна в публичном пространстве, женщина вынуждена была скрывать свою идентичность либо чадрой, как на мусульманском Востоке, либо вуалью, как в Европе, либо даже маской, как в Венеции. Интересно, что к женщинам простых сословий, зарабатывающих на жизнь физическим трудом, такие требования не предъявлялись. Даже в более поздний период модернизации это явление не изжило себя. Например, в таком «модернизованном» городе, как бразильский Буэнос Айрес женщине из «приличной семьи» не полагалось появляться за пределами дома одной. Если же она на это отваживалась, то непременно сталкивалась с недоброжелательными взглядами и даже освистыванием [37] (цит. по [34]).

Менее экзотической, но не менее эффективной формой социального контроля физической свободы и мобильности элитных (т.е. дорогостоящих) женщин был покроем одежды и аксессуарах. Исследователи указывают, что одежда не только предопределяет идеологию, согласно которой женщины и мужчины принадлежат к разным сферам существования в силу различия их телесных форм, но и в буквальном смысле ограничивает физическую свободу женщин [29]. Традиционно узкие, обтягивающие платья китайнок сковывали их движения и затрудняли передвижение. У европейских женщин ту же рестриктивную функцию выполняли тяжелые корсеты из стали и китового уса, громоздкие кринолины, огромные шляпы с широкими полями и нагромождением перьев и других украшений (рис. 7).



Рис. 7. Наряд периода позднего рококо. Источник: Интернет-сайт <http://olga74ru.dreamwidth.org/29070.html>

Знаменательно, что хотя корсеты воспринимались многими современниками как «орудие пытки», в котором видели причину многих женских болезней, мода на них держалась начиная с эпохи Возрождения и вплоть до 20-го века [22]. Считается, что одежда конструирует культурный идеал пассивности и декоративности женщины. Этой цели служили, например тоненькие «осиные» талии и округлые силуэты женской одежды викторианской моды, которая к тому же зажала руку женщины в такие узкие, обтягивающие рукава, что резкие жесты в них были практически невозможны [29]. В таком неудобном облачении минимальная подвижность была самым разумным способом поведения для дам. А если при этом на их головах размещались целые композиции (доходившие иногда до одного метра в высоту) из птиц, статуй, кораблей и даже мини-садов с крошечными искусственными деревьями, вошедшие в моду во Франции при дворе Марии-Антуанетты (рис. 8), то передвижение их счастливых обладательниц существенно затруднялось [10].





Рис. 8. Прически XVIII века. Источник:

Интернет-сайт <http://neobychno.com/1209/pricheski-xviii-veka-istoriya-neobychnyx-zhenskix-prichesok-30-foto/>

Эти и подобные им приспособления практически лишали особу женского пола возможности самостоятельного передвижения за пределами домашней сферы и фактически служили цели ее «одомашнивания» [33] и следовательно — «оприватнивания», т.е. ограничения ее жизненного пространства приватной сферой. Гипертрофированной формой этой тенденции стало вынужденное затворничество женщин, когда они принудительно удерживались в пределах женской территории домашнего пространства, покидать которое могли только с разрешения отца или мужа. Эта «крепость-тюрьма» становилась микрокосмом женщины, призванным оберегать ее не только от превратностей внешнего мира, но и от постороннего мужского взгляда. К примеру, уделом знатной флорентийки эпохи Возрождения было взирать на мир через узенький раствор окна в своей комнате [45]. Подобную судьбу разделяла и Оттоманская турчанка, которой позволялось изучать внешний мир лишь сквозь кружевные занавески окон гарема [44]. Затворницы богатых теремов были характерным явлением и среди славянской знати допетровской Руси [13]. «Пурда» как принудительное затворничество<sup>1</sup> и метод пространственной эксклюзии женщин, широко практиковалась аристократией Индии, Персии, Византии и некоторых мусульманских стран [39].

Существенные изменения в отношении общества к свободе пространственного поведения женщины начинаются в период модернизации, с победой «Фаустовской цивилизации» [28], главными ценностями которой, определяющими все остальные, стали индивидуальная *свобода выбора* во всех сферах жизни и *рациональность* [25]. Веберовский принцип *то-*

<sup>1</sup> Здесь речь не идет о добровольных затворницах монашеских обителей, удалявшихся от мира для философских размышлений и духовного сосредоточения, как например, средневековая английская затворница Юлия [23].

*тальной рационализации общества* отразился, прежде всего, на материальной культуре эпохи в виде физических форм проявления нового права – свободы передвижения женщины в общественном пространстве.

### **Роль художественной литературы в формировании и имиджа пространственно-эмансипированной женщины: книги, которые мы выбираем**

В конце 19-го столетия передовыми педагогами, писателями и психологами, прогрессивно мыслящей общественностью активно обсуждался вопрос о необходимости формирования нового образа женщины для индустриальной эпохи, поиска новых женских идентичностей и идеалов феминности, соответствующих реалиям времени. Было очевидно, что начинать этот процесс следует с раннего возраста. Поэтому на страницах периодических изданий и художественных произведений для детей стали появляться образы «новой девушки и девочки», призванные помочь будущей гражданке сформироваться как личности, идущей в ногу с прогрессом. Этому способствовала популярная в педагогической мысли того времени идея Руссо о том, что ребенка нельзя считать просто маленьким, недоразвившимся взрослым, а детство и юность следует рассматривать как жизненные циклы, имеющие свою собственную социальную ценность для развития и становления человеческой личности. В этом контексте новый жанр «роман для девочек» оказался востребованным читательской публикой, поскольку служил именно этим целям. Он быстро стал популярным во многих странах мира, так как благодаря ему «юная женщина наконец-то обрела собственное место в литературе» [3, с. 20]. Кроме того, создатели романов для девочек хорошо понимали, какую важную роль может сыграть книга в воспитании ребенка и поэтому своей задачей считали создание такого жанра, который дал бы возможность обсуждать с детьми серьезные вопросы девочек в доверительной и занимательной форме. Достоинством произведений этого жанра был уникальный синтез элементов просветительского и воспитательного романа, нравоучительной повести, и даже готического романа, хотя и с оглядкой на детскую аудиторию [26]. Наиболее популярными среди детей той эпохи как в Старом, так и в Новом свете, стали образы независимых, оригинально мыслящих, неординарных девочек, которые самостоятельно исследовали сложный новый мир вокруг себя, и отваживались не только бросать ему вызов, отстаивая свою собственную точку зрения, но даже спорить со взрослыми. Именно такими были юные героини романов англоязычных авторов Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес» (1865), Луизы Мэй Олкотт «Маленькие женщины» (1868) и Элизабет Томасины Мид «Полли, девочка нового типа» (1889). Эти произведения, которые иногда называют «введением в постмодерн для детей» [19] привлекли внимание общественности к системе межличностных связей девочки-подростка и помогли ей обрести свою собственную нишу в мире взрослых [27]. «Маленькая женщина» в романах это-

го жанра как правило отправляется в длительные рискованные прогулки без сопровождения взрослых, осваивая незнакомое пространство вне родного дома. Она хочет «быть сильной, уметь все и жить без ограничений» [21].

Романы для девочек были популярны не только среди женской детворы и молодежи. Ими зачитывались и мальчики, и даже взрослые. Читательская публика России и русскоязычной Украины того времени запоем читала «девчоночьи романы» популярной детской писательницей Лидии Чарской. Также популярными были книги этого жанра в авторстве Веры Желиховской, Е. А. Аверьяновой, Надежды Лухмановой, Варвары Андреевской, Александры Анненской и Лидии Нелидовой (Маклаковой) [20]. В украиноязычной детской литературе новый типаж самостоятельной девочки представлен хрестоматийным образом Харыти из одноименного рассказа Ивана Франко.

В этот период даже в сказочном мире доминирование мужского начала в публичном пространстве постепенно начинает уступать место пространственному гендерному равенству и женской физической эмансипации. Увлеченность странствиями и приключениями больше не является привилегией Одиссеев и Синдбадов, Маленьких Муков и Иванов царевичей, Ивасиков-Телесиков и Котигорошков. Жизненное кредо «покинуть дом и увидеть мир» перестает быть монополией «храброго малого», ассоциируясь уже и с «храброй малышкой». Начиная с безрассудной лягушки-путешественницы, армия сказочных туристов пополняется образами целеустремленных, пытливых и бесстрашных девочек-странниц, выгодно отличавшихся от домоседки Мальвины и затворницы Рапунзель. Пространственной свободой в полной мере пользуются юные героини Андерсеновских сказок. В «Снежной королеве» преданная Герда отправляется на северный полюс, через Лапландию, чтобы спасти Кая от чар Снежной Королевы. Крохотная Дюймовочка на своем сложном пути преодолевает множество препятствий, чтобы избежать нежеланного замужества. Элли и Энни, девочки из сказки «Волшебник страны Оз» (в отечественном варианте «Волшебник Изумрудного города»), в сопровождении верных друзей отправляются в поход по сказочной стране и царству семи подземных королей. Кэрролловская Алиса смело спускается по кроличьей норе, чтобы совершить свое рискованное путешествие в загадочную страну чудес, а затем, не пасуя пред злобными обитателями Зазеркалья, успешно достигает заветной восьмой горизонтали шахматной доски. При этом «даже среди самых странных и нелепых существ она остается собой: благовоспитанной девочкой, чуждой царящему вокруг хаосу» [15].

Сказочные путешественницы стали появляться не страницах детских книг не случайно. Они отражали реалии времени, свидетельствующие о новом социальном явлении: появлении путешествующих женщин, пионерок независимой географической мобильности и пространственной коммуникации.

### Пространственно-физическая эмансипация женщин: «Путь всякой плоти»

Анализируя новые возможности женщин, открывшиеся перед ними благодаря индустриальной революции, исследователи называют завоевание права на мобильность их «исключительным достижением» [30]. Стремление к пространственной эмансипации проявлялось среди прочего в увлечении женщин различными видами телесно-двигательных практик, в том числе физкультурой и спортом. Этому способствовало то, что в 19-м веке спорт занял главное место среди общественных развлечений горожан: процветал велосипедный спорт, летом был популярен теннис, зимой – катание на санях, лыжах, коньках. Особую популярность приобрело плавание [12]. Исследователи отмечают, что история включения женщин в спортивную активность демонстрирует тяжелую и затяжную борьбу с гендерными предрассудками. На фоне этого противостояния особую остроту приобретали дискуссии об интеллектуальной и биологической несостоятельности женщин, о неприемлемости нового «маскулинного» образа женщины-спортсменки. Миф об ограниченных возможностях «слабого пола» и традиционные представления о феминности значительно затрудняли достижение гендерного равенства в сфере физической и спортивной активности [8]. Движение за телесно-физическую эмансипацию выразилось, в частности, в стремлении женщин осваивать новые виды спорта, как например, легкую атлетику и бокс. Тем самым они демонстрировали свое социальное равноправие с мужчинами и биологическую полноценность. Однако, доказывая свое право и способность заниматься различными видами спортивной деятельности, спортсменки встречали непонимание не только со стороны большинства своих неспортивных сограждан, но даже со стороны основателей современного олимпийского движения [14].

Таким образом, пространственно-физическая эмансипация была сопряжена для женщин с необходимостью сопротивления традиционным формам юридического и социального подчинения, что нередко преломлялось в процесс преодоления барьеров «общепринятой морали» [42]. Одной из форм проявления этого тренда было новомодное в то время увлечение женщин т.н. «пространственной коммуникацией» или независимым туризмом. Подобный способ реализации права на свободу передвижения был несомненным вызовом общественному мнению, не поощрявшему стремления женщин к пространственной независимости, особенно в публичном пространстве. Этому процессу способствовало расширение сети железных дорог и туристического бизнеса в результате научно-технической революции, совпавшее с первой волной женского движения и появлением «женщины нового типа» [36]. Стремление совершать длительные путешествия самостоятельно, без сопровождения, и что особенно важно, отражать свои дорожные впечатления в мемуарах, означало радикальную трансформацию в социальном положении женщин и достижении ими личной самодостаточности. В этот период на общественную сцену выходит целая плеяда женщин-путешественниц, среди которых была уроженка

украинского Екатеринослава (нынешний Днепропетровск), популярный религиозный философ, ученый и 19-го столетия, основательница Теософского общества Елена Петровна Блаватская (1831-1891 гг.). В период с 1849 по 1875 гг. она практически осуществила троекратное кругосветное путешествие. Свои независимые странствия Блаватская начала в 1849 г. в Тифлисе. Сбежав от мужа, она сначала направилась на Украину, посетив Одессу и Керчь. Затем путешествовала по Турции, Египту, Греции, Восточной Европе. Следующим этапом странствий было посещение Англии, Канады, Мексики и стран Южной Америки, Индии, Европы, Америки, Японии, пересечение Тихого океана. Семь лет она провела в Тибете. Об Индии написала книгу «Из пещер и дебрей Индостана», которая была по достоинству оценена читательской аудиторией.

Однако, женщинам приходилось путешествовать по горам, лесам и пустыням в громоздкой, тяжелой одежде — длинных юбках с кринолинами, тяжелых широкополых шляпах со множеством украшений, туфлях на шпильках, что не только неудобно, но чревато травмами и ушибами, а следовательно, небезопасно для здоровья и даже жизни. Туристке нужна более практичная одежда, не сковывающая движений: брюки или шорты, легкая и комфортная обувь, мягкие и компактные головные уборы, вместительный рюкзак. Это ставило на повестку дня необходимость реформирования не только стиля женской одежды и аксессуаров, но и всей философии ее телесности, ее индивидуального пространственно-физического мира. Социальный заказ на реформу женского гардероба удачно совпал с бурными техническими инновациями периода индустриализации. Его реализации во многом способствовало конструктивное усовершенствование швейной машины популярной фирмы «Singer», основанной в 40-х гг. XIX ст. в Нью-Йорке. На конец столетия кампания имела шесть фабрик в России и несколько филиалов в Украине. Магазины швейных машин фирмы «Singer» размещались в Киеве: на Крещатике № 46 и на Подоле, по ул. Александровской № 32, а также в Виннице, Житомире, Ромнах, Бердичеве, Ривном и Чернигове [4]. Это новшество буквально вызвало революцию в практике пошива одежды. Оно предопределило массовость в культуре одежды и способствовало либерализации и гендерной демократизации женской моды.

### **Влияние пространственной свободы и географической мобильности на гендерную идентичность украинских женщин: новое платье королевы**

Интеграция женщин в общественное пространство и обретение пространственной независимости в нем не могло не сказаться на мировоззрении и взглядах городской женщины среднего класса. Изменилось восприятие нею самой себя, своей роли в семье и обществе и соответственно — собственного телесно-физического имиджа. На протяжении второй половины 19-го столетия женщины, отстаивающие свои гражданские права, создавали новый образ



женщины как «бизнес-леди», т.е. образованной, независимой, самодостаточной особы. Для молодых женщин той поры свобода в выборе одежды была равносильна свободе в выборе образа и стиля жизни. Одежда стала одним из основных средств в достижении ими пространственной эмансипации. В соответствии с тезисом Х. Ортега-и-Гассета, в новой конституции культуры, в данном случае культуры одежды, ведущей ценностью стала витальная интенция, реализующая формы жизни [16]. Вместе с тем, основной структурирующей единицей культурного пространства стал смысл [5].

К концу 19-го столетия в индустриальных странах мира набирает силу «движение за реформу женской одежды». Его целью было обеспечение женщине физической свободы — пространственной и кинетической — посредством отказа от тяжелых, громоздких одеяний, ограничивающей движения, в первую очередь корсетов [40]. В Англии, а затем и в США, пользовалось популярностью «Общество рациональной одежды», боровшееся за освобождение женщин от неудобного, порабощающего облачения, воспринимаемого как символ порабощения женского ума [29]. В этот период у западных «эмансипе» входит в моду т.н. «блумеровский костюм» или «блумеры» — гимнастические штаны типа шаровар или трико до колен, с резинкой или на застёжке (рис. 9), изобретательницей которых является американская путешественница Элизабет Смит Миллер. Своё название они получили от имени американской суфражистки, издательницы женского журнала «Лилия» и одной из инициаторов «реформы женской одежды», Амелии Блумер, ратовавшей за введение их в употребление.



Рис. 9. Блумеровский костюм. Источник: Интернет-сайт

<http://steampunker.ru/blog/5308.html>



Цели реформы нашли поддержку и среди украинского женского студенчества, хотя «блумы» не получили распространения среди православной украинской молодежи, поскольку их основные атрибуты воспринимались как признак мусульманской идентичности, чуждой христианским традициям. Поэтому женщины в панталонах не были частым явлением на улицах университетских городов Украины, хотя отдельные сторонницы этой «гаремной моды» [11], вызывавшей шок у обывателей, на них все же появлялись. Тем не менее, брюки постепенно начали завоевывать популярность, поскольку став более демократичной, женская одежда максимально приблизилась к мужской. И если в древности женщины, одетые в брюки, подвергались мучительным пыткам святой инквизиции, а затем сжигались на костре, то во второй половине 19-го века к дамам в брюках относились уже более лояльно, но в общественных местах все же не пускали.

Одной из причин популярности брюк стало распространение велосипедного спорта среди городских женщин среднего класса. Это новое увлечение заставило женщин покончить с отжившей модой, значительно осложнявшей даже такое кроткое развлечение, как велосипедная прогулка. Громоздкие, тяжелые одеяния не давали возможности держаться в седле и управлять ездой, а полы длинных платьев заплетались в спицы, задирались ветром. Поэтому поначалу женщин среди велосипедистов практически не было. Когда же велосипеды стали обычным явлением на улицах городов, женщины надели брюки и сели за руль. Но тогда это могли себе позволить только дамы высшего общества. Работницам еще долго было не до того. Когда же велосипед стал для них рабочей необходимостью, как например, для разносчиц писем, молока или белья из прачечных, они вопреки протестам и предрассудкам тоже надели брюки и отвоевали свое право на свободу передвижения.

Другой важной причиной популярности трико и брюк среди городских работниц была их задействованность в машинном производстве. Работа с техническим оборудованием требовала сноровки, высокой подвижности и физической раскованности. Длинные юбки и узкие рукава женских платьев, сковывавшие движения, была причиной высокого травматизма и, соответственно, более низких заработков. Поэтому проблема безопасности труда на фабриках и заводах требовала трансформации гардероба работниц. Трико и штаны стали самой рациональной и практичной формой решения этой проблемы.

С появлением автомобильного спорта мода городских элитных женщин, которые могли позволить себе ездить на «авто», стала еще более гендерно-демократичной. Она заставила их окончательно отказаться от корсетов и создала популярность широким коротким пальто, кожаным курткам, свитерам и гольфам. В 1896 г., когда теннис или лаун-теннис, как его тогда называли, был включен в программу олимпийских игр, разрешенных и для женщин, они выходили на поле в модных платьях, затянутых в корсет. Однако, такое одеяние было крайне неудобным для спортсменок и вскоре его заменили юбкой и кофтой. Рациональность и здравый

смысл побеждали: юбки становились все короче и легче. Любители популярных зимой лыжного и конькобежного спорта долгое время специальной спортивной формы не имели. Женщины катались в длинных юбках, полупальто и больших шляпах. И только в начале 20-го века, особенно в 1920-30-е гг., женский лыжный костюм подвергся демократизации, когда юбкам с кринолинами пришли на смену узкие трико до колен.

Однако, ни один спортивный костюм не вызывал таких оживленных споров, как купальный. Плавание становилось все более модным городским развлечением. Однако, первый купальник, представлявший собой длинный халат с большим количеством сборок у шеи, был очень непрактичным. Поэтому самые решительные женщины предпочитали этому «мешку» укороченное платье с корсетом, на манер комбинезона, а затем и вовсе пошли на неслыханную дерзость — надели тунику, стянутую у талии, и короткие штанишки. Правда, такой эпатажный пляжный костюм было принято украшать множеством лент, пуговиц, бантиков, вышивок или аппликаций, а в руках полагалось держать зонтик от загара (рис. 10).



Рис. 10. Купальный костюм начала 20-века. Источник: Интернет-сайт

<http://www.webpark.ru/comment/64565>

В начале 20-гг в. появились первые трикотажные купальники, но они настолько плотно облегли фигуру, что даже самые отважные модницы еще долго не решались показываться в них на глаза негодующей публике. И все же, несмотря на капризы моды, спортивный стиль в женской одежде становился все более популярным.

Таким образом, с изменением социальных функций, телесных практик и повседневного быта городских женщин в конце 19-го столетия в дамский костюм проникает стиль модерн. Деловая внешность женщин, которые уже могли позволить себе и работать, и путешествовать, и заниматься спортом, предусматривала соответствующую удобную одежду. Пересмотр общественных взглядов на роль женщины и идеалы феминности привел к отказу от подчеркнуто

женского силуэта. В это время в дамском гардеробе появился «костюм-тальер» (от фр. *tailleur* — костюм, скроенный портным), давший начало новому стилю одежды работающей женщины.

Он состоял из жакета и юбки и кроился из практичных тканей темных тонов: сукна, шерсти, драпа — для зимы, или парусины, хлопка, шелкового полотна — для лета [1]. Поначалу его надевали только для путешествий, прогулок и езды на велосипеде. Журнал мод писал о нем: «Уродливость современной моды — бесспорна. Жалкие узкие костюмы-тайлер, темные, скромные, стесняют, спутывают ноги» [цит. по 4]. И тем не менее, со временем он стал неотъемлемой частью гардероба работающей женщины. Несколько позже получил распространение его упрощенный вариант: комплект из темной юбки и закрытой белой блузки. Так одевались учительницы, секретарши, телефонистки, стенографистки, владелицы маленьких бизнесов (например, швейного ателье или кондитерской лавочки). Можно сказать, что осваивая публичное пространство конце 19-го столетия, образованные женщины среднего класса подвергли гендерной адаптации тренд, известный в истории моды как «великий отказ мужчин» [24], когда цвет превратился в орудие гендерной дифференциации, четко отделив «светлых» женщин (согласно представлениям эпохи, подобных ангелам, облаченным в белые одежды) от «темных» мужчин, вынужденных по роду занятий вращаться в большом «нечистом» мире и одетых в черные официальные костюмы. Когда строгий костюм стал частью гардероба образованной женщины, цвет утратил свой статус маркера пола делового человека. В этот период красота уже не «требовала жертв», а сама становилась жертвой, приносимой во имя удобства и физической свободы. Лишенная привычной эстетики одежда студенток и курсисток — этих «новых женщин», была формой демонстрации их общественных взглядов и социальных предпочтений, выражением принадлежности к определенной социальной группе, т.е. была способом позиционирования себя как новой силы общества. «Социальная репутация» [2] классической украинской «институтки», или «курсистки», т.е. студентки последней трети 19-го века, соответствовала обобщенному образу европейской образованной женщины того времени, предполагавшему нон-конформистские взгляды, экстравагантное поведение и нередко — вызывающе грубые мужские манеры [32]. Институтка изображалась как «нигилистка»: коротко остриженная мужеподобная особа, некрасивая и неопрятно одетая, с резкими движениями, очками на носу и сигаретой в зубах. Современники отзывались о ней так: «По наружному виду какой-то гермафродит, по нутру — подлинная дочь Каина» [цит. по 6, с. 90]. Женская красота того времени была «упадочная», болезненная, утверждающая андрогинный, бисексуальный тип, однако для женщин она означала «истинную свободу» [17] (рис. 11).

Переосмысливание стандарта феминности и его воплощение в образе «новой, эмансипированной женщины» не всегда воспринималось доброжелательно патриархальным обществом, обеспокоенным распространением идей «свободной любви», отрицанием православных се-

мейных ценностей, дерзким мышлением, не считавшимся с авторитетом церкви и моральных традиций. В этом контексте «женский вопрос» воспринимался не как отдельная проблема, а как одно из проявлений социальных болезней общества [18]. Упорное неприятие женской эмансипации значительной частью общественности толкало молодых девушек на еще более эпатажное поведение, иногда неожиданное даже для них самих и повергавшее публику среднего класса в настоящий шок. Хотя «институтки» были немногочисленны, сам факт их присутствия в публичном пространстве общества свидетельствовал о том, что образованная женщина обрела в нем «status quo» и добилась социального статуса наравне с мужчиной, став полноправной гражданкой с собственными социальными, интеллектуальными, эстетическими и духовными ценностями.



Рис. 11. Киевский карикатурист Федор Кадулин. Типы курсисток. Источник: интернет сайт <http://www.taday.ru/text/89321.html>

На протяжении всей истории современной цивилизации основным пространством женской социализации была приватная сфера. Это верно и в отношении украинских женщин. Их присутствие в публичном пространстве города не приветствовалось патриархальным обществом, а их занятия интеллектуальным трудом осуждались, поскольку эти социальные сферы считались привилегией мужчин. Возможности гражданской самореализации женщин ограничивались областью культуры, образования, благотворительности, причем преимущественно на частной основе. Во второй половине 19-го<sup>о</sup> – начале 20-го столетия сложились новые условия, предоставившие доступ к технологическим и транспортным инновациям и позволившие женщинам участие в рынке труда, общественной деятельности, туризме и спорте. Экстериоризация и профессионализация женщин имела далеко-идущие последствия, оказав влияние не только на приватное пространство как традиционно женскую сферу жизнедеятельности, но и



на соціально-економічну організацію суспільства в цілому. Гендерні трансформації затронули базові соціальні інститути, включаючи сім'ю і ринок праці, обумовив в тому числі і кардинальні зміни жіночої ідентичності. В руслі загальносвітових тенденцій підвищення соціальної значимості жінки трансформувалася її телесно-фізический імідж і змінилася філософія просторового поведіння. Процес освоєння загальносвітнього простору сприяв формуванню нових соціальних цінностей покоління «нових жінок», отрицавших принцип «місце жінки — вдома» [31] і прагнувших до просторової і інтелектуальної емансипації як умовам економічної незалежності.

Проведений в даній роботі гендерний аналіз процесу становлення незалежної просторової мобільності українських жінок дозволив визначити основні способи досягнення ними просторової емансипації, якими є географічна мобільність і просторова комунікація, а також нові види телесно-фізических практик. Крім того, робота продемонструвала, що одним з ефективних методів підспудного, недекларованого соціального контролю просторової свободи жінок є мода. Її лібералізація в кінці 19-го-початку 20-го століть в значительній ступені полегшила інтеграцію українських жінок в публічне простору і ринок праці, сприяв їх просторової емансипації через гендерну демократизацію телесно-фізического іміджу української громадянки.

### Список літератури і джерел

1. Андреева Р. Р. *Енциклопедія моди*. — СПб.: Літера, 1997. — 412 с.
2. Вацуро В. Е. *Пушкін в свідомості сучасників // А. С. Пушкін в споминах сучасників: В 2 т. / Сост. і примеч. В. Э. Вацуро, Р. В. Ієзуїтової, Я. Л. Левкович і др. 3-е вид., доп.* — СПб.: Акад. проект, 1998. Т. 1. С. 5 – 26.
3. Вестин Б. *Дітська література в Швеції*. — М.: Вид-во «Дітська література», Стокгольм: Швед. ін-т, 1999. — 72 с.
4. Вільшанська О. П. *Мода у повсякденному житті міського населення України кінця ХІХ - початку ХХ ст. // Проблеми історії України ХІХ - початку ХХ ст. Вип. ХІV*. — К.: Ін-т історії України НАН України, 2007. — С. 309 – 322.
5. Галитбарова М. И *Мода як феномен культури*. Дис. ... канд. культурол. наук. — Челябінск, 2004.
6. Жидкова Е. «Свою личную драму она обобщила и выступила на защиту женщины вообще» первые русские феминисты и женский вопрос // *Преображение. Феминистский журнал*. 1997. № 5. — С. 88-96 .
7. Захаров С. *Гендерная ловушка для японцев или кто наденет завтра свадебное кимоно //*

Демоскоп Weekly, № 519 – 520, 20 августа – 2 сентября 2012. Часть 2. Интернет источник <http://demoscope.ru/weekly/2012/0519/zacharov01.php> (дата обращения 05.09.2012).

8. Истягина-Елисеева Е. А. Женская эмансипация как фактор развития международного физкультурного спортивного движения 1860-1920 гг. // Теория и практика развития физической культуры. 2000. № 6. — С. 9 – 12.

9. Касымова С. Таджикские женщины в трудовой миграции: вынужденная тактика выживания или выбор свободных женщин? // Этнографическое обозрение, № 4, 2012. – С. 68 – 81.

10. Кибалова Л., Гербенова О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды. — Прага: Арттия, 1988. — 608 с.

11. Киркевич В. Женщины в шароварах и мужчины без оных // Интернет-проект "Вашь Киев". Интернет источник [http://www.oldkiev.info/moda/jenshini\\_v\\_sharovarax.html](http://www.oldkiev.info/moda/jenshini_v_sharovarax.html)

12. Колесникова Т. Европейская повседневная культура 19 века // Аналитика культурологии. Электронное научное издание, № 2, вып.17, 2010. [http://analiculturolog.ru/component/k2/item/212-article\\_24.html](http://analiculturolog.ru/component/k2/item/212-article_24.html)

13. Морозова Л. Е. Великие и неизвестные женщины древней Руси. — М.: Историческая библиотека, 2008. — 224 с.

14. Мягкова С.Н., Истягина-Елисеева Е.А. Развитие женского спорта в России на рубеже XIX – XX столетий // Физическая культура и спорт – проблемы, задачи и решения. Мат-лы научн. трудов. — Воронеж: ВГУ, 1998. — С. 136 – 142.

15. Назаренко М. Когда эльфы были маленькими // Реальность фантастики. 2006. № 2, вып. 30. Интернет источник <http://www.rf.com.ua/article/812> (дата обращения 18.04.2012).

16. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. — М.: Искусство, 1991. — 586 с.

17. Пономарева В., Хорошилова Л. Русское женское образование в начале XIX-го века: приобретения и потери // Мир истории: женский взгляд. 2000. № 6. — С. 22 – 48.

18. Пушкарева Н. Дерзкие и вдохновенные // Отечественная история. 2002. № 6. — С. 42 – 51.

19. Разумовский Д. А. Теология в эпоху постмодерна, или постмодерн в эпоху теологии // Научный богословский портал, 2008. URL <http://www.bogoslov.ru/text/361826.html> (дата обращения 20.04.2012).

20. Рудова Л. Девочки, красота и женственность. Постсоветские «потребительские сказки». По материалам современной литературы для девочек-подростков // Новое литературное обозрение. Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2012. № 23. Интернет источник <http://www.nlobooks.ru/node/2114> (дата обращения 30.05.2012).

21. Славова М. Т. Игра и игровое начало в беллетристике для детей // Проблемы детской литературы. Межвуз. Сб. — Петрозаводск: ПГУ, 1987. — С. 50 – 57.

22. Стил В. Корсет / Пер. с английского М. Маликовой. — М.: Новое литературное обозре-



ние, 2010. — 272 с.

23. Суприянович А. Г. Мир и представления о нем средневековой английской затворницы // Альманах гендерной истории «Адам и Ева». 2001. № 1. — С. 149 – 165.

24. Харви Дж. Люди в черном / Пер. с английского Е. Ляминой, Я. Токаревой, Е. Кардаш. — М.: Новое литературное обозрение, 2010. — 304 с.

25. Шемякин Я. Г. Кризис «фаустовской» цивилизации в XX веке // Фонд «Антикризис». Интернет источник [http://rus-crisis.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=206:206&catid=43:2009-07-27-17-57-22&Itemid=71](http://rus-crisis.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=206:206&catid=43:2009-07-27-17-57-22&Itemid=71) (дата обращения 25.06.2012).

26. Шишкова И.А. Развитие жанра «романы для девочек» в литературно-художественном процессе викторианской эпохи и образ «новой девочки» в произведениях Л.Т. Мид // Филологические науки. 2002. № 2. — С. 38 – 45.

27. Шишкова И. А. Национальная ментальность в английской художественной литературе для подростков (Конец XIX - XX вв.): Дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2003.

28. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. Т. 1. Гештальт и действительность. — М.: Мысль, 1993. — 663. с.

29. Bates Ü. Ü. et al. Women's Realities, Women's Choices. An Introduction to Women's Studies. — N. Y., Oxford: Oxford University Press, 1983. — P. 198 – 199.

30. Braidotti R. Nomadic Subject: Embodiment and Sexual Differences in Contemporary Feminist Theory. — N. Y.: Columbia University Press, 1994. — 325 p.

31. Caine B., Sluga G. Gendering European History: 1780-1921. — L., N. Y. Leicester University Press, 2000. — 203 p.

32. Daskalova K. Bulgarian women's movement // Women's Movements: Networks and Debates in Post-Communist Countries in the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Centuries. L'Homme Schriften. Vol. 13. — Köln, Weimar, Wien Böhlau, 2006. — P. 413 – 437.

33. Dworkin A. Right-Wing Women: The Politics of Domesticated Females. — L.: The Women's Press, 1983. — 254 p.

34. Fey I. Frou-Fous or Feminists?: Turn-of-the-Century Paris and the Latin American Woman // Strange Pilgrimages: Exile, travel, and national identity in Latin America, 1800-1990's. Fey, I. E., Racine, K. (Eds.) — Wilmington: DE, 2000. — P. 81 – 94.

35. Gofman E. Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings. — N. Y.: The Free Press, 1963. — 148 p.

36. Grand S. The Modern Man and Maid. — L. Horace Marshall & Son, 1898.

37. John M. The Antinomies of Ruling Class Culture: The Buenos Aires Elite, 1880-1910 // Journal of Historical Sociology. 1993. V. 1. № 6.— P. 85 – 88.

38. Ko D. *Cinderella's Sisters: A Revisionist History of Footbinding*. — Berkeley, L. A.: Univer-

sity of California Press, 2005. — 332 p.

39. Minturn L., Kappor S. Sita's Daughters. Coming out of Purdah. The Rajput Women of Khalapur Revisited. — Oxford: Oxford University Press, 1993. — 371 p.

40. Roberts H. E. The Exquisite Slave: The Role of Clothes in the Making of the Victorian Woman // *Signs. Journal of Women in Culture and Society*. 1977. Vol. 2. № 3. — P. 554 – 569.

41. Sheller M., Urry J. The New Mobilities Paradigm // *Environment and Planning*. 2006. № 38. — P. 207 – 226.

42. Suchmiel J. Books and Periodical on the Women's Movement and a Changing model of a Women's Education on Polish Territories at the Turn of the Nineteenth Century // *Women's Movements: Networks and Debates in Post-Communist Countries in the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Centuries*. *L'Homme Schriften*, Vol. 13. — Köln, Weimar, Wien: Böhlau, 2006. — P. 541 – 557.

43. Tolstokorova A. Who Cares for Carers?: Feminization of Labor Migration from Ukraine and its Impact on Social Welfare // *International Issues & Slovak Foreign Policy Affairs*. 2009. Vol. XVIII. №. 1. — P. 62 – 84.

44. Ünsal Gülmez N. From "Inside" to "Outside"; from "Clan" to "City" // *Kadin/Woman*. 2008. Vol. 6. №.1. — P. 29 – 47.

45. Weddle S. Women's place in the family and the convent: A consideration of public and private in Renaissance Florence // *Journal of Architectural Education*. 2001. Vol. 55. № 2. — P. 64 – 72.

Л. М. Немченко

## ОБЛОЖКИ ТЕТРАДЕЙ И ДНЕВНИКОВ: ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

*«Люби тетрадь, и она тебе поможет»*

Плакат в 6-м классе МБОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Натальино» Балаковского района Саратовской области

Бытие вещей в культуре изменчиво, но есть такие вещи, к ним мы отнесем школьные тетради и дневники, чье актуальное бытие неизменно. Актуальность вещи понимается как «в большей или меньшей степени продолжительный, временной отрезок, в границах которого возникают и реализуются многообразные смысловые связи..., ее важнейшие характеристики» [2]. Разнообразие школьных канцтоваров в пространстве свободного рынка влечет за собой соблазн сравнительного анализа вещей, отношение к которым в недавнем прошлом диктовалось лишь прагматическими целями. Переход отечественной культуры из режима дефицита в режим изобилия повлек за собой нарушение привычных представлений о функциональных связях вещи и потребителя (к примеру, тетради и дневники начинают оцениваться критериями моды). Но именно благодаря таким «сдвигам» повседневные, незаметные предметы оказываются репрезентативными, а сама репрезентация возможна благодаря изменениям знаковой формы вещи, в нашем случае — обложки.

### Советская тетрадь

Обложки советских тетрадей и дневников выражают определенную систему ценностей и поведенческих стратегий советского школьника/человека — скромность, трудолюбие, аккуратность. И действительно, советская тетрадь скромна, что доказывается ограниченностью цветовой гаммы — голубые, бледно-зеленые, реже — белые и желтые. Такая же цветовая гамма преобладала во всех государственных учреждениях — поликлиниках, ЖЭКах, управлениях и т.п. Нейтральность цвета подчеркивала главное учебное назначение тетради, именно поэтому задняя обложка выполняла справочно-информационную функцию. Сами справки носили ярко-выраженную ценностную направленность: вечные ценности, связанные с постижениями истины — таблица умножения; меры длины, веса; тригонометрические формулы, таблица Менделеева и др.

## Вечные ценности

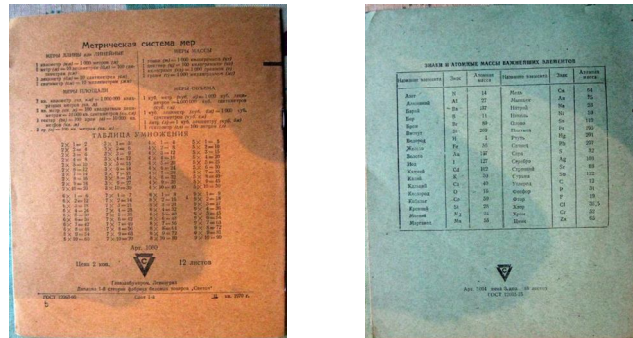


Рис. 1.

Школьная тетрадь выполняла и профорientационные задачи.

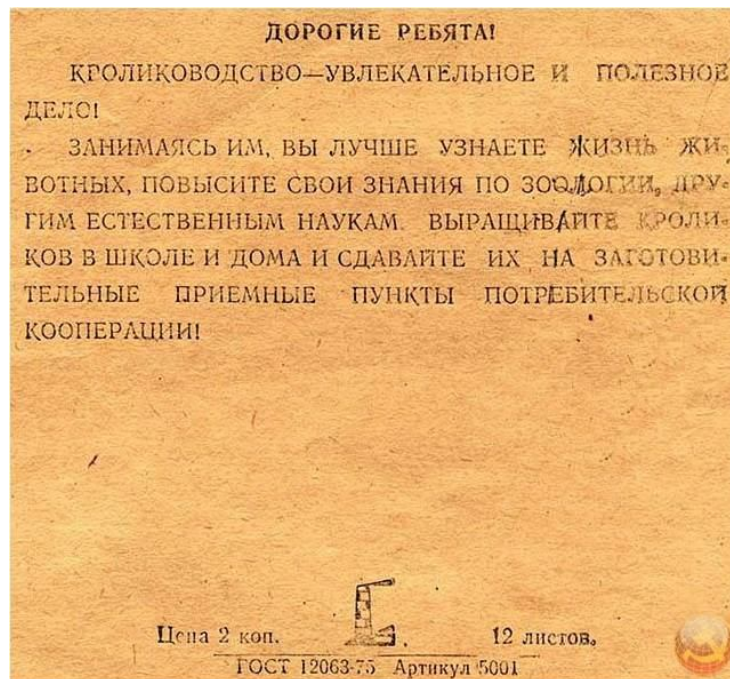


Рис. 2

Обложка тетради постоянно напоминала о правилах и предписаниях, назидательно-дидактические интонации звучали в призывах «берегите лес» или «мойте руки перед едой».

## советские тетради- правила повседневной жизни

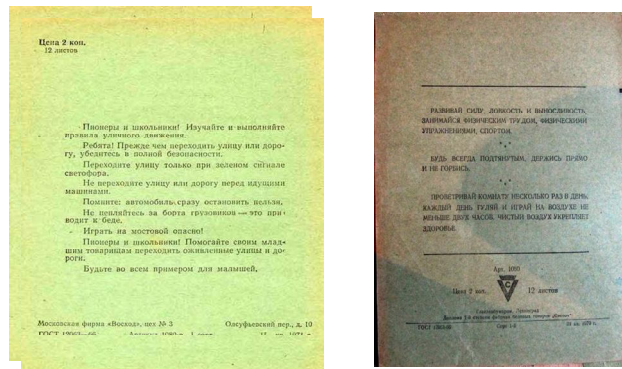


Рис. 3

Школьная тетрадь напоминала и о знаках идеологических, так, слова гимна СССР и клятвы юных пионеров ежедневно сопровождали учебный процесс.

## Советские тетради- идеологические знаки

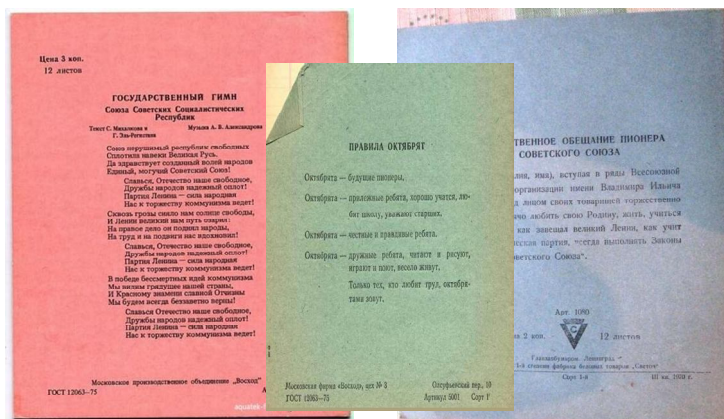


Рис. 4

В жестко регламентированном, репрессивном мире советской школы обложка тетради не только просвещала, но и выполняла функцию психологической поддержки, была легитимной подсказкой во времена доминирования репродуктивного метода обучения.

С одной стороны, обложка тетради «поддерживала» и защищала школьника, с другой — предоставляла пространство для дисциплинарных практик. По сравнению с современными тетрадями классическая советская тетрадь напоминала полуфабрикат. Тетрадь требовали подписывать красиво, ровно, аккуратно, в самой тетради нужно было чертить поля. Подписать тетрадь красиво и по правилам — важный показатель самодисциплины, гигиены, ибо школьнику постоянно напоминали: «Тетрадь — зеркало ученика». Обилие процедур, которые необходимо было произвести с тетрадью до начала ее функционального использования, сопоставимо с описаниями М. Фуко «микрофизики власти» как «совокупности материальных элементов и техник, служащих оружием, средствами передачи - каналами коммуникации и точками



опоры для отношений, власти и знания, которые захватывают и подчиняют человеческие тела» [5, с. 43]. Подготовка тетради к эксплуатации носила ритуальный характер, объединяла, как и положено ритуалу, всех членов семьи. Вот свидетельства советских школьников: «... тетради в линейку были уже с полями. А в клетку — нужно было отчеркивать. Некоторым это делали родители ( у меня мама очень лихо отчеркивала — наточенный карандаш, деревянная линейка и... приложить, провести, убрать... Супер! Но на самом деле я любил делать это сам. Это как-то мобилизовывало...» [4]. Ритуальный характер отношений с дневником и тетрадями закреплялся и в художественных текстах:

«Задачи по порядку  
Обдумай и реши  
И в чистую тетрадку  
Потом перепиши.  
Пусть твой учитель школьный  
Запишет в твой дневник:  
Алешей мы довольны!  
Примерный ученик!» (С. Я. Маршак) [3, с. 577-578].

Обложки тетрадей и дневников «реагировали» на изменение общественно-политического климата в стране, так, в 1980-е годы. прошлого века появляются тетради более ярких расцветок, которые в предыдущие десятилетия могли рассматриваться как фривольные, печатаются тексты песен «Орленок», «То березка, то рябина», «День победы», «С чего начинается Родина» и др.

### *Постсоветские тетради*

Вся предметная сфера повседневности, в том числе тетради и дневники, попав в пространство рынка, с необходимостью начинает функционировать в соответствии с новыми вызовами, идущими и от рыночной экономики, и от массовой культуры. Теперь обложки прекращают выполнять только утилитарно-идеологические функции, они становятся манящими, соблазняющими поверхностями товара, удовлетворяющими не столько прагматические потребности, сколько потребности самоидентификации посредством обладания модной вещью. Здесь как раз и происходит тот разрыв, благодаря которому повседневные вещи превращаются в важные и замечаемые. Евгений Хавтан, лидер группы «Браво», столкнувшись с рынком канцтоваров, удивляется: «Я посмотрел, что изображено на тетрадках, у меня волосы встали дыбом! Дети идут в первый-второй класс, а их начинают загружать какой-то рекламой... На

мой взгляд, на школьных тетрадах не должно быть никаких картинок» [4]. Продавец отдела канцтоваров описывает диалог мамы и 12-летней дочки:

«Ну что ты какой страх выбрала-то?» — спрашивает мама. (У девочки в руках — тетради с черными обложками с белыми черепами). Девочка отвечает: «Мама, это прикольно!». Мама тянется за кошельком и задает риторический вопрос: «Что за мода пошла?» [4].

Модные темы обложек дифференцируются с учетом гендера — тетради и дневники для девочек и мальчиков воспроизводят навязанные культурой стандарты с жестко закрепленной цветовой символикой. Традиционно мальчишескими считаются изображения спортсменов и техники.



Рис. 5.

Цветы, природа, мир животных представляют собой самый большой корпус наименований. Такие тетради и дневники идеологически нейтральны, чего нельзя сказать о серии обложек, связанных с лидерами левого движения — Че Гевары, Фиделя Кастро, Мао Цзэдуна.

Сюжеты обложек тетрадей и дневников воспроизводят сегодняшний ценностный релятивизм, переходящий иногда и в откровенный цинизм, когда на обложке тетради по биологии появляется врач из Освенцима Йозеф Менгеле.



Рис. 6.

Отсутствие внятной идеологии в современной российской культуре наблюдается и в случайном наборе лиц в серии тетрадей «Великие имена России». Тетради представляют собой богатый глянец, золотые тона портретов должны подчеркивать богатство отечественной истории. Появление портретов исторических личностей на поверхности тетрадного листа — Екатерины II, Михаила Кутузова, Сергея Рахманинова, Сергея Королева, безусловно, выполняет просветительскую функцию, на последней странице тетради даются биографические очерки героев Отечества. Однако, появление в этом списке портрета Иосифа Сталина указывает на серьезное желание реабилитировать эту персону под видом исторического объективизма.

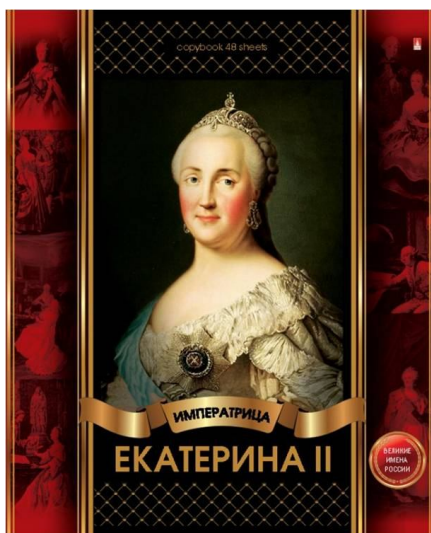


Рис. 7.

В современной России конструируется образ доброго советского времени, его эстетизируют, к нему испытывают ностальгию, с ним вступают в игровые отношения. Все это сразу же отразилось и на обложках дневников и тетрадей

### Игры с историей



Рис. 8

Обложки тетрадей выступают в качестве навигатора в мире киногероев. Лидируют на обложках европейские и американские актеры, певцы, анимационные герои. Редкое присутствие персонажей отечественных мультфильмов еще раз указывает на отсутствие внятной культурной политики.

## Герои мультфильмов



Рис. 9

Идеологический нейтралитет, выраженный в отсутствии прямых ссылок на власть, закончился в 2003 году, когда рейтинг президента упал до 48%. Прежде, чем ныне действующий президент превратился в медийного героя, его портрет появился на обложках тетрадей.

## Идеологические знаки современности



Рис. 10

Развлекательно-компенсаторная функция массовой культуры реализуется не только в специальных культурных индустриях, но и в предметах повседневности. Тетради и дневники теперь могут развлекать. Современные тетради демонстрируют новую степень свободы, что проявляется в появлении серии тетрадей с «приколами». Так, на одной из тетрадей этой серии были изображены солдаты, переносящие тяготы армейского быта, и призыв «Учиться, учиться и учиться!» иначе будешь служить, служить и еще раз служить.

Если внешняя часть обложки претерпела в постсоветский период радикальные изменения, то последняя страница тетради осталась практически неизменной (таблица умножения, система мер и весов и прочие справочные материалы). Частично изменился и школьный дневник. На обложках дневников появилась информация не только о его персональном владельце,

но и о территории района, где расположена школа. В таких дневниках происходит символическая приватизация и внимания, и физического пространства. Бодрийяр замечал, что «общество потребления отличается не только изобилием благ и услуг, но и тем более важным фактом, что *все является услугой...*» [1]. Так становится понятной мода размещать фотографии директора школы на первой странице дневника. Советская учительская скромность сменяется современной публичностью

### Обложки дневников – приватизация пространства

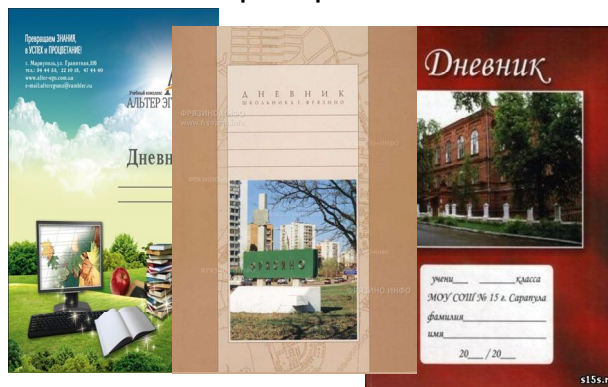


Рис. 11

Исследование многообразия канцтоваров, вещей, имевших когда-то лишь утилитарное значение, дает возможность наблюдать, как изменившиеся социокультурные условия расширяют пространство актуального бытия вещи и выявляют ее символическое содержание.

### Список литературы и источников

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/153916/read> (10.08.2012)
2. Культурология XX век. Энциклопедия. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_culture/275/%D0%92%D0%95%D0%A9%D0%A](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/275/%D0%92%D0%95%D0%A9%D0%A) (10.09.2012)
3. Маршак С. Я. Собрание сочинений в 8 томах. Т. 5. — М.: Художественная литература, 1970.
4. Советские тетради [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://20th.su/2009/10/20/sovetskie-tetradi/> (05.05.2012)
5. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / Пер. с фр. В. Наумова. — М.: Ad Marginem, 1999. — 480 с.



## ВЕЩИ. МУЗЕИФИКАЦИЯ

---

С. И. Погодина

### САД РАСХОДЯЩИХСЯ КУКОЛ: РИТУАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ ЛАТВИИ

Исследователь фольклора Д. Була отмечает, что современный образованный горожанин не является лишь рационально мыслящим существом, оторванным от своей архаичной природы, а «традиции, ритуалы, иррациональность, каждодневное желание творить все еще являются важной частью повседневной культуры, они лишь изменили виды своего проявления и области реализации» [14, с. 12 – 13]. И фольклорно-антропологические исследования в области современной культуры свидетельствуют о витальности традиционных (архаичных) символов и ритуальных практик в современном обществе потребления, их видоизмененной, но все же устойчивой фиксации в культуре и быте повседневности. В свою очередь, кукла входит в предметный код как традиционной, так и современной культуры, и механизм ее функционирования сочетает в себе как чисто утилитарные, так и ритуально-символические практики.

Английское слово «doll» (кукла) по одной из распространенных версий происходит от греческого «eidolon» [9, с. 21], то есть *идол*. Даже если это лингвистическое предположение не окончательно этимологически обосновано, то идея в глубинном ритуальном происхождении куклы наглядно иллюстрируется этой версией<sup>1</sup>. Так, мысль о ритуальных истоках театра кукол была высказана еще в 1852 году французским историком Ш. Маньяном в монографии «История марионеток в Европе»; первая часть этого научного труда была переведена на русский язык и напечатана отдельной статьей в 1850 году, еще до выхода книги<sup>2</sup>. Как замечает культуролог Л. Горалик, создание куклы требовало способности к абстрактному мышлению, к сложным ассоциативным ходам и потому само возникновение куклы исследователь считает важным этапом развития человечества, достижением культуры, и эволюция отношения человека к кукле отражают рефлексию и восприятия человеком мира, себя самого в этом мире и понятия «человек» в целом [9, с. 19 – 20]. Но отношение к кукле как предмету сакрального поля трансформировалось с постепенной сменой архаического сознания, с изменениями структуры традиционной культуры на современный тип — и со временем на первый план стали выходить игровые и/или декоративно-эстетические практики реализации куклы. Впрочем, полевые ис-

---

<sup>1</sup> Ряд вопросов о проблеме соотношения куклы и ритуала были поставлены в статье Х. Юрковского «Кукла между ритуалом и театром» // «КукАрт». 1991. № 1. С. 52 – 55.

<sup>2</sup> «История марионеток у древних» // Пантеон и репертуар русской сцены. — СПб., 1850. Т. 4, кв. 8, С. 1 – 29.

следования в области повседневной культуры позволяют предположить латентное присутствие ритуала в современной культуре, и кукла выступает одним из важных культурных медиаторов этих манипуляций.

В данной точке дискуссии о функциональных возможностях куклы далеко не случайно возникает проблема соотношения таких понятий, как *ритуал* и *игра*. Стоит чуть более подробно остановиться на сущности этих понятий, так как они напрямую связаны с феноменологией куклы и особенностями ее функционирования в современной культуре, в самом принципе отбора вещи-куклы для различных культурных практик. Ритуал и игра являются одними из ключевых аспектов теории традиции<sup>1</sup>, если понятие *традиция* трактовать вслед за датским фольклористом Б. Холбеком, выделившим три аспекта этого понятия на трех смысловых уровнях *процесс-материал-свойство*: 1) традиция как процесс передачи и наследия; 2) традиция как материал передачи и наследия (то есть как синоним слову культура); 3) традиция как свойство, которое люди приписывают либо упомянутым процессам, либо материалам передачи [18, с. 240]. Продолжая одну из существующих на сегодня (но, безусловно, далеко не единственную, учитывая обширность концептуального аппарата теории традиции) линию трактовки понятия *традиция*, нельзя обойти вниманием и ценное замечание британского антрополога Р. Финнеган, высказанное ею в статье «Традиция, но что за традиция и для кого?». Британский исследователь предлагает выделять в *традиции* не только ее рациональное значение, но и заложенный эмоциональный смысл (*emotive sense*) [15, с. 106]. Таким образом, традиция представляется своеобразным механизмом формирования, трансмиссии и функционирования стереотипов<sup>2</sup>. В этой связи, ритуал, занимающий центральное место в теории традиции, отражает одну из главных характеристик традиционной культуры — коллектив подобной традиционной культуры при помощи ритуалов постоянно воспроизводит и поддерживает трансляцию образцов и стереотипов. Подобный ритуальный текст традиционной культуры организуется с помощью синтаксических отношений, носящих как временной, так и пространственный характер. Отсюда и возникает исключительная роль и значение календаря, который выступал в качестве синтагматической оси ритуального текста традиционной культуры [2]. Функция ритуала, таким образом, в основном сводилась к проверке неизменности парадигмы смыслов, модели мира, некогда продекларированных и закрепленных традиционной культурой. С распадом же этой парадигмы и традиционной культуры в целом, в основу современной культуры начало вкладываться понятие *дискретности*, а воспроизведение одних и тех же текстов было заменено их постоянным *умножением* и *тиражированием*. Следовательно, ритуал сам по себе становится высшей формой и наиболее последовательным воплощением символичности (ритуал

<sup>1</sup> «Неоднозначность» отношений ритуала и игры проявляется, помимо прочего, и в том, что ряд исследователей используют эти термины как синонимы.

<sup>2</sup> Согласно Ю. М. Лотману, традиция представляет собой систему социально-значимых стереотипов. См.: Лотман Ю. М. Статьи по типологии культуры. — Тарту, 1970. Вып. 1., Лотман Ю. М. К проблеме типологии культуры // Труды по знаковым системам. — Тарту, 1967. Вып. 3.

— символичность *per se* по А. Байбуруну) в традиционной культуре. Упомянутое слово *символичность* раскрывает одну из базисных характеристик ритуала в рамках диалога о традиционной культуре: традиционная культура строится на мнемонических символах, так как передача информации в подобных условиях происходит не с помощью правил, но при помощи образов, «цитат». Подобной культуре невозможно научиться, ее можно только выучить наизусть, запомнить. Для этого и необходимы мнемонические символы (к примеру, тотемные столбы североамериканских индейцев, или «каменные бабы» Полесья — см. илл. 1), которые конструируют символическую решетку традиционной культуры. К этим мнемоническим символам и комплексам прикрепляются многочисленные словесные тексты, цель которых не столько в комментировании этих



объектов, сколько – и это принципиально важно — в способствовании «припоминания» ритуальных смыслов. Современный тип трансляции культуры, напротив, предлагает набор правил, с помощью которых происходит передача информации. И в этом аспекте обычай мемориального использования куклы (в том числе ее прямого заместителя вроде ветви дерева) становятся, с одной стороны, примером подобного воспроизведения, повторного создания и трансляции текстов в рамках традиционной культуры. А с другой стороны, в контексте новых правил современной культуры, подобные «архаичные» практики из ритуально-магических переходят в декоративные, редуцируя свой изначально сакрально-магический статус. Результатом подобных процессов может быть порождение новых культурных текстов — от поверий, бывальщин, меморатов до новых обычаев и обрядов с использованием антропоморфных изображений и кукол [11, с. 151]. Именно наблюдения за проявлениями новых ритуальных практик в использовании куклы в рамках современной культуры Латвии послужили материалом для данной статьи.

Возвращаясь к проблеме взаимоотношений ритуала и игры, А. Байбурун предлагает рассматривать их как две основные разновидности условного поведения; в диахроническом плане исследователь усматривает игру как имитацию событий, предшествующих ритуалу, и способных затем приобрести сакральный смысл [2, с. 21 – 22]. При этом возможен и обратный процесс, наблюдаемый сегодня в области постфольклора (то есть в рамках т.н. современной культуры), когда разрывается традиция и утрачивается изначально сакральный смысл обрядовых манипуляций, а на передний план выходит мотив игры. Так, наиболее кардинальные и показательные изменения произошли в области свадебной традиции: вступающие в брак и участвующие в свадьбе молодые воспринимают происходящее исключительно как игру, предполагающую определенный выигрыш (ситуация обмена), и именно в этом смысле понимают

Возвращаясь к проблеме взаимоотношений ритуала и игры, А. Байбурун предлагает рассматривать их как две основные разновидности условного поведения; в диахроническом плане исследователь усматривает игру как имитацию событий, предшествующих ритуалу, и способных затем приобрести сакральный смысл [2, с. 21 – 22]. При этом возможен и обратный процесс, наблюдаемый сегодня в области постфольклора (то есть в рамках т.н. современной культуры), когда разрывается традиция и утрачивается изначально сакральный смысл обрядовых манипуляций, а на передний план выходит мотив игры. Так, наиболее кардинальные и показательные изменения произошли в области свадебной традиции: вступающие в брак и участвующие в свадьбе молодые воспринимают происходящее исключительно как игру, предполагающую определенный выигрыш (ситуация обмена), и именно в этом смысле понимают

всю атрибутику свадьбы — куклы, ленты, цветы, поклонения «монументу», трапезы, взаимные одаривания [1, с. 334]. Ритуальная составляющая данных манипуляций не воспринимается участниками действия как сакрально-символическая, и в их понимании несет лишь игровую развлекательную нагрузку.

В контексте традиционной культуры употребление кукол в календарных обычаях и обрядовых обходах встречается у многих народов. Как правило, обрядовые практики с участием кукол (или антропоморфных фигурок, чучел) связаны с ритуалами «переходного» типа: Рождеством, святками, масленицей, праздник Ивана Купала у восточных славян и Лиго у латышей, свадьбах, похоронах. И кукла в ряде случаев становится предметно-символической презентацией ключевой семантики праздника или обряда. Глубинная семантика календарных праздников связана с ритуальными формами, и в первую очередь, как уже отмечалось, с символикой рождения, свадьбы и похорон [11, с. 191]. В современной культуре эти стереотипные модели частично продолжают функционировать, как правило, в скрытой, латентной форме.

Весьма репрезентативным примером данного случая скрытых ритуальных практик современ-



ной культуры на территории Латвии становятся два интересных объекта — так называемый «кукольный сад» («leļļu darzs»), находящийся в городе Сабиле на северо-западе Латвии и небольшой сад с кукольными и игрушечными инсталляциями в Латгалии на востоке страны. Данные примеры не игрового использования кукол в современной культуре Латвии интересны с нескольких точек зрения. В первую

очередь, в подобных практиках проявляются то «припоминание» ритуальных символов, сакральных манипуляций, «забытых» современной культурой. Помимо этого, интересно и сама рецепция куклы в культурном пространстве Латвии: акцентирую, что в традиционном фольклоре Латвии образ куклы практически не представлен, кукла начинает появляться уже ближе к формированию современной (урбанизированной) культуры, с распространением фольклора города. Так, в сборнике «Указатель типов латышских сказок» („Latviešu pasaku tipu rādītājs”) К. Арайса и А. Медне зарегистрирован лишь один сюжет за номером 311, где упоминается кукла<sup>1</sup>. В сюжете этой волшебной сказки фигурирует образ куклы-двойника, замещающий собой главную героиню и помогающий ей тем самым перехитрить черта. В латышской фольклорной поэзии, в текстах дайн (поэтические четверостишия), имеющих в архиве фольклора, образ куклы зафиксирован лишь в двух сюжетах<sup>2</sup>, относящихся к жанру колыбельной песни. Это позволяет сделать предположение, что кукла становится «интересна» повседневной куль-

<sup>1</sup> Арайс К., Медне А. «Указатель типов латышских сказок». — Rīga: Zinātne, 1977.

<sup>2</sup> См.: <http://www.dainuskapis.lv/meklet/lelle> (2087- 0, 2085 - 0).



туре Латвии лишь с развитием новых культурных и фольклорных практик, под влиянием западной массовой культуры и фольклора города.

Современный город Сабиле (лат. Sabile, ранее Schrudnen) располагается в долине реки Абава в Талсинском районе в Курземе (лат. Kurzeme), на северо-западе Латвии. Раскопки на Русском кладбище свидетельствуют о древней истории города — более, чем 1000 лет назад здесь обитало племя ливов. Впервые в исторических источниках Сабиле упоминается в 1253 году, но еще раньше в этом районе существовал укрепленный замок куршей с поселением. Примерно в конце XIII и начале XIV века немецкими феодалами здесь был построен замок, вокруг которого начал формироваться поселок. Сабиле было ремесленным центром, здесь производился лен, вино, были мастерские и пивоварни.



Итак, «кукольный сад» представляет собой сад (см. илл. 2a и 2b), внутри которого расположены композиции из самодельных кукол. Двор, в котором устроены эти кукольные инсталляции, находится при доме, расположенным на центральной улице города. По словам хозяйки дома и автора «кукольного сада» Дайны Кучере (Daina Kučere, 1946. г.р., Рига, но всю жизнь прожила в Сабиле), она начала создавать эти кукольные

композиции в 2006 году. Показательно время создания первых кукол — вечер празднования Лиго, то есть хронологически это период одного из наиболее значимых календарных праздников «переходного» типа традиционной культуры Латвии — праздника летнего солнцестояния (аналог восточнославянского праздника Ивана/Янки Купалы). По словам респондента, первые куклы были созданы следующим образом: вечером во время празднования Лиго выяснилось, что в компании нет ни одного человека по имени Янис (Jānis) и Лига (Līga), т.е. необходимых участников праздника, персонифицирующих его. Дабы восполнить это упущение Дайна сделала символических кукол Лигу и Яниса: изнутри набила кукол соломой, украсила венками. Таким образом, самодельные куклы Яниса и Лиги стали предметно-символическими репрезентациями ключевой семантики праздника (обряда празднования) летнего солнцестояния. В данном случае обрядовые манипуляции, носящие примитивно-магический характер, становятся неосознанным продолжением практик традиционной культуры с ее сакрально-магическими значениями, но при этом самими информантами акцентируется и воспринимается лишь внешний декоративный и/или игровой их аспекты. Вокруг этих двух кукол и начал постепенно создаваться «кукольный» сад — в этом проявилось позиция тиражирования, свойственная современной (массовой) культуре. Другими словами, куклы из сада в Сабиле иллюстрируют собой саму возможность соотношения «цитат» из ритуальных практик традиционной культуры с условным (регламентированным) поведением современной культуры. Таким



образом, происходит «обмирщение» ритуала, когда актуализируется лишь план выражения без учета сакральности содержания.

На момент проведения интервью (21.07.2012.), в саду насчитывалось уже около двухсот кукол. Все представленные куклы самодельны и сделаны в крестообразной форме (т.е. имеют туловище, руки, голову, иногда ноги): состоят они из деревянного каркаса-туловища, на который надевается одежда; для объема внутри куклы набиты соломой, «лицо» делается по принципу тряпичных кукол — ткань набивается для создания объема и на нем рисуется карандашом или фломастером лицо. Лицо каждой кукле хозяйка сада раскрашивает сама, придерживаясь всегда одного шаблонного варианта — рисуются глаза (прорисованы брови и ресницы),



нос, губы и рот (см. илл. 3). Высота кукол различна, но примерно соответствует человеческому росту: «взрослые» куклы в высоту достигают 160-170 см, «детские куклы» соответствуют 120-130 см (есть и ниже). Так как куклы permanently находятся на улице, то, по словам автора, ей приходится примерно раз в месяц менять всем куклам одежду. Зимой это приходится делать чаще в силу погодных ус-

ловий, — кукольный сад функционирует круглогодично. Одежда для кукол покупается в секонд-хэндах, таким образом, гардероб кукол постоянно пополняется и обновляется и состоит исключительно из покупной одежды. Атрибутика и аксессуары для кукольных композиций также берутся из повседневного быта: «Коляска от детей осталась, машинка тоже...» [8, с. 8]. Это соединение в одной дискурсивной точке мемориальных предметов быта и самодельных кукол соотносится с обрядовой идеей персонификации праздника на стыке традиционной и современной культур. Примечательно то, что превращение антропоморфных изображений, кукол или чучел в иконический символ, знак праздника в рамках праздничной обрядности завершается ритуальным сжиганием или уничтожением этих символов. Современная культура не предполагает подобной завершенности, что объяснимо утратой сакрального значения подобных культурно-фольклорных практик.

В первую очередь, хозяйка сабилевского кукольного сада подчеркивает его не игровую функцию — куклы сами по себе статичны, их нельзя двигать, детям не разрешается нарушать созданные композиции. Таким образом, пространство сада не предполагает каких-либо игровых практик, а время создания и установления первых кукол — вечер празднования Лиго — отсылает к скрытым ритуальным практикам, заложенным в композициях. Подчеркнута безличность всех кукол — автор не дает куклам имен, ссылаясь на невозможность запомнить такое количество имен [ЛА ПСИ]. Включенность игрового имени в социокультурный и миро-

воззренческий контекст является важным аспектом устойчивой картины «игрушечного» мира [10, с. 384 – 385]. Поэтому как имянаречение, так и принципиальный отказ от одного являются знаковым мотивом в отношении к куклам. Иными словами, куклы не идентифицируются автором как персонифицированные (индивидуальные) объекты, и, следовательно, куклы выступают как некие собирательные образы, но никак не предметы игрового дискурса. Примечательно, что это четкое разграничение игрового и неигрового пространства маркировано самим автором, — в стороне от кукольного сада хозяйка оборудовала специальную игровую площадку для детей (см. илл. 4). Акцент на игровое пространство проявляется, в частности, в выборе яркой цветовой гаммы как противопоставления сдержанным краскам повседневного быта.



Затрагивая проблему типологии и изготовления кукол, специалист по русской этнографии и теории празднично-игровой культуры И. А. Морозов на основе изучения архаических мировоззрений

предлагает выделять три типа кукол, исходя из принципа их изготовления: это концепции охотничьей культуры, земледельческой и ремесленной. К типу охотничьей культуры относятся игрушки и куклы, сделанные из костей. Подобное использование в качестве своеобразного «скелета» для формирования туловища куклы, ее каркаса, кости или дерево, как правило, указывает на принадлежность к особой культурной традиции, наиболее ярко иллюстрированной народами Сибири, шаманскими культурами. К так называемому земледельческому типу культуры исследователь относит кукол и антропоморфные фигурки, выполненные из колосьев и пучков соломы, початков кукурузы, цветов и веток деревьев. Понимая определенную условность данной классификации, И. А. Морозов подчеркивает, что выделить *чисто* земледельческую или охотничью культуру невозможно [11, с. 41], и говорить можно лишь о превалировании тех или иных характеристик и способов у конкретных народов. Наконец, кукол из глины и ткани исследователь справедливо приписывает ремесленной концепции, развивавшейся в лоне «деревенской» культуры и составившую основу культуры городской. Если спроецировать эту условную, но все же достаточно полезную концепцию, на кукол из сада города Сабиле, то получим вполне ожидаемый ответ: технология их создания говорит о принадлежности к ремесленной концепции (городская одежда кукол), с частичной отсылкой к культуре земледельческой (деревянный каркас). Если же вспомнить, что Сабиле всегда славился своими виноградниками, самыми северными в мире, а на гербе города изображена виноградная лоза, то принцип создания кукол приобретает вполне «земледельческое» объяснение. Таким образом, проявляется этнокультурная маркированность материала и формы кукол, и положение, высказанное латышским этнографом и фольклористом Янисом А. Янсоном о том, что «В курземско-

земгальской традиции в целом главенствовали такие занятия как земледелие и скотоводство» [16, с. 26] также находит здесь свое подтверждение.

При этом расположение кукол строго систематизировано: куклы составляют различные композиции, тематический принцип которых сама респондент определяет так: «все взято из



жизни». Подобный окказиональный принцип построения композиции выражается в социальной идентификации кукол: доминирует профессия как отличительный признак образа — зафиксированы куклы в образах полицейского, военного, портного, гонщика, музыкантов, священника и т.д. (см. илл. 5a, 5b, 5c).

Или же в качестве маркера берется семейно-обрядовая атрибутивность — куклы жениха и невесты, матери, детей. Присутствие в саду кукол в образах жениха и невесты соотносится с символичностью праздничного дискурса.

Подобная «профессиональная» тематика композиций коррелирует с тиражируемыми массовой культурой кукольными наборами, предлагающая т.н. «кукол-профессионалов»<sup>1</sup>. Эта принципиальная не вариативность отношений кукол (при тиражировании их типизированных образов) постулирует идею массового производства материальной культуры, свойственной пост-фольклорному, открытому типу культуры. Рассмотрение этих кукольных композиций наводит еще на одну аллюзию из современного городского пространства — это витрина. Сходство и принцип построения сабилевских кукол с манекеном нельзя назвать полным, но определенные типологические характеристики здесь просматриваются. В первую очередь, это выбор пространства — оно выставочное, и не случайно практически каждой кукольной композиции в изобилии сопутствуют разнообразная атрибутика (печатная машинка, мобильные телефон,



компьютер, мотоцикл, детские игрушечные наборы, прялка и т.д., см. илл. 8.) — все это создает условный хронотоп, где современные предметы сочетаются с вещами прошлых культурных эпох (советское). Пассивность кукол, их неподвижность (запрет на перемещение) не предполагает игрового участия, но лишь созерцания, свойственное куклам-манекенам.

<sup>1</sup> В этой связи см. исследование Л. Горалик «Полая женщина: мир Барби изнутри и снаружи», 9 глава — «Девушки могут все: занятия и профессии Барби», где на примере куклы Барби рассматривается принцип выбора профессий для современных покупных кукол.





В ходе научно-фольклорной экспедиции по Латгалии, совершенной летом 2011 года, было обнаружено содержательное с точки зрения культурной антропологии и фольклористики место под названием Рукши (Rukši, ранее называлось Pālmas), на дороге по пути из латгальского города Дагда (Dagda) к поселку Эзерниеки (Ezernieki). В саду дома, находящегося непосредственно возле дороги, были обнаружены необычные композиции, смоделированные из кукол (покупных, «магазинных»), игрушек и пластмассовых фигур в виде гномов (см. илл. 9). «Кукольный» сад включает в себя антропоморфного вида кукол, детские игрушки, предметы детского игрового дискурса, составленных в разнообразные композиции во дворе дома. Автором этих композиций является дочь хозяйки дома. Хозяйка дома — местная жительница Александрина Вайшла (Aleksandrina Vaišļa, 1938 г. р., по национальности латышка). Дочь увлеклась кукольными композициями, так как когда-то мечтала стать дизайнером, но реализовать это желание ей не удалось, и сейчас она работает пограничником. Таким образом, кукольные композиции стали определенной творческой самореализацией молодой женщины. По словам самой дочери, автора композиций, данные «кукольные инсталляции» сделаны ею «просто так, для красоты», иными словами, сами респонденты не усматривают в объектах сакрального смысла или ритуально-обрядового значения, сводя все к эстетической мотивации.

Но в этих эстетически ориентированных композициях из кукол, антропоморфных предметов, игрушек и прочих предметов детского игрового дискурса, как то — части кухонных предметов из детского игрушечного набора, деталей игрового конструктора типа «Lego», мягких и резиновых игрушек в виде птиц и животных, в первую очередь, видится проявление активной *фетишизации* и скрытых ритуальных практик современной культуры. Уместно вспомнить замечание, сделанное Ж. Бодрийяром, о том, что в определенный момент любая вещь помимо утилитарного использования приобретает и некое дополнительное значение, таким образом, становится «еще и чем-то иным, глубинно соотношенным с субъектом», некой психической оболочкой, в которой он может царить, которую он наполняет смыслом, своей страстью [4]. Это утверждение французского философа находит свое отражение в принципе отбора и конструирование «кукольных» композиций. Так, в данных композициях, составленных из предметов *повседневного* дискурса — игрушек и кукол как советского прошлого, так и постсоветского настоящего — проявляется, на первый взгляд, парадоксальная ситуация: куклы призваны изменить эту самую *повседневность*, «убежать» от обыденности и привнести

праздничные настроения. Следовательно, эстетическая функция и «мессидж» кукольных композиций («для красоты, чтобы было веселее») соотносится с идеей праздника и веселья, *неповседневности*. Праздничная коннотация подчеркивается висящими на веревках куклами, принципом создания напоминающих новогодние елочные игрушки (см. илл. 10), и эта ассоциативная линия продолжает заданный мотив праздника.

Не имея символического значения по отдельности, вместе эти предметы детского игрового



дискурса, в основном куклы, создают свою знаковую функциональную систему. Возвращаясь к концепции Бодрийера, высказанной им в «Системе вещей», работе, написанной с точки зрения развитых тогда идей структурализма: «Они (предметы, вещи — С.П.) служат бегством от повседневности, а самое радикальное и глубокое бегство — это бегство во времени» [4]. Категория времени «распыляется»

в этих кукольных композициях, так как в них присутствуют куклы и игрушки разных лет (советское /постсоветское), разных культур (современное массовое западное / советское). Это «бегство во времени» также коррелирует с упомянутым мотивом праздника и ритуализирует пространство сада локус, маркированный праздничной обрядностью. По М. Бахтину, праздник есть не просто художественное восприятие или отражение жизни, но сама жизнь, оформленная игровым способом: «Праздник был как бы временной приостановкой действия всей официальной системы со всеми ее запретами и иерархическими барьерами» [3]. Бахтин здесь говорит о феномене праздника в контексте средневековой культуры, но принцип ревизии повседневности путем оформления бытового пространства через ритуально-игровую форму находит свое отражение в рассматриваемых кукольных композициях.



«Средневековое восприятие» обнаруживается далее в богатой по своей символике кукольной композиции (см. илл. 11), выполненной в форме креста. Композиция представляет собою антропоморфного вида крест, украшенный по обеим сторонам игрушками. Стремление к антропоморфизации креста, наделению его человеческими чертами, характерно в целом для средневековой культуры (а также традиционной культуры)

— так, вполне обычны были антропоморфные интерпретации надгробных крестов, основанные на древних представления о том, что душа после смерти находит



свое пристанище в дереве или камне [13, с. 207 – 212]. Но, кроме того, крест имеет важное значение для понимания символики куклы. Использование креста в солярной символике является лишь частным проявлением антропоморфной модели мира, где солнце представляется глазом или головой. Отсюда возникает крест как знак мирового древа, где дерево соотносится с человеком [11, с. 239]. Известны частотные случаи использования крестообразных композиций для изображения человеческих фигур (здесь можно опять сослаться на знаменитых «каменных баб» Полесья). Многозначность символики креста в народно-христианском сознании и тенденция к его антропоморфизации демонстрируется на примере многочисленных практик использования крестов (например, крещенские куколочки-крестики), широко распространенной на территории России еще в середине XX века. Большинство ритуально-обрядовых практик, связанных с этой крестообразной символикой, имело очистительный смысл. Так называемые крещенские крестики являлись своеобразными примитивными куколками, обозначающими фигурки изгоняемых «бесов» [11, с. 242]. Антропоморфные фигурки-кресты зачастую украшались ленточками и устанавливались в местах обитания изгоняемых демонов — углах домов, щелей между бревнами, местами в изгородях. О древности крещенских крестиков и их генетическом родстве с обрядовыми антропоморфными фигурками свидетельствует упоминаемый Н. Н. Велецкой гуцульский обычай изготовлять на Крещение куклу из дощечки, обернутой шерстью, которую после ритуального использования спускали по реке [7, с. 166]. Кроме того, исследователь И. А. Морозов отмечает существование традиции на Русском Севере, когда к подобным крестикам привязывать подарки — так, в Великом Устюге вечером накануне праздника Крещения родители ставили под окном небольшой (высотой около 30-40 см) крестик, привязывали на него подарки, а утром предлагали детям посмотреть, что им принесли духи [11, с. 243]. Очевидно, что в этом случае функция крестиков соотносится с функциями современной новогодней елки, и в рамках рассматриваемого нами кукольного сада вновь продолжает мотив игры и праздника, уже упомянутый выше. Видимо, неслучайно была выбрана эта крестообразная модель конструирования кукольной композиции, — она характеризуется пограничным во всех смыслах месторасположением: в географическом плане (граница с Белоруссией), культурно-языковом (сосуществование русско-белорусско-латышского в одном языковом пространстве), наконец сама профессия автора композиции — работник погранслужбы вырабатывают определенный контекст, в котором особенно ярко проступает один из главных характеристик куклы как пограничного символа между живым\мертвым, профанным\сакральным.

Таким образом, эта утрата изначальных ритуально-обрядовых значений и смещение в сторону эстетической функции позволяет проследить модификацию значений символики кукол в пограничном пространстве современной культуры Латвии.

Продолжая тему расположения кукольных композиций: немаловажен тот факт, что куклы в своей «эстетической» функции тождественны цветам — и недаром хозяева дома в Рукши расположили свои кукольные композиции в пространстве сада, то есть на месте, традиционно предназначенном для цветочных клумб. С точки зрения эстетической функциональности кукол этот поступок логичен. Более того, в латышском мифо-мистическом сознании цветы становятся объектом ритуального поклонения, возводятся до статуса *фетиша*: «Чествование фетиша (в данном случае цветов) было целым ритуалом, которому следовало строго и точно следовать, чтобы дух, живущий в фетише, был благоприятным» [17, с. 310].

Цветами также любят украшать окна во многих провинциальных русских городах [11, с. 145], и эта традиция характерна и для латышских городов и поселков. В качестве витрины успешно используются не только сами окна, но и межоконные проемы в комнате, полки, застекленные шкафы-серванты. В ходе экспедиции были зафиксированы куклы и игрушки, выставленные в окнах, межоконных проемах, в застекленных сервантах или на шкафах. Практикующая ритуальная традиция выставления кукол в окнах с целью оберега детей, проживающих в доме, от сглаза [12] не подтвердилась в ходе данного полевого исследования.

Автор монографии «Феномен куклы в традиционной и современной культуре» И. А. Морозов, рассматривая обрядовые контексты, в которых используется кукла, описывает «широко распространенный у русских обычай украшать куколками интерьер, который был известен еще в первой половине прошлого века» [11, с. 144]. Наряду с этим, добавляет исследователь, во многих местах Русского Севера и Поволжья принято выставлять куколки и детские игрушки в окнах дома [11, с. 144]. Данное наблюдение русского исследователя можно применить и к пространству современной Латгалии. Куклы представлены также в интерьерах



дома в Рукши (см. илл. 12). При мотивации этого обычая — украшать помещение куклами — обычно акцентируется внимание на эстетической стороне: куклы рассматриваются респондентами как своеобразные украшения дома и интерьера, что было справедливо и для хозяев сада в Рукши. Говоря об «интерьерном» использовании кукол, нельзя не упомянуть, что ранее в этой роли украшения комнат выступали

лубочные картинки, роспись на стенах и мебели (и до сих пор встречающееся явление). В современном быту — это вырезки из иллюстрированных журналов, плакаты, календари и, конечно, фотографии родных и близких, которые, как правило, размещаются на стенах, занимая немалое пространство в комнате. Безусловно, главная роль демонстрируемых предметов и фотографий — это «оживление в памяти», напоминание, иногда влекущее за собой «фетишиза-

цию» памятного предмета [11, с. 146]. Неслучайным представляется частотное помещение кукол рядом с фотографиями, — это совмещение материального объекта и «визуальной» памяти, их расположение в одном физическом пространстве в определенном смысле повторяет давнюю традицию изображения двойника человека в виде скульптуры с сакральной целью сохранения памяти о нем. Так, исследователь А. О. Большаков проводит аналогию между древнеегипетским «двойником» человека, так называемой душой *Ka*, обычно изображавшийся в виде скульптуры человека, и современными фотографиями. В обоих случаях основной функцией является именно «оживление в памяти» какого-либо образа, конкретного человека [5, с. 64]. Как замечает исследователь — куклы в современных интерьерах часто выполняют *иконические* функции [11, с. 147]. Кукла помещается на видное место в пространстве интерьера — рядом с фотографиями, ценными или дорогими предметами обстановки. Это связано с тем, что куклы в сознании их хранителей становятся определенной заменой близкого человека, и в этом смысле кукла приближается к фотографии. Как правило, это куклы, принадлежащее детям или внукам, к которым обладатели кукол испытывают привязанность. Таким образом, кукла в данном контексте становится их субтитутом, и по своему смыслу приближается к антропоморфным фетишам [11, с. 147]. Респонденты, расспрашиваемые во время полевой экспедиции, на вопрос о куклах, расположенных в интерьере комнат, обычно ссылались на внуков, оставивших свои игрушки. «А это внучка приезжала и оставила (указывая на куклу Барби, стоящую на комодe)» (Anna Ruskule ( Staņko), Porečje/Поречье, 14.07.2011).

В попытке придать рассуждениям о ритуальных практиках использования куклы в современном культурном пространстве Латвии некое логическое завершение, выскажу ряд обобщающих мыслей. В первую очередь, стоит отметить, что кукла входит в предметный код как традиционной, так и современной культуры. Исходя из классификации, предложенной Л. Н. Виноградовой и С. М. Толстой, кукла является амбивалентным по своей сущности предметом: с одной стороны, она — бытовой предмет повседневной культуры, то есть, сделана в утилитарных целях, но способная при этом получать вторичные ритуальные признаки. С другой стороны, кукла может быть изначально вещью сакрального, ритуального контекста, как, например чучело Масленицы (пример традиционной культуры), или кукла Деда Мороза возле новогодней елки (артефакт современной культуры). Таким образом, двойная семантика и функция присущи первому случаю и одна культурная семантика и функция — второму [6, с. 3]. Практики современной культуры выбирают куклу, в первую очередь, как вещь игрового дискурса, но в тоже время фиксируются случаи создания и использования кукол исключительно в ритуальных целях и смыслах. Именно эти случаи проявления ритуальных практик в современной культуре Латвии и были рассмотрены в данной статье. В описанных случаях механизм наделения кукол символическим значением происходит, главным образом, в силу заложенной в кукле идеи антропоморфизма. Именно в этом аспекте кукла становится дублика-

том человека в праздничной обрядности (символические куклы Яниса и Лиги), тем самым подтверждая витальность ритуальных практик в современной культуре Латвии. Обрядово-ритуальные контексты, предлагаемые постфольклорным (в терминологии С. Ю. Неклюдова) социумом, апеллируют к символике традиционной культуры (крестообразные композиции, украшенные куклами и игрушками в саду в Рукши). Не менее устойчивой и частотной остается поэтика праздника, вкладываемая авторами в кукольные композиции, когда кукла становится символической репрезентацией праздничной обрядности, как противопоставление повседневности. Неслучайно кукла часто встречается в практиках праздничной обрядности «переходного» типа — Рождества, масленицы, свадьбы, похорон — и опыт кукольного сада в Сабиле с его прямой отсылкой к обрядности праздника летнего солнцестояния явное тому подтверждение.

Таким образом, современная культура выбирает куклу в качестве медиатора для трансляции скрытых ритуальных манипуляций, и механизм ее символизации базируется на идее антропоморфизма, заложенной в кукле. Механизмы традиции всегда направлены на стабилизирующие и интегрирующие аспекты функционирования культуры, в основу которого вкладывается стереотипизация опыта, и в рамках этой идеологии кукла, входящая в предметный код традиционной и современной культур, включается в процесс конструирования и повторения общей картины мира.

### Список литературы и источников

1. Адоньева С. Б. Прагматика фольклора и практика переходных ритуалов // Современный городской фольклор. — М.: Российский гос. гуманитар. ун-т., 2003. — С. 323 – 339.
2. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. — СПб.: Наука, 1993. — 240 с.
3. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Доступен: <http://www.philosophy.ru/library/bahtin/rable.html>
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. Доступен: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bod\\_SisV/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bod_SisV/index.php)
5. Большаков А. О. Человек и его двойник. Изобразительность и мировоззрение в Египте Старого царства. — СПб.: Алетейя, 2001. — 288 с.
6. Виноградова Л. Н., Толстая С. М. Символический язык вещей: веник (метла) в славянских обрядах и верованиях // Символический язык традиционной культуры. — М.: Балканские чтения II, Институт славяноведения и балканистики РАН, 1993. — С. 3 – 36.

7. Велецкая Н. Н. Языческая символика славянских архаических ритуалов. — М.: Наука, 1978. — 105 с.
8. Куклы Дайны Кучере // «Вести Сегодня». — Рига, 2012. № 111 (3896). — С. 8.
9. Горалик Л. Полая женщина: мир Барби изнутри и снаружи. — М.: Новое литературное обозрение, 2005. — 320 с.
10. Литягин А. А. Имена игрушек: в раннем детстве всех кукол называла катями... // Чужое имя ( выпуск 6). — СПб: Институт русской литературы ( Пушкинский дом) АН РАН, 2001. — С. 383 – 392.
11. Морозов И. А. Феномен куклы в традиционной и современной культуре (кросскультурное исследование идеологии антропоморфизма). — М.: Индрик, 2011. — 352 с.
12. Некрылова А. Ф. Традиционная игрушка // Кукла. — М.: Материалы лаборатории режиссеров и художников театров кукол под руководством И. Уваровой, 2008. С. 39 – 72.
13. Толстой Н. И. От А.Н. Веселовского до наших дней... // Живая старина. — М., 1996. № 2. — С. 2 – 5.
14. Bula D. Mūsdienu folkloristika paradigmas maiņa. — Rīga: Zinatne, 2011. — 318 с. (Folkloristikas biblioteka)
15. Finnegan R. Tradition, But What Tradition and For Whom? // Oral Tradition. 1991. № 6 (1). P. 104 – 124.
16. Jansons J. A. Latviešu masku gājieni. — Rīga: Zinātne (Folkloristikas biblioteka), 2010. — 384 с.
17. Kursīte J. Mītiskais folklorā, literatūrā, mākslā. — Rīga: Zinātne, 1999. — 528 с.
18. Honko L., Laaksonen P. Trends in Nordic Tradition Research. ( Studia Fennica 27). — Helsinki: Finnish Literature Society, 1983. — P. 140 – 144.

### **Сокращения**

ЛА ПСИ — Личный архив С. И. Погодиной

### **Список иллюстраций в тексте**

1. Каменная баба, пос. Данилевичи, Белоруссия. 2012.
2. Кукольный сад в г. Сабиле, Латвия. 2012.
3. Кукольный сад в г. Сабиле, Латвия. 2012.



4. Кукольный сад в г. Сабиле, Латвия. 2012.
5. Детская площадка для игры в «кукольном саду», г. Сабиле, Латвия. 2012.
6. Кукла-милиционер (полицейский?) в «кукольном саду», г. Сабиле, Латвия. 2012.
7. Кукла-моряк в «кукольном саду», г. Сабиле, Латвия. 2012.
8. Кукольные композиции в саду в Рукши ( Латгалия), Латвия. 2011.
9. Кукольные композиции в саду в Рукши ( Латгалия), Латвия. 2011.
10. Кукольная композиция в форме креста в саду в Рукши ( Латгалия), Латвия. 2011.
11. Интерьер, дом в Рукши ( Латгалия), Латвия. 2011.

Н. Радич

## МУЗЕЙНЫЙ ПРЕДМЕТ КАК МЕТАФОРА ЮГОСЛАВСКОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ<sup>1</sup>

(перевод с сербского Н. А. Докучаевой)

Музей как место хранения и демонстрации предметов прошлого представляет собой важную часть общественного достояния, существующего со времени начала процесса конструирования национальных идентичностей в государствах современной Европы. Начиная с Лувра, первого современного музея, основанного в 1793 году вследствие Великой французской революции с целью сделать национализированную королевскую коллекцию и резиденцию доступными народу и тем самым превратить музей из отражения вкусов правителя в отражение взглядов нации. В результате этот институт стал идеальным средством создания и укрепления национальной идентичности. В процессе экспроприации королевских коллекций в культурное наследие Франции были включены предметы из королевского хранилища как храма высокого искусства. Рождение музея как утилитарного средства демократизации просвещения означало и формирование национальной идентичности, что было манифестировано в его первом названии — *Музей Франции*.

*Музей истории Югославии* был основан в 1996 году после объединения *Музея революции народов и народностей Югославии* и *Мемориального центра Йосипа Броза Тито*. Его коллекции, содержавшие около 200 тысяч музейных предметов, прежде всего, являлись документальными свидетельствами Югославии эпохи Тито и ее наследия. С точки зрения отношения ко времени, пространству и содержанию, каждый экспонат — это фрагмент видения образа власти Тито глазами народа. Каждый музейный предмет является по определению предметом наследия, вырванным из своей реальности как ее свидетельство и документ. На примере *Маршалского щита народного освобождения* мы предпримем попытку продемонстрировать через процесс музеефикации, предполагающий признание ценности вещи в качестве исторического свидетельства, как в содержании одного предмета можно проследить идеологические границы создания югославского культурного наследия в конкретной исторический период.

---

<sup>1</sup> Данная работа основана на исследовании, проводившемся при софинансировании в рамках проекта Министерства культуры Республики Сербия «*Определение югославского культурного наследия*» и Министерства просвещения и науки Республики Сербия «*Модернизация Западных Балкан*». Статья впервые опубликована в сборнике *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasledu/uredio Ivan Kovacevic - Beograd 2012, str. 125-139*

### Маршальский щит народного освобождения

*Маршальский щит народного освобождения* работы Антуна Августинчича выбран как источник создания коллекции Йосипа Броз Тито и как один из первых предметов искусства генезиса государственной иконографии<sup>1</sup>. Хотя работа датируется 1946 годом, эскиз, по свидетельству автора, был выполнен в ноябре 1943 года. Второе заседание Антифашистского веча народного освобождения Югославии, состоявшееся в городе Яйце 29 ноября 1943 года, кроме своей известной исторической и политической роли, имело и большое значение в процессе формирования образа власти посредством создания первых символов и эмблем будущего государства, так и ее руководства и будущего правителя. Среди всех решений Второго заседания АВНОЮ для развития иконографии были важными следующие: решение о создании Югославии по принципу федерации «которая обеспечит полное равноправие Сербии, Хорватии, Словении, Македонии, Черногории и Боснии и Герцеговины»<sup>2</sup> — упомянутых впервые в качестве конституционных единиц нового государства; образование Национального комитета освобождения Югославии (НКОЮ) как высшего исполнительного и командующего органа народной власти с функцией временного народного правительства; лондонское правительство в изгнании было лишено всех прав, а королю Петру II запретили возвращение в страну, чтобы вопрос о монархии был решен народом после освобождения; председателем Национального комитета освобождения Югославии избран Йосип Броз Тито, которому на том заседании было присвоено звание маршала. Эти решения, заложившие основы будущего государства в деликатный исторический момент, означали и начало дипломатической борьбы за признание НОАЮ (Народно-освободительной армии Югославии) в качестве равноправного члена антифашистской коалиции, что практически сразу произошло на Тегеранской конференции 1943 года. Союзники ни признали, ни оспорили создание будущей федерации по решениям АВНОЮ, однако с этого момента для Тито был открыт путь к высшему посту в будущей Югославии. Изображение нового правителя, увенчанного лавровыми ветвями на маршальской униформе<sup>3</sup>, на военном щите Августинчича означало начало становления иконографии Тито, которая символизировала его триумфальный путь к вершине власти в качестве полного воплощения Югославии.

Генерал-лейтенант Отмар Креачич открывает свой труд «Тито, маршал Югославии», словами: «Когда одна личность в истории народа в такой степени срастается с его чаяниями и стремлениями, с борьбой за благородные идеалы, она становится символом всего этого, символом нации и страны. Когда такая личность в своих действиях выходит за пределы и границы

<sup>1</sup> Antun Augustinčić (1900 – 1979), *Maršalski štit narodnog oslobođenja*, 1946, Muzej istorije Jugoslavije, bronza, prečnik 76 cm, poklon autora Josipu Brozu Titu 1946. godine.

<sup>2</sup> Petranović B. *Istorija Jugoslavije 1918 – 1978*, Nolit, Beograd 1981, str.327.

<sup>3</sup> «Во время вторжения в Жрвар немцы достали только одну униформу Тито... После ее взяли в Беч и показывали на выставке». Дедиер считает это факт первой музеемализацией властного образа Тито. Dediđer V. *Josip Broz Tito, Prilozi za biografiju*, Kultura, Beograd 1955, str.395.

возглавляемого государства, вдохновленная идеями гуманизма и праведности, перешагивает закон, невзирая на препятствия и преграды, она также олицетворяет и общечеловеческие ценности. Таков и случай Йосипа Броза Тито — величайшего руководителя югославского народа — с революционным характером, так явно окруженном ореолом вечного народного трибуна, а также крупного правителя, политика и победоносного командующего в четырехлетней войне, в которую он вступил не имея ничего — ни людей, ни оружия, а закончил с Армией, насчитывавшей миллион солдат»<sup>1</sup>.

Этот панегирический текст написан в хвалебном стиле во славу Маршала, он доказывает и подтверждает, что превосходит всё предыдущее и аналогичное, а его корни уходят в античную риторику, к гимнам в честь прославленных и известных личностей, выражению мощи народа через возвышение его правителя. На уровне риторики он подтверждает то, что в политическом, символическом и иконографическом плане было создано тогда в Яйце в художественных работах Августинчича, Куна и Якца. С созданием герба, первых портретов Тито и *символов* власти в тот переломный исторический момент появилась пропагандистская матрица, набор символов, которые функционировали как основа его образа власти и основа югославской идентичности.

В «Илиаде» Гомера воин становится героем и приобретает бессмертие, только если непосредственно встретится со смертью. По Ж.-П. Вернану, только осознав этот факт, герои в полной мере посвящают себя *войне, приключению, славе и смерти*<sup>2</sup>. Поэтому важность смерти проистекает из того факта, что человек, встретившийся со смертью, этим фактом оказывается над остальными и, как поясняет далее Вернан: «... настоящая смерть — это амнезия, тишина, унижительная неизвестность, отсутствие славы. Напротив, настоящее существование — как для живого, так и для мертвого — наступает с признанием, оценкой его достоинства и славой. Прежде всего, оно приходит от прославления центральной фигуры в хвалебной песне или истории, которая бесконечно рассказывает и пересказывает судьбу, которой восхищаются все»<sup>3</sup>.

В военной истории щит, кроме того, что имеет реальную функцию защиты, имеет и символическую, репрезентативную функцию. Щит — это знак отличия, которым воин отличается от остальных. В эпосе Гомера щит — это знак, который делает Ахиллеса как героя бессмертным навсегда. Вероятно, это один из самых старых и наиболее известных примеров и способов использования описания произведения искусства через художественный нарратив — *экфрасис*<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> О.Креачић, “Tito, Maršal Jugoslavije”, Jugoslavija, sveska devet, 1954, str.10-14.

<sup>2</sup> Vernant J.P. *A “Beautiful Death” and the Disfigured Corpse in Homeric Epic*, u *Mortals and Immortals: Collected Essays*, Princeton University Press, Princeton 1991.

<sup>3</sup> Там же. P. 57.

<sup>4</sup> О значении и последствиях описания щита Ахиллеса, сделанного Гомером, для истории искусства см. Waxandall M. *Giotto and the Orators*, Oxford University Press, Oxford, 1971.



*Маршальский щит народного освобождения* имеет в центре изображение пяти соединенных языков пламени, над которыми расположена пятиконечная звезда, все это окружено лучами, колосьями пшеницы (ячменя), сквозь которые в нижней части протянута лента, на которой стоит дата «29-XI-1943». Это изображение окружено двумя концентрическими полями, наполненными фигурами воинов (в процессии, с флагами, оружием, на конях...), раненых и павших неприятельских солдат. Фигуры на обоих кольцах движутся по часовой стрелке, и на обоих кольцах, в положении на 12 часов, фигуры

несколько крупнее. На внутреннем поле изображена группа солдат в стремительном движении вправо (наклоном тела), в то время как их головы повернуты налево, а три фигуры с поднятыми левыми руками призывают «повлечь» вперед всю колонну. На внешнем круге расположены пять фронтально развернутых женских фигур. Фигуры одеты в разную одежду, и каждая из них держит факел в высоко поднятой правой руке.

Это изображение состоит из двух частей:

1. Герб работы Джорджа Андриевича-Куна
2. Рама или обрамление, состоящее из процессии фигур

Описательную основу герба составляют решения и идеи Второго заседания АВНОЮ о создании будущего государства. Так описал создание этого изображения его творец Джордже Андриевич-Кун: «Тогда мы были в Яйце, и в один момент мне позвонил друг Марко<sup>1</sup>, и мы разговаривали о том, что необходимо создать государственный герб. После этого разговора, я создал несколько эскизов – больше вариантов, но они не были удачными. На другой встрече, на которой присутствовали друзья Тито и Марко, было предложено использовать пять языков пламени – как основной элемент герба, который представляет пять национальностей нашего народа. Так появился новый герб нашего государства. Еще раньше было условлено включить дату 29 ноября 1943 года. Герб я закончил в Дрваре. Я выполнил его в виде гравюры на дереве, отпечатки были черно-белыми»<sup>2</sup>. «Так Верховный штаб разослал эти оттиски нового государственного герба во все освобожденные края нашего государства, чтобы он стал там извест-

<sup>1</sup> Aleksandar Ranković

<sup>2</sup> Đorđe Andrijević Kun (1904 – 1964), Tri skice za grb nove Jugoslavije, 1943, Muzej revolucije Bosne i Hercegovine, olovka i akvarel, 24 x 15 cm.



тен. Но поскольку оттиски были черно-белыми, то цвета, выбранные для герба, были нанесены под оттиском машинным способом»<sup>1</sup>.

По этому свидетельству мы узнаем, что идейными творцами концепции герба были Тито, Ранкович и Андреевич-Кун. Основной элемент будущей государственности основывался на единстве народа Югославии, что и символизируют «языки пламени». Эта идея единства затем подтверждается группировкой этих «огней» в центре, где они формируют пожар. «Разожгите пожар, — говорит Г. Башляр, — таков психологический поворот, который изменяет все ценности... и «становится домом». Очищение, которое приносит огонь, (а мы здесь можем добавить пожар Народно-освободительной войны)... может обеспечить диалектическую, ненасильственную верность одной глубокой любви»<sup>2</sup>, в нашем случае — любви к родине. Эта диалектика материализуется через изображение огня и плодородной земли (колосья, которые окружают огонь) в еще одном символе — круге, который идеологизируется пятиконечной звездой сверху (на 12 часов) и в завершении исторически детерминируется датой на ленте, которая оплетает всё изображение.

Репрезентация Народного освобождения, сделанная Августиничем, была впоследствии основана на этом изображении, которое он пророчески, как Гефест, передал в форме щита Тито как Герою. Этот визуальный *экфрасис* действительно полностью передает весь исторический ход войны. Героизация и превращение народно-освободительной войны в мифическую картину осуществляется здесь при помощи идеализированного впечатляющего парада человеческих фигур. Эта изобразительная формула, эффект которой достигается повторением мотивов, которые только на первый взгляд могут действовать натуралистически, на самом деле исходят из античной риторики и искусства — центральное значение придается эффективности речи (представления), а не ее точности, т.е. истинности. Августинич был знаком с античным изобразительным искусством<sup>3</sup>. Нарративные сцены на римских триумфальных колоннах — только один из ярчайших примеров. Как и на колоннах Траяна и Аврелия процессия воинов представляет собой изобразительную формулу — *adlocutio* и *adventus*<sup>4</sup> — изображение процессии, которая в триумфально-ритуальном шествии направляется к императору, который обращается к ним.

На самом верху, на фасаде щита, расположены пять женских фигур с факелами, которые олицетворяют собой пять народов (сербов, хорватов, словенцев, черногорцев и македонцев). Символическая фигура, персонификация определенного народа, не является чем-то уди-

<sup>1</sup> Andrijević-Kun Đ. *Moj put u Jajce 1943, u Tako je rođena nova Jugoslavija*, Beograd 1963, str.4.

<sup>2</sup> Bašlar G. *Psihoanaliza vatre*, Gradac, Beograd, 1996, str. 85-93.

<sup>3</sup> С 1918 по 1920 гг. он посещал отделение скульптуры в Высшей школе искусства и художественных ремесел. С 1920 по 1922 гг. посещал Академию искусств в Загребе. В качестве стипендиата французского правительства продолжил обучение в Париже (1922 – 24), сначала в школе прикладного искусства, а затем в Академии изящных искусств.

<sup>4</sup> Nees L. *Early Medieval Art (Chapter I, the Roman Language of Art)*, London, 2002, P.17-21.

вительным или новым в истории искусства. Здесь не нужно долго искать примеров подобных исполнений, можно упомянуть учителя Августинчича Ивана Мештровича<sup>1</sup> и его использование художественных образов. Монументальные кариатиды, олицетворяющие плачущих югославских матерей на Памятнике неизвестному герою на Авале, косвенно повлияли на решение Августинчича изобразить народы в виде женщин в народных костюмах.

*Маршальский щит народного освобождения* послужил в 1946 году и как модель для маршальского знака<sup>2</sup>. Этот драгоценный предмет, как *энсин*<sup>3</sup> эпохи Ренессанса, станет одной из главных символических ценностей, так характерных для Йосипа Броза Тито. Отчеканенный на Монетном заводе в Москве из белого и желтого золота, обсыпанный сотнями бриллиантов<sup>4</sup> и рубинов, маршальский знак свидетельствовал о том, что тот, кто его носит — неприкосновенный правитель. У Тито был этот знак, и миллионы людей восклицали — «Тито – Югославия». Этот акт единения и идентификации со всем народом и страной, по сути есть полная трансформация Тито из вождя партизан в абсолютного правителя и творца новой Югославии.

В собрании Йосипа Броза Тито многочисленные произведения искусства повторяют изображения и символы с *Маршальского щита* — так Тито *окружает* себя этими произведениями, создавая собственный образ власти, который становится общим продуктом югославского культурного наследия. В эфрасисе Маршальского щита ясно прослеживаются следующие изображения и символы: факел, пятиконечная звезда, воины и раненые, женщина как персонафикация народа.

### Факел

Центральный комитет Союза коммунистической молодежи Югославии 11 апреля 1945 года принял решение о том, чтобы сразу после освобождения отпраздновать день рождения Маршала, о чем были оповещены все молодежные организации в стране. Письмо руководителям молодежных организаций гласило: «... Накануне пятьдесят третьего дня рождения друга Тито наш Комитет по спорту и культуре организует массовую молодежную эстафету по всей Югославии. Молодые бегуны понесут красивые эстафетные палочки и в них письменное поздравление с днем рождения нашего Маршала, и принесут в Белград поздравления от людей, которые будут их ждать на пути...»<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Последние два года учебы в Академии искусств в Загребе был в классе Ивана Мештровича.

<sup>2</sup> *Maršalski znak*, введен в 1946 г., Музей истории Югославии, белое и желтое золото, эмаль, бриллианты и рубины.

<sup>3</sup> Знак отличия эпохи Ренессанса с мифологическими, религиозными или аллегорическими изображениями, который в XVI в. Носили правители и дворянство. См.: Hackenbroh Y. *Renaissance Jewellery*, Sotheby Parke Bernet, London, 1979.

<sup>4</sup> «На ужине в честь делегатов Всеславянского конгресса осенью 1946 г. появился *маршал Толбухин* с двумя килограммами бриллиантов, *в полном параде*, очаровательно пьян». Так Мирослав Крлежа описал маршала Толбухина на том ужине, на котором сам присутствовал, сидя, как он сказал, *vis a vis* с другим маршалом – Тито, который, уже через десять лет превзошел и самого Толбухина количеством медалей на своей парадной униформе. См.: Dedijer V., Josip Broz Tito, Prilozi za biografiju, Kultura, Beograd 1955, napomena 1.

<sup>5</sup> *Titova Štafeta – Štafeta mladost*, Memorialni centar “Josip Broz Tito”, Beograd, 1986.

«Красивые эстафетные палочки» стали признанным символом братства и единства народов и народностей Югославии и главным маршалским, т.е. властным атрибутом Тито. Кроме того, что почти 90 процентов эстафетных (или можно свободно сказать маршалских палочек, поскольку палочка представляла собой один из основных маршалских знаков), имели узнаваемый вид факела, само пронесение через всю Югославию и их передача каждый год оживляли воспоминания о народно-освободительной войне, и, также как на триумфальном круге Маршалского щита (формула *adlocutio u adventus*), подтверждали его пророчество о победе под знаком красной пятиконечной звезды.

С формальной точки зрения эстафетные палочки представляют собой произведения прикладного искусства, их символичность и происхождение из герба Югославии являются особенно важными для дальнейшего понимания матрицы югославского наследия Тито. Их численность до 1957 года, когда мероприятие сменило название на *Молодежную эстафету* (до этого была *Эстафета Тито*), была такова, что возникала проблема их хранения. На первую молодежную эстафету прибыли тысячи «палочек» со всех краев страны от всех организаций и людей. Кульминацией создания образа власти, с провозглашения дня рождения Тито Днем молодежи и государственным праздником в 1957 году, его всеобщего празднования на стадионе Югославской народной армии, эстафеты как части ритуала, стало основание Музея 25 мая 1962 года. Основу того музея составили только эстафетные палочки. К 1980 году их количество достигло 20 000 штук.

### ***Воины и раненые***

До конца своего правления Тито особое внимание уделял памяти о днях войны и отмечанию всех дат, связанных с тем историческим периодом. В качестве знака благодарности и лояльности, сразу после освобождения начали поступать первые подарки, предназначенные для украшения или, точнее, обозначения пространства его резиденции в Белграде. Вилла семьи Ацович по адресу Румынская улица, дом 15 стала чем-то вроде *театра памяти*, а произведения искусства, которые последовательно наполняли интерьер и сад — *симулякрами* памяти и хранения титовых «заслуг перед народом».

Одним из первых таких знаков была скульптура «*Nošenje ranjenika*» («Несение раненого»<sup>1</sup>), характерная и излюбленная для социалистического реализма тема народно-освободительной борьбы, с надписью на постаменте: «Верховному главнокомандующему славной югославской армии, маршалу Йосипу Броз Тито, в знак благодарности от граждан Загреба 8.V.1945 – 8.V.1946.». Скульптуру в бронзе выполнил Антун Августинчич, и в 1947 году, когда Тито официально стал считать эту виллу своей частной резиденцией, она была уста-

<sup>1</sup> Antun Augustinčić (1900 – 1979), *Nošenje ranjenika*, 1947, Музей истории Югославии, бронза, высота 190 см.

новлена в парковой части сада. В том же году в саду был поставлен и «Раненый связной»<sup>1</sup> Франа Кршинича. Для обеих скульптур характерна риторическая идеализация чрезмерного пафоса, эффект которого полностью отвечает цели создания мифического образа героической партизанской эпопеи.

### *Братство и единство в круге*

Особая группа предметов искусства в коллекции Тито, посвященная братству и единству, имеет фольклорные мотивы. Среди них особое место занимают работы с изображением народного круга. Как идеальный образ связи и единства, человеческие фигуры в круге – носители идеи братства и единства. Поэтому не вызывает удивления количество обществ культуры и искусства в титовской Югославии. Их задача по развитию и сохранению фольклорного наследия всей Югославии полностью вписывалась в морально-образовательную программу воспитания молодежи.

В соответствии с этим Национальный комитет Белграда в качестве новогоднего подарка Тито 2 января 1948 г. представил монументальный фонтан<sup>2</sup> работы Сретана Стояновича. Фонтан состоит из пяти женских фигур в круге, одетых в народные костюмы и вместе держащих в высоко поднятых руках треугольную плиту, в центре которой расположена сфера. Эта композиция из пяти женских фигур, персонифицирующих народ Югославии и в движении танца образующих пентаграмму, установлена перед зданием Резиденции на ул. Ужичка, дом 15. Будучи *симулякром* восхваления, на этот раз идеи триумфа братства в противоположность хаосу братоубийственной войны, фонтан символически, как заветный подарок, напоминал о соглашении между Йосипом Брозом Тито и народом Югославии о постоянной борьбе за ее единство.

<sup>1</sup> Frano Kršinić (1897 – 1981), *Ranjeni kurir, 1946*, Музей истории Югославии, бронза, высота 100 см.

<sup>2</sup> Sreten Stojanović (1898 – 1960), *Fontana bratstva i jedinstva*, Музей истории Югославии, бронза, высота 210 см.

## ЭССЕ

Д. С. Докучаев

**Fridge magnets, или Глобус имеет форму холодильника...**

Место/локус/территория всегда были объектами потребления как общества, так и человека. Человек всегда занимался собирательством, только для разных целей и в различных формах. Стремление к окружению себя вещами (неважно какими) — это одна из особенностей человеческого бытия. В данном эссе мне хотелось бы остановиться на частном примере собирательства — коллекционировании магнитиков на холодильник.

Путешествуя как по стране, так и по миру, каждый человек пытается сохранить воспоминания о поездке. Посещая курорты, древние и современные города, мы пытаемся узнать не только об особенностях конкретного места, но и фиксируем в своем сознании образы этого места, чтобы текст пространства в последствие легко воспроизводился в нашей памяти при обращении к символу. Пожалуй, у каждого города и у каждой страны есть набор конкретных знаково-символических форм, при взгляде на которые, мы представляем о каком месте идет речь.

Каждый путешественник воспринимает место очень индивидуально. В памяти откладываются архитектурные памятники, узкие улочки, пропитанные ароматом свежее испеченного хлеба или же запахом нечистот. Воспоминания о месте откладываются в нашей памяти фрагментарно, чаще всего хранятся разрозненно. Помочь их собрать в единую картину помогают сувениры — вещи, объединяющие все воспоминания о конкретном месте в материальный предмет. Сувениры бывают очень разными: тарелки, статуэтки, текстильные изделия и даже продукты питания (кофе, чай, шоколад, оливковое масло, алкоголь). Каждый путешественник привозит домой какие-либо вещи. Мы с супругой в качестве сувениров привозим магниты для холодильника (fridge magnets).

Споры о том, как они появились, не утихают до сих пор. Впервые технология использования магнита в качестве держателя легких предметов была запатентована Джоном И. Уитли (John E. Wheatley) в 1954 году [1]. И лишь в 1970-х Уильям Циммерман из Сент-Луиса, штат Миссури запатентовал идею маленьких раскрашенных мультипликационных магнитов, которые могли использоваться для удобного декоративного оформления. Таким образом, магниты на холодильник в современном понимании появились в 1970-х годах в США. Причины их востребованности называются разные. От чисто декоративной (маскировать царапины на дорогах в то время аппаратах) до утилитарной (крепить записки для членов семьи на уровне глаз). Постепенно магниты стали атрибутом главного домашнего запасника с продуктами. Позднее их



на вооружение взяла рекламная и туристическая индустрия. Сейчас сложно себе представить сувенирный магазин, в ассортименте которого отсутствуют магниты.

Для таких путешественников как мы, магниты — это не просто украшение холодильника. Это хобби. Занятию этому уже придумано название «мемомангнетика» (memomagnetics — memogiale (лат.) — память и magnetis (греч.) — магнит). Автором термина является российский коллекционер магнитов Дмитрий Балашов [2]. К слову сказать, самая большая коллекция магнитов принадлежит Луизе Гринфарб из американского штата Невада. Её коллекция попала в «Книгу рекордов Гиннеса» в 1997 году и составляла тогда 19300 единиц. К февралю 2002 она выросла до 29000, а позже и до 30000 единиц. Сейчас треть ее коллекции магнитов выставлена в Музее Гиннеса в Лас Вегасе. [3] Что касается нашей коллекции, то она не настолько велика. И этому есть свое объяснение — мы не гонимся за количеством. Приезжая в любой город, любую страну, мы стараемся всегда выбрать время и пройти по сувенирным лавкам, чтобы оценить ассортимент магнитов, а уже в последствие приобрести действительно тот, что будет олицетворять место. Но прежде необходимо узнать само место, впитать в себя его атмосферу, а уже потом выбрать магнит. Эта вещь должна быть репрезентацией именно такого места, которое мы запомнили, а не такого, которое пытаются нам навязать изготовители сувенирной продукции. Таким образом, наш холодильник — это наш глобус. Репрезентация того,

какими видим страну и мир именно мы, а не кто-то другой.

Условно разделим нашу коллекцию на две составляющие: магниты с городской и магниты с национальной/этнической символикой.

На большинстве наших «городских» магнитов представлены в основном устоявшиеся визуальные образы места, что вполне логично. Это архитектурно-символические формы городского пространства: здания, сооружения, памятники. Примечательно, что на магниты городов центральной и поволжской части России чаще всего помещают объекты религиозного культа — церкви,

часовни, монастыри. Здесь ничего нового не скажешь. Посещая древние города центра России, особо не отступая от рекомендованных путеводителем мест Рязани, Калуги, Костромы, Суздаля, Ростова Великого, Вологды мы чаще всего и обращаем внимание на культовые сооружения. Именно поэтому магниты выбирали соответствующими образу места (обязательное наличие



главного или значимого городского храма). Хотя совершенно понятно, что церкви, изображенные на магнитах практически однотипны. Да, эти церкви узнаваемы именно как церкви, то есть у них есть кресты, купола, выступающие алтарные части, но им всего лишь посчастливилось быть «похожими» на реальные объекты.



Города за Уралом существенно отличаются от городов центрально-европейской части России. Безусловно, какие-то общие черты застройки присутствуют, но ощущение места возникает иное. Понимаешь, что находишься в азиатской части страны. Иные архитектурные формы, иное наследие. Так, Иркутск и Улан-Удэ запомнились нам своими вокзалами, зданиями провинциального барокко и эклектикой городского пространства. Православные церквушки соседствуют с буддистскими дацанами. Рестораны в имперском стиле конкурируют с небольшими позными (бурятское *буза*, *поза* — дословно «мясо, завёрнутое в тесто»), построенными в виде юрт. Прибайкалье и Забайкалье — удивительные места России. Там человек живет в гармонии с природой, оттого и в памяти остались места поклонения духам места — эжинам, антропоморфные фигуры острова Ольхон и безграничные просторы байкальского взморья.

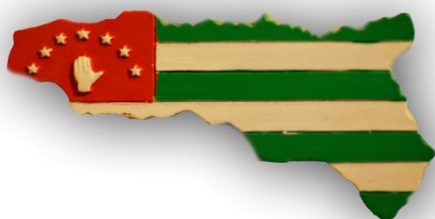




Европа на глобусе-холодильнике выглядит не менее причудливо. В каждом городе «старого света» забываемыми становятся старые кварталы и узкие улочки. Прогулки по ним, как на



юге Европы (Цетинье — Черногория, Дубровник — Хорватия), так и на севере (Стокгольм — Швеция, Таллинн — Эстония), оставили неизгладимое впечатление. Потому и магниты выбирались соответствующие. Но здесь можно заметить одну интересную особенность в изготовлении местных сувениров, связанную, прежде всего, с цветовыми решениями. Так, магниты северных городов выделяются яркими (красный, зеленый, оранжевый, желтый) цветами, в то время как на магнитах южных городов сохраняется средиземноморский стиль, а именно обязательное присутствие белого и синего (голубого) цветов.



Теперь несколько слов о национальных (с символикой стран) магнитах. Чаще всего образы стран на fridge magnets совпадают с официальными символами — гербом или флагом. Таков, например, финский магнит. Иногда, как в случае с Абхазией, флаг и герб принимают географические очертания страны, которая пусть и непризнанна мировым сообществом, но магнитик имеет. Самая же распространенная тенденция

позиционирования страны в рамках «холодильной культуры» являет собой создание эклектичного образа государства-нации, включающего в себя все известные бренды и культурные артефакты. Примечателен в этом плане магнит Италии, на котором образы страны подобраны по буквам латинского слова ITALIA.





Сербия и Швеция запомнились нам добрыми, приветливыми и отзывчивыми людьми. Потому представительство этих стран на нашей карте мира – холодильник оказалось связано с народной культурой. Так, Сербия на магните представлена в виде опанцев — древней обуви, которую до сих пор носят местные крестьяне (и никто больше в Европе). А шведский сувенир вы-

резан в форме красной узорчатой лошадки, которая является символом страны с шестнадцатого века. В домашнем хозяйстве без лошадей обойтись было нельзя, а в лесозаготовках тем более. Даларнская лошадка обязана своему появлению лесорубам, которые посвящали себя вырезанию фигурок из дерева в свободное от работы время. Красный цвет — от сульфата железа, который в качестве дополнения к медной руде добывался в Швеции с XI века. Шведская лошадка один из самых продаваемых сувениров в стране.



Египетские/турецкие/мальдивские, как в прочем магниты всех пляжно – «исторических» мест не отличаются каким-то особенным колоритом. Это, пожалуй, та серия сувениров, которая была куплена исключительно для того, чтобы была. Образы на магнитах однотипные – море, горы, солнце, пляж. Иногда как в Египте — верблюды, пирамиды, кошки. Абсолютное большинство таких продуктов турсувенирной индустрии является промышленной штамповкой и производится в Китае. Об этом не двусмысленно дают понять надписи о стране происхождения на обратной стороне магнита. Вот и получается, что вид на пирамиды в Гизе, изящно вырезанный из пластика, вовсе не египетский, а китайский.

Подводя итог своим наблюдениям, отмечу, что собирательство сувениров на холодильник стало в последние годы не только интересным, но и востребованным увлечением. Иметь репрезентацию места/города/страны на «глобусе в виде холодильника» хотят по данным агентства «РОМИР Мониторинг» около 86% россиян (это наши сограждане, приобретающие сувениры в виде магнитов), при этом 78% уже имеют собственные коллекции. В социальных сетях как в отечественных, так и зарубежных созданы группы «мемомагнетистов» [См. напр.: 4], в которых можно рассказать о своей коллекции, посмотреть чужую, а также обменяться «сувенирами на холодильник». Интернет делает возможным получение символа места, в котором никогда не был, и вряд ли побываешь. Но имеют ли ценность такие магниты?



### Примечания

1. Патент US № 2,693,370 от 2 ноября 1954 года. — Режим доступа: <http://www.google.com/patents/US2693370?printsec=abstract&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
2. Мемомангнетика. — Режим доступа: <http://dmitnic.narod.ru/memagnetica.html>
3. Подробнее о Лизе Гринфарб. — Режим доступа: [http://www.reviewjournal.com/lvrj\\_home/1997/Jul-08-Tue-1997/lifestyles/5604545.html](http://www.reviewjournal.com/lvrj_home/1997/Jul-08-Tue-1997/lifestyles/5604545.html)
4. Magnitiki-ru. — Режим доступа: <http://magnitiki-ru.livejournal.com/>

**Т. Ю. Быстрова, А. К. Хисматулин**

### СТРАШНОВАТЫЙ ДАР. АНАЛИЗ СУВЕНИРА С ВЕНЕЦИАНСКИМИ МАСКАМИ

Сувенир — особый культурный феномен, основной смысл которого заключается в сохранении памяти владельца о том или ином событии. Сувенир маркирует это событие в общей жизненной канве, становясь знаком пережитого [2]. Вместе с тем, он часто используется в роли подарка, чья основная функция, согласно М. Моссу, состоит в подтверждении социального контакта, желании установить обратную связь с адресатом.

Обе ипостаси превращают сувенир в сгусток культурных и личностных смыслов, не сводимый только к внешней форме. Здесь играют роль ассоциативность, образность, особенности восприятия и т.п.

Идея данной статьи возникла из желания показать, как разница эстетического и культурно-символического прочтения сувенира может привести к изменению его статуса в глазах владельца (закономерно и обратное: совпадение этих аспектов превратит вещь в еще более значимую; это могут учитывать как изготовители, так и дарители сувенира).

Понятийный аппарат определен нами в ходе исследования вещи как продукта дизайна [1]. Напомним его.

Под предметом, согласно М. Эпштейну и М. Хайдеггеру, мы понимаем объект, требующий освоения со стороны человека, до какой-то степени чужеродный ему и вызывающий к его активности. Под вещью в рамках данного текста понимается освоенный, духовно-близкий предмет, обретший «лирический голос» в результате взаимодействия с пользователем.

Интересующие нас трансформации статуса таковы. Во-первых, дизайнер, в том числе и в случае с сувенирной продукцией, проектирует предметы, способные быть духовно, психиче-



ски, физически освоенными – т.е. способные стать вещами. Во-вторых, сувенир, которым может оказаться не только специально изготовленный предмет, но камень, лист, ракушка, ценен для владельца не своими статусными и ценовыми характеристиками, а связью с событием. Иначе говоря, специально изготавливаемый сувенир – это предмет с повышенным содержанием «вещной» составляющей, предмет, легко наделяемый значениями, вызывающий эмоции и образы.

Сувенир, о котором пойдет речь в статье, несколько лет назад подарен одному из авторов работы как корпоративный подарок, в подтверждение расположения обеих сторон и стремления к дальнейшему сотрудничеству. Компания, занимающаяся продвижением продуктов итальянского дизайна, подарила артефакт из Венеции, что выглядело совершенно естественным для дарителей. Тем более что эстетическое решение объекта не вызывало отрицательных эмоций. Квадратная деревянная рамка размером около 10 см, заключает в себе подложку из матовой черной ткани, на которой расположены две маски, выполненные из матового же серебристого металла с эмалью и несколькими стразами и как бы напоминающие о венецианском карнавале. (Однако в данном случае событием был не он, а акт дарения, подтверждающий позитивное отношение сторон друг к другу).



На первый взгляд, характеристики предмета дарения почти идеальны. Черные прорези надолго притягивают взгляд и вызывают интерес, ведь человек легко антропоморфизирует все, что наделено «глазами». Бесстрастные лица не утомляют, их пропорции приятны и не вызывают лишних (к примеру, этнокультурных) ассоциаций. Неяркий, но четкий красно-зеленый ритм воротника, выглядящего общим для персонажей, в особенности благодаря одному «сердцу» на двоих, создает красивое ненавязчивое обрамление. А стразы задают сценарий визуального восприятия — лоб одной маски, «слезинка» другой, дробность блесков в нижней части композиции. Изделие не выглядит слишком дорогим, но быстро становится ценным для воспринимающего, поскольку надолго приковывает внимание, но не рождает усталости. Блеск и матовость, взгляд «внутрь» и скольжение по поверхности стразов (тоже слезы? просто де-

кор?) дают хорошую «зарядку» для глаз, несмотря на неяркие тона. Тщательность исполнения деталей выгодно отличает продукт от его собратьев. Наличие аккуратной рамки усиливает впечатление художественной ценности.

Рассматривание масок и их деталей порождает ощущение «тайны». Эти скрытые смысл волнуют, будят желание понять скрытые значения. Узоры на лицах, вероятнее всего, не просто узоры, а очертания масок — т.е. маска получается двойной, на бесплотное «лицо» ложится еще один, едва уловимый слой. Простые круглые шапочки в совокупности с воротниками наводят на ассоциации с цирком, но цветовая гамма картинки в целом не так мажорна, чтобы однозначно утвердиться в теме цирка, гистрионов, трубадуров, театра и т.п. Отсутствие дополнительных символов затрудняет расшифровку.

Связка со средневековьем не приводит к каким-то однозначным выводам. Законы карнавальской культуры, столь значимой для Средних веков, сегодня переключались в шоу-бизнес. «Опрокидывание» традиционной системы ценностей, переориентация ценностных оппозиций (земное-небесное, мирское-сакральное, телесное-духовное) происходит в массовой культуре. Думается, что сам венецианский карнавал, порождением которого являются маски, тоже подвергается этой трансформации. Значение карнавала как праздника девальвируется, на первый план выходит его экзотичность. Туристическая привлекательность превращает символы в симулякры. Это создает предпосылки как для забвения начальных смыслов, так и для порождения новых, в чем-то еще не осознанных. Эта тема уже «слишком» философична для небольшого предмета, преподносимого в качестве подарка.

Более длительное рассматривание лиц на темном фоне приводит к постепенному возникновению чувства опасности. Черные «глаза» не только притягивают, но и страшат. Лица, лишённые выражения, отпугивают своей бесполостью и механистичностью. Глухая черная бархатистая ткань, несмотря на малый размер, выглядит мрачноватой и «душной». Параллельно возникают вопросы о том, кто перед нами, ведь на стандартные маски венецианского карнавала лица не вполне похожи ни чертами, ни выражением — в тех больше отрешенности и барочной вычурности. Поза наших персонажей позволяет говорить об общности чувства: они двое, и это выглядит вполне естественным, тогда как классическая венецианская маска, как правило, самодостаточна и одна. Неточности интерпретации представителем российской культуры возможны и позволительны, у нас, скорее, есть знание о наличии масок, чем навык их быстрой атрибуции. Возможно, это Пьеро и Колумбина, но авторы не берутся мгновенно, без подсказок Интернета, судить об этом. А сфера смыслов допускает высокий уровень субъективности в расшифровке образов. Вместе с тем, они не произвольны, не фантазийны, ведь любая вещь в культуре аккумулирует информацию о предшествующих вещах, их создателях, формах и технологиях.

«Во лбу звезда» — у одного, «на щеке слеза» — у другого. Сказка А. С. Пушкина и «Стансы к Августе» бывавшего в Венеции И. Бродского, но как-то безотсылочно, в рамках одних цитат. Содержания не случается. Идем дальше. Черные глазницы — это уже Р. Р. Толкиен и мир современных фэнтези. Существа с такими глазницами — носители зла или темных сил. Носители смерти в пространстве мифа, жестко разделенном на части. Маски находятся по ту сторону жизни, далеко от нас? Но глаз не дремлет и тут же выводит зрителя из трагедии, ведь чернота не принадлежит самим персонажам, она — часть фона, просвечивающего сквозь них. Быть может, нужно идти не от аллюзий, а от композиции? Тогда это похоже на античные маски Комедии и Трагедии, только лишённые соответствующего выражения лица. Тогда ясны (или кажутся прояснившимися) истоки театральности, искусственности, неподлинности, сопровождающих размышление.

Трагедия и Комедия, одевшие, в свою очередь, маски, делающие их схожими? Наверяд ли, поскольку одинаковы рты, не искаженные ни гримасой, ни улыбкой.

Может быть, поддаться ритму цветных полос и блеску трех разбросанных по ним стекляшек? Ведь глухая черная ткань, помимо прочего, является почти идеальным фоном, не дающим рассматривать себя, но приводящим к центру композиции. В этом случае рано или поздно мы приходим к теме единого сердца. И тогда, оставаясь в античной системе координат, вспоминаем платоновский миф об андрогинах.

Как известно, согласно мифу, и не только платоновскому, первый человек был создан андрогином, а позже боги, наказывая людей за грехи, разрежали их на части. «Итак, каждый из нас половинка человека, рассеченного на две камбалоподобные части, и поэтому каждый ищет всегда соответствующую ему половину», — устами Аристофана говорит Платон в «Пире», создавая один из самых прекрасных образов любви как поиска своей половинки. Рассеченные части души стремятся друг к другу, обретшие друг друга будут счастливы: «...любовью называется жажда целостности и стремление к ней» [4].

\* \* \*

Если фиксировать процедуру анализа, названного в аннотации к статье философско-культурологическим, то в ней необходимо прояснить следующие моменты.

Идеальная теоретическая модель человека, контактирующего с предметным окружением, предполагает в нем:

- 1) единство духовной, душевной и телесной сторон в ходе восприятия и оценки предмета;
- 2) стремление к целостности информации о форме, ее относительной «прозрачности» (5);
- 3) любознательности, логически следующей из этого стремления к определенности;

- 4) возможного утомления психики в результате слишком интенсивной работы органов чувств – что оборачивается либо утратой интереса к объекту, либо его негативной оценкой.

Отсюда расшифровка семантики и символики предмета материальной культуры, в том числе продукта дизайна, с необходимостью включает в себя формирующееся в ходе первого визуального или тактильного контакта впечатление о совпадении или несовпадении его физических характеристик с психофизиологическим устройством человека, его возможностями по освоению линий, форм, цветов и т.д. В создании первого впечатления играют роль размер и эргономичность формы — так, предмет, который легко взять или держать рукой, часто вызывает положительные эмоции. Важны материалы, точнее, чувства и ассоциации, появлению которых они способствуют. Большую роль играют целостность или, напротив, незавершенность формы — последняя может способствовать интеракции, мысленному достраиванию с опорой на данные предшествующего опыта.

Чем менее прагматично отношение к предмету, тем большую роль играют моменты психологической совместимости. Без учета этих и многих других составляющих восприятия формы не произойдет освоения предмета даже в том случае, если культурные значения цветов, образов, символов известны.

Особо нужно подчеркнуть, что эти составляющие воздействуют на психику не последовательно, а вместе. Значит, реакция на них зависит от совокупной информации, поставляемой разными органами чувств и – почти параллельно – осмысливаемой реципиентом. Например, густой зеленый и красный цвета в отдельности могли бы трактоваться как символы роста и любви, т.е. носители витальных значений. В совокупности с черным фоном, глазницами-«дырами» и отсутствующим выражением лиц они не проявляют этих своих значений, превращаясь в декоративный элемент обрамления персонажей. То же и с визуальной игрой, в которую вовлекают воспринимающего чередующиеся черные и блестящие поверхности. Ее цель неясна. Насмотревшись, человек отводит взгляд от эстетичного и стильного объекта.

\* \* \*

Ощущение лабиринта смыслов перекликается с духом постнеклассической эстетики (см.: 3), но не удовлетворяет конкретного человека-обладателя вещи. Что рассказывают лица – историю вечной любви, историю любви, невозможной в земных пределах? Или это лишь студийная постановка персонажей с учетом законов композиции и гармонии? В восприятии и переживании вещи не хватает какого-то основного знака, доминирующего над остальными и собирающего их воедино. Смыслы рассыпаются неясным текстом со множеством цитат, не связанным с моментом дарения и личностными характеристиками или пристрастиями владельца.

### Заключение

Констатация дробности и рассогласованности значений вкупе с усиливающимися по прошествии времени негативными эмоциями от чисто сделанной и эстетически почти безупречной вещи позволяет сделать вывод о необходимости согласования исторического, духовно-ценностного, символического, ассоциативного, художественно-образного и даже функционального смыслов предмета дарения. При этом в случае с сувениром контекст происходящего не менее важен, в нем тоже могут и должны быть смысловые связи с сюжетом, персонажами или стилистикой изображаемого. Эти моменты необходимо учитывать разработчикам сувенирной продукции, зачастую довольствующимся установкой на превращение любого предмета в носитель «подписи» без учета его эстетических и смысловых качеств.

### Список литературы и источников

- 1 Быстрова Т. Ю. Вещь, форма, стиль: Введение в философию дизайна. Екатеринбург, 2001. 223 с.
- 2 Быстрова Т. Ю., Хисматулин А. К. Сувенир – это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира. Екатеринбург, 2008. 94 с.
- 3 Бычков В. В. Эстетика. Краткий курс. М., 2003. 384 с.
- 4 Платон. Пир. URL: <http://philosophy.ru/library/plato/pir.html>. Дата обращения 22.10.2012.
- 5 Флоренский П. А. Иконостас. СПб., 1993. 366 с.

**В. В. Филатов**

### ПОХВАЛА АНТИВЕЩИ

По словам Паскаля, в течение своей жизни обычный человек собирает вещи и держит их в вытянутых руках перед собой, для того, чтобы закрыться ими от зрелища неминуемой смерти. Видимо, по этой причине чаще всего склонны к собиранию вещей, в том числе и абсолютно им не нужных, как правило, пожилые люди — процесс собирания, а также сама коллекция ненужного хлама придают их существованию некую ложную значимость. Вещевая тревога этих людей, это, на самом деле, экзистенциальная тревога. Как гласит известная этнографическая

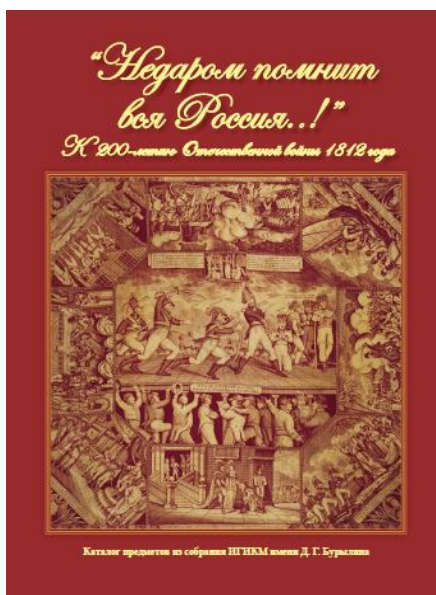


универсалия, человек виден только тогда, когда к его телу прилегают вещи. Всевозможные обряды инициации, знаменующие собой переход человека из одного социально — биологического состояния в другое, например, брачный обряд или церемония погребения — показывают, что никогда в жизни человек не бывает до такой степени окружён вещами, наделёнными собственным смыслом, как невеста во время свадьбы или покойница. Свадебный наряд невесты и саван покойницы призваны выразить гармонию соотношения физиологических процессов человека с окружающей социальной действительностью. Другим примером из этой же серии могут служить регалии правителя, которые бывают столь многочисленны, что за ними уже сложно увидеть очередного заурядного карлика. Собственно, в этом и заключается основная цель указанных регалий, так же как и вообще всех вещей. В этой связи, перефразируя Маркса, можно утверждать, что именно вещи, а не религия, являются основным «опиумом для народа», особенно в современном обществе потребления, в котором вещей стало много, а религиозного чувства мало. Поэтому в так называемых развитых странах религия отодвигается на периферию общественного сознания, а её место занимают вещи. Одновременно основной функцией вещей становится конструирование иллюзорной картины мира, некое заведомо ложное целеполагание, которое, однако, позволяет человеку жить в относительно безмятежном состоянии, максимально приближенном к животному. В конечном итоге, овещаются и сами люди, в пространственно-временном универсуме которых центральное место занимает их собственное тело. При этом оно практически полностью сводится к своим утилитарным функциям.

Существуют отвергнутые культурой вещи, которые попадают в парадигму антивещи. Например, разлагающийся человеческий труп — то, что культура игнорирует и от чего стремится как можно скорее избавиться. В то время, как вещь скрывает от человека истинное содержание его биологического существования, антивещь, напротив, это содержание наглядно раскрывает. Лишённая культурных морфем, антивещь проявляет себя в тех крайне редких, исключительных случаях, когда она соответствует прямому социальному действию. Иногда человек использует антивещь, для того, чтобы разрушить социальные и биологические перегородки и освободиться от навязанных ему обществом, подавляющих его сознание, социокультурных императивов. Подобная ситуация показана в последнем фильме Пьера Паоло Пазолини «Salò, или 120 дней Содома».

Поэтому, для того, чтобы человек избавился от экзистенциальных иллюзий, он должен как можно скорее отказаться от бессмысленного собирания вещей и устроиться работать санитаром в морг или, на худой конец, внимательно изучить учебник по судебной медицине. А только затем — если, конечно, останется желание — начать конструировать свой собственный, чисто духовный мир, в котором место вещей по праву займёт смыслообразующая антивещь.

## РЕЦЕНЗИИ



**«Недаром помнит вся Россия..!» К 200-летию Отечественной войны 1812 года: Каталог предметов из собрания ИГИКМ имени Д. Г. Бурылина / отв. ред.-сост.; авт. статьи Д. Л. Орлов. — Иваново: Издатель Епишева О.В., 2012. — 128 с., илл. ISBN 978-5-904004-36-1**

В июле 2012 года Ивановским государственным историко-краеведческим музеем имени Д. Г. Бурылина был подготовлен каталог предметов из музейного собрания под редакцией Д. Л. Орлова. Идея издания была впервые озвучена на Второй научно-практической конференции «Меценаты русской

провинции: история и современность», состоявшейся 16 февраля 2012 г. в Белом зале Музея промышленности и искусства в день 160-летия основателя музея, почётного гражданина города Иванова, мецената и благотворителя Дмитрия Геннадьевича Бурылина [1]. Настоящее издание продолжает цикл публикаций сотрудников музея, целью которых является раскрытие информации о предметах и коллекциях, хранящихся в фондах.

Каталог представляет интерес, прежде всего, для ученых, историков, занимающихся изучением Отечественной войны 1812 года и истории российского общества этого периода. Его создание приурочено к открытию в Музее промышленности и искусства в сентябре текущего года выставки-экспозиции «Недаром помнит вся Россия..!», а это значит, что многие экспонаты, представленные в каталоге, будут доступны для посетителей выставки в течение всего времени её работы, то есть до конца 2012 г. При всём этом каталог может быть использован и как самостоятельное издание, способствующее дальнейшему изучению данной темы, поискам вещественных и письменных источников по ней. Ведь многие из представленных в каталоге предметов представляют особый научный и исторический интерес, как, например, письмо Наполеона Бонапарта Жозефине.

При составлении каталога авторами-составителями были использованы предметы из собрания музея, относящиеся к текстильному фонду, фонду письменно-документальных источников, редкой книги, кино-, фоно-, фотодокументов и печатной графики, библиотеки Д. Г. Бурылина, предметов из драгоценных металлов, фонду оружия и предметов военного снаряжения.

Вступительная статья Д. Л. Орлова вносит серьезный вклад в изучение коллекции Д. Г. Бурылина и может рассматриваться как тематическое исследование для ученых, занимающихся историей Ивановского края.

Основная часть каталога — иллюстрации, отображающие предметы коллекции музея, относящиеся к периоду войны 1812 года. Особый интерес, на наш взгляд, представляет раздел «Редкая книга», содержащий иллюстрации из разрезной Азбуки 1815 года, на карточках которой воспроизводятся карикатуры на Наполеона и его армию, прославляется подвиг русского народа. Подобные иллюстрации могут служить самостоятельным источником для изучения войны 1812 года современными читателями, в частности, в современном педагогическом процессе. Они позволяют взглянуть на события не только глазами авторов учебников истории, но и заглянуть «внутри» истории, почувствовать её характер через своеобразное свидетельство очевидцев и современников.

Рецензируемое издание, несомненно, будет интересным и полезным не только узкому кругу специалистов, студентам гуманитарных факультетов высших учебных заведений, но и учащимся общеобразовательных учреждений, увлекающимся историей России начала XIX века.

#### **Список литературы и источников**

1. *Зобнин А.В.* II научно-практическая конференция «Меценаты русской провинции: история и современность» // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2012. № 1. — С. 114 – 115.

*Н.А. Докучаева*

*А.В. Зобнин*

**СОБЫТИЯ, ХРОНИКА**

---

**Научная конференция «Пространство, память и идентичность: исторический опыт России и Кореи». Сеул, 5-6 октября 2012 г.**

5 и 6 октября 2012 года в Сеуле прошла организованная Институтом российских исследований Университета международных исследований Ханкук научная конференция «Пространство, память и идентичность: исторический опыт России и Кореи». Конференция была поддержана правительственным Национальным исследовательским фондом Кореи. Институт российских исследований имеет грант на период с 2009 по 2019 год. Данная конференция — третья по счету в рамках проекта «Реконструкция гуманитарного пространства Российской Федерации: корейский взгляд» (две предыдущие конференции были посвящены внешнеполитическим и внешнеэкономическим связям России и Кореи).

Официальная позиция Института российских исследований, сформулированная в рамках указанного проекта, — необходимость выработки собственной корейской точки зрения на Россию, отличной от западной, а также китайской, японской и других: «Необходимо отказаться от доминирующей пока тенденции инерционно следовать западным концепциям, критически настроенным к России». Корейские исследователи и поддерживающие их правительственные и академические структуры исходят из положения о том, что корейская точка зрения на Россию должна быть сбалансированной, учитывающей взгляды как российских ученых, так и ученых из других стран, и быть основанной на свой собственных, оригинальных, подходах. Предпочтение отдается междисциплинарному синтезу, объединяющему научные достижения в области изучения общества, истории, политологии, экономики, литературы, международных отношений. В конечном счете, согласно указанному проекту, к 2018 – 2019 гг. Институт российских исследований должен превратиться в исследовательский центр мирового уровня.

Институт международных исследований Ханкук был создан в 1954 г. Тогда же была организована кафедра русского языка. Институт российских исследований возник позже — в 1972 г. До 1992 г. исследования Института носили советологический характер. Последние двадцать лет Институт специализируется на изучении бывшего советского блока, в первую очередь — бывшего СССР и, в особенности, России. Институт выпускает несколько периодических изданий на корейском и английском языке — «Славяноведение» (старейший), «Россия и Российская Федерация», «Регион» (новый). Предполагается выпуск монографий по каждому из субъектов Российской Федерации. Уже вышли монографии, посвященные Псковской области, Ненецкому национальному округу и Республике Якутия – Саха.

В настоящее время в Институте российских исследований работает 42 сотрудника, занимающихся исследовательской и преподавательской деятельностью. В рамках Института

осуществляется подготовка студентов, получающих двойную специальность: российские исследования и менеджмент. После 4 лет бакалавриата можно заниматься бизнесом или поступать в аспирантуру. Студенты хорошо знают русский и английский языки.

До начала конференции была проведена встреча приглашенных участников с их коллегами из Института российских исследований. Были высказаны мнения об эффективных направлениях изучения России. Автор настоящей заметки, например, предложил шире использовать различные киноматериалы (художественные и документальные), не ограничиваясь изучением текстов. Особенно интересны фильмы в жанре социальной фантастики (например, по сценариям Вячеслава Рыбакова).

Помимо пяти корейских исследователей (из которых одна — приглашенный преподаватель из России), на конференции выступали гости: четыре участника из США, три — из России, по одному из Великобритании, КНР и Вьетнама. Особо необходимо отметить очень хорошее знание русского языка всеми гостями конференции, в кулуарах учёные из США, Великобритании и КНР с российскими коллегами предпочитали говорить по-русски.



Также очень важно весьма доброжелательное отношение к России, знание многих ее проблем. Расхождений в понимании российских проблем на конференции обнаружено не было. Лишь в очень немногих случаях зарубежным коллегам не хватало эрудиции в специальных вопросах: например, в возникшей дискуссии о сибирском автономизме срабатывал стереотип: Сибирь — это аналог Австралии

или даже Америки, но вряд ли часть коренной России (на самом же деле, даже сибирские автономисты не пользовались поддержкой крестьян и интеллигенции Сибири, в частности, во время гражданской войны, не говоря уже о поддержке сепаратистов). В то же время была продемонстрирована завидная эрудиция коллег в знании Московской и Саратовской областей.

Тем не менее, приходится констатировать недостаточное знание российской научной литературы, что, по-видимому, связано с доминированием на конференции историков и филологов, с одной стороны, и с отсутствием внятных объясняющих российские процессы теорий как в России, так и за рубежом. Известны попытки российских экономистов дать объяснение этим процессам, однако наблюдающиеся научно-идеологические разногласия между экономистами разных научных школ, особенно в современной России, нейтрализуют ценность таких теорий для историков. С другой стороны, можно отметить некоторую робость, а на самом де-



ле, здоровый, в данном случае, эмпиризм зарубежных коллег. Вообще, можно сказать, что на конференции никто никого не стремился «поучать», все пытались общими усилиями осмысливать происходящее. Представляется, что такой стиль работы, не всегда и не везде распространенный, надо только приветствовать. Конференция была призвана помочь корейской стороне понять российские проблемы, в несколько меньшей степени — решать какие-то научные проблемы (это последнее, как представляется, должно спонтанно и перманентно осуществляться у всех работников науки, в то время, как заставить себя учиться, отказываясь, в случае необходимости, от ставшего привычным стереотипа, как это делают корейские коллеги, может позволить себе не каждый!).

После приветствия директора Института российских исследований Ван Сук Хонга и посла РФ в Республике Корея К. Внукова со вступительным докладом выступил шеф-редактор журнала «Регион» Л. Зигельбаум (профессор кафедры современной истории России, Университет штата Мичиган, г. Ист-Лансинг, США), в котором он поделился своим собственным опытом осмысления России. Далее конференция проходила по «сессиям» в рамках определенных общих тем. Большинство докладов сопровождалось оживленным обсуждением.

**Сессия I. Как изучать российский регион: методология и подходы.** Председатель сессии — Э. Клоуз (Университет Вирджинии, США).

Д. Рэли (кафедра истории Университета Северной Каролины, г. Чепел Хилл, США) «Локальная история, или от социальной истории к устной истории: автобиографическая рефлексия изучения Саратовского региона».

М. П. Крылов (Институт географии Российской академии наук, Москва) «Региональные идентичности в Центральной России и на некоторых приграничных территориях» Европейской России: основные концепции и исследовательские результаты».

**Сессия II. Региональные города: история, идентичность и политика.**

Председатель сессии — Джун Сук Хан (Сеульский национальный университет, Корея)

Л. Зигельбаум. «Движение людей в эпоху стагнации. Сельский исход в РСФСР в период 1960 – 1980 –х».

Дж. Зонг (Институт российских исследований) «Память о войне как инструмент объединения нации? — опыт России и Кореи»

Ирина Корзун (Институт российских исследований) «Создание Сеула: гений места и конструирование идентичности в 21 веке»

**Сессия III. Приватизация и модернизация.** Председатель сессии — Хун Так Ким (Институт российских исследований).

Дж. Моррис (Центр российских и восточно-европейских исследований, Бирмингемский университет, Великобритания) «Использование Интернета в российской глубинке: проблемы местных социальных нужд»

Д. Рансел (Университет Индианы, США) «Конфликты при использовании земли в Московском регионе».

***Сессия IV. Глобализация и Российский (макро)регион.***

Председатель — Ван Сук Хонг (Институт российских исследований)

Нгуен Кан Тон ( Центр исследований по России и СНГ, Институт европейских исследований, Вьетнамская академия социальных наук, Ханой). «Кооперация между российским и вьетнамским (макро)регионами в постсоветский период».

Чен Янг (Восточный Китайский нормальный университет, Шанхай) «Появление новой российской стратегии по отношению к Азии и перспективы китайско-российского трансграничного и межрегионального сотрудничества».

***Сессия V. Федерализм и регионализм.***

Председатель — Нгуен Кан Тон (Вьетнам).

В. Капусткин (Санкт-Петербургский гос. Университет). «Экономические аспекты отношений между Санкт-Петербургом, Ленинградской областью и Федеральным правительством».

А. Соколов (Ярославский гос. университет). «Протесты в современной России: общие закономерности и региональные черты».

Се Хо Янг (Институт российских исследований) «Композиция нового правительства Путина: оценка и приложения».

***Сессия VI. Российский регион в географии восприятия.***

Председатель – Дук Со Канг (Институт российских исследований).

Э. Клоуз «География восприятия и основания идентичности в пост-ельцинской Сибири».

Мин Соо Ким (Институт российских исследований). «Значение «черного ворона» в фольклоре малых народов Дальнего Востока фольклор ительменов».

Зунг Во Хванг (Институт российских исследований). «Изучение методологии российских региональных исследований: «пространство» как аналитическая единица».

Изложенная Программа конференции отражает структуру и содержание обсуждаемой проблемы широко понимаемой российской идентичности (включая смежные и сопряженные вопросы), как ее понимают коллеги из Института российских исследований.

***М.П. Крылов***

## АННОТАЦИИ

---

### **Корнев В. В. Потребление потребления**

**Ключевые слова:** потребление, потребность, идеология, капитализм

*Исходной проблемой статьи является мифологизация самого понятия потребления. Множество критических теорий потребления, по мнению автора, лишь укрепляют институцию потребления, поскольку поневоле придают ей целерациональный характер. Потребление потребления есть не только некритическое усвоение потребительских привычек, но и стереотипная «антипотребительская» критика, не идущая в большинстве случаев дальше мечты о «здоровом» или слегка ограниченном потреблении.*

### **Козяр Г.Н., Нуркова В.В. Какие воспоминания мы выбираем? Как цифровой фотоаппарат изменяет нашу память**

**Ключевые слова:** автобиографическая память, культурное опосредствование психики, фотография

*В статье проблематизируется однозначно позитивная связь технологического прогресса в фотоделе (переход от аналоговой к цифровой фотографии) и психологического прогресса в использовании фотографии как средства для регуляции памяти. По результатам исследования можно заключить, что основное преимущество технологии цифровой фотографии – полный контроль над свойствами создаваемого в акте съемки средства для регуляции последующего воспроизведения, препятствует кодированию дополнительной информации в памяти. В результате в воспоминании с опорой на цифровую фотографию вместо истинного воспоминания наблюдается прямое описание изображения. Воспоминание с опорой на аналоговую фотографию, напротив, связано с актуализацией коммуникативно прозрачной развернутой истории события прошлого.*

### **Шабурова О.В. Вещи, которые мы храним. Бумага, почта, ностальгия**

**Ключевые слова:** бумага, прошлое, коммерциализация ностальгии, советские открытки

*Статья посвящена феномену "смерти бумаги", связанному с цифровой технологической революцией. В статье на примере почты и ее репрезентаций рассматриваются прошлое и настоящее массовых коммуникаций, опосредованных бумажными почтовыми артефактами. Основной материал для анализа - советская открытка. Данный анализ дает возможность развить тему коммерциализации ностальгии. В последней части статьи представлен анализ феномена посткроссинга, воплощающего в себе модель современной социальной горизонтальной мобильности и предстающим гибридом, соединяющим цифру и бумагу.*

**Тимофеев М. Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 1. Артефакты**

**Ключевые слова:** советские артефакты, коллективная память, поп-коммунизм, пост-коммунистическая ностальгия, семиотика, системный подход, советское как ценность, советскость.

*Рассматриваются российские концептуальные заведения общественного питания, тематически связанные с феноменом советскости. Анализируется роль аутентичных вещей и визуальных сообщений, используемых в качестве знаков для конструирования образа советского общепита.*

**Толстокорова А. В. Дело в шляпе: роль пространственной эмансипации в гендерной демократизации телесно-физического имиджа украинской городской женщины (конец XIX- начало XX в.)**

**Ключевые слова:** автономная мобильность украинских женщин, женская пространственная эмансипация, публичное пространство, демократизация телесно-физического имиджа украинской городской женщины

*В работе рассматривается процесс пространственной эмансипации украинских женщин. Анализируется роль моды в пространственной депривации женщины и ее эксклюзии из публичной сферы, а также роль художественной литературы в формировании и имиджа пространственно-эмансипированной женщины. Прослеживается влияние пространственной свободы и географической мобильности на гендерную идентичность украинских женщин.*

## Немченко Л. М. Обложки тетрадей и дневников: путеводитель по современной российской культуре

**Ключевые слова:** вещь, тетрадь, обложка, дневник, модная обложка, потребление, советское, постсоветское

*В статье рассматриваются преемственные связи между обложками советских и постсоветских тетрадей и дневников. Советские обложки демонстрировали демократизм, скромность, функциональность. Рыночные отношения предъявляют новые требования к школьным принадлежностям. Тетради и дневники стали описываться понятиями моды. В статье рассмотрены основные сюжеты, представленные на обложках тетрадей и дневников в постсоветской России.*

## Погодина С.И. Сад расходящихся кукол: ритуальные практики современной культуры Латвии

**Ключевые слова:** ритуал, кукла, современная культура, Латвия, традиция

*В фокусе интереса данной статьи – два случая использования кукол в ритуально-обрядовом контексте в рамках современной культуры Латвии. Кукла, входя в предметный код как традиционной, так и современной культуры, проявляется в самых различных игровых и ритуальных практиках. С частичной утратой сакральных смыслов ритуальных контекстов традиционной культуры, и с развитием нового открытого типа культуры, стали формироваться новые традиции, происходить «омирщание» практик традиционной культуры. В рассматриваемых в статье случаях механизм надления кукол символическим значением происходит, главным образом, в силу заложенной в кукле идеи антропоморфизма. Именно в этом аспекте кукла становится символическим двойником человека в праздничной обрядности, тем самым подтверждая витальность ритуальных практик в современной культуре Латвии. Обрядово-ритуальные контексты, предлагаемые постфольклорным (в терминологии С. Ю. Неклюдова) социумом, апеллируют к символике традиционной культуры. Не менее устойчивой и распространенной остается поэтика праздника, вкладываемая в кукольные композиции, когда кукла становится символической репрезентацией праздничной обрядности, как противопоставление повседневности и будням. Неслучайно кукла часто встречается в практиках праздничной обрядности «переходного» типа – Рождества, масленицы, свадьбы, похорон – и опыт анализируемых в статье случаев создания и использования кукол наглядное тому подтверждение.*



**Радич Н. Музейный предмет как метафора югославского культурного наследия**

**Ключевые слова:** культурное наследие, музей, Югославия Тито, 1943, музейный предмет, национальная идентичность.

*Каждый музейный предмет является по определению предметом наследия, оторванным от реальности, свидетельством и документом которой он является. На примере Маршальского щита народного освобождения через процесс музеефикации, который подразумевает признание его ценности в качестве свидетельства, в работе анализируется генезис формирования содержания одного предмета искусства, в котором признаются идеологические, исторические, изобразительные и архетипические рамки складывания югославского культурного наследия.*

**Докучаев Д.С. Fridge magnets, или Глобус имеет форму холодильника...**

**Ключевые слова:** сувенир, магниты на холодильник, репрезентация места

*Эссе посвящено размышлению над набирающим популярность коллекционированием магнитов на холодильник. Автор анализирует свою небольшую коллекцию, и пытается объяснить причины собственного увлечения мемомангнитикой.*

**Быстрова Т. Ю. Хисматуллин А. К. Страшноватый дар: анализ сувенира с венецианскими масками**

**Ключевые слова:** сувенир, подарок, сувенир в системе коммуникаций, смыслы продукта дизайна, философско-культурологический анализ.

*Статья посвящена философско-культурологическому анализу конкретного сувенирного продукта – психологии его восприятия, семантике, коммуникативному потенциалу. Отталкиваясь от данных анализа, авторы делают вывод о необходимости согласования всех смысловых элементов предмета, претендующего на статус сувенира, чьей главной задачей является отсылка к тому или иному событию.*

**Филатов В.В. Похвала антивещи**

**Ключевые слова:** вещь, антивещь.

*Эссе содержит размышления о взаимосвязи человека и созданного им мира вещей в современную эпоху.*

SUMMARIES

---

**Kozyar Galina, Nurkova Veronika. What memories do we choose? How does a digital camera change our memory.**

**Key words:** autobiographical memory, cultural mediation of mind, photography

*Our concerns in the paper are the differences in the ways of recollecting personal past with mediation of digital vs. analog photographs. The technology of analog photography doesn't allow to control the final image. The main impact of digital technology for non-professional photographer is a chance to see the image before it would be saved. Therefore, while using analog camera photographer seems to encode more additional and non-controllable information. It may lead to the differences in the quality of memories. Participants of the study took photographs of the same event. They took 6 photos by analog camera and 6 photos by digital camera. Participants recollected the target event twice two weeks and a year later. In accordance with hypothesis those who took analog photos recollected significantly more details and narrated better stories of the past event than those who took digital photos.*

**Shaburova Olga. Things that we are storing. Paper, mail, nostalgia**

**Key words:** Paper, post, commercialization of nostalgia, soviet postcard, post crossing.

*The article focuses on the phenomenon "the death of paper" caused by the digital technological revolution. In this article the post and its representations become an example for analysis of the past and future of the mass communications with its' paper postal artifacts. The main material of analysis - the soviet postcard. This analysis gives opportunity to develop the issue of commercialization of nostalgia. The last part of the article analyses the phenomenon of post crossing that embodies the model of modern social horizontal mobility and that combines digit and paper.*

**Timofeev Mikhail. Pseudo soviet public canteens as an empire of symbols. System-semiotic analysis. Part 1. Artifacts.**

**Key words:** soviet artefacts, collective memory, pop-communism, postcommunist nostalgia, semiotics, systems approach, “soviet” as a value, sovietness.

*Russian conceptual public canteens, which are thematically connected to the phenomenon of sovietness, are considered in this article. The role of authentic things and visual messages, which are used as symbols to construct the image of soviet public canteens, are analyzed in the paper*

**Tolstokorova Alissa. The Hat Matter: The Role of Spatial Emancipation in Gender Democratization of Body Image of Ukrainian Urban Woman (late 19-th– Early 20-th centuries)**

**Key words:** autonomous mobility of ukrainian women, women’s spatial emancipation, public space, democratization of bodily image of ukrainian urban women

*The paper scrutinizes the process of spatial emancipation of Ukrainian women. It analyses the role of fashion in spatial deprivation of women and their exclusion from the public sphere as well as the role of fiction in the formation of the image of a specially emancipated female. It traces the impact of spatial freedom and geographic mobility on gender identities of Ukrainian women.*

**Nemchenko Lilia. Cover notebooks and diaries: a guide to contemporary Russian culture**

**Key words:** thing, a notebook, a cover, a diary, a fashionable cover, consumption, Soviet, post-Soviet

*The article considers the continuity of the connection between the covers of the Soviet and post-Soviet notebooks and diaries. The Soviet cover demonstrated democracy, modesty, functionality. Market relations impose new requirements to school accessories. Notebooks and diaries were described by the concepts of fashion. The main subjects presented on the covers of notebooks and diaries in post-Soviet Russia, are considered in the article.*

**Pogodina Svetlana. The Garden of diverging dolls: the ritualistic practices of contemporary latvian culture.**

**Key words:** ritual, doll, contemporary culture, Latvia, tradition

*In the present article two cases of a doll usage in ritualistic and rite contexts in frames of contemporary Latvian culture are analyzed. Doll is a part of so called „object code” of traditional and contemporary culture; it is manifested in different play and ritualistic practices. Because of sacral meanings of traditional culture partly gone lost and with open-type ( contemporary) culture development new traditions begin to form. In analyzed cases the gearing of a doll with symbolic meaning mainly occur owing to an idea of anthropomorphism that is inherented in a doll. In this aspect doll becomes a person’s symbolic double in fest rites, confirming vitality of ritualistic practices in contemporary Latvian culture. Rite and ritualistic contexts, offering by postfolklore ( in terminology by S. Nekludow) society, appeal to symbolics of traditional culture. Not less significant in its symbolism is fest poetics that is characteristic of doll installations. The aesthetic motivations for the usage of the dolls reveal the hidden ritual forms, passive and unconscious with the respondents at the moment. However, at any time these latent ritual functions of dolls can be brought into focus.*

**Radic Nenad. Museum object as a metaphor for the Yugoslavian heritage**

**Key words:** museum, Tito, Yugoslavia, history of Art

*Each museum object is the subject of heritage, divorced from reality, evidence and documents which he is. On the example of the Tito's Marshal shield through the process of museufication, which involves the recognition of its value as evidence, the paper analyzes the genesis for the contents of a work of art, which recognizes the ideological, historical, archetypal imagery and frame folding Yugoslav cultural heritage.*

**Dokuchaev Denis. Fridge magnets or globe shaped cooler...**

**Key words:** cooler, fridge magnets, representation

*Essays devoted to reflection on the increasingly popular collecting of fridge magnets. The author analyzes his small collection, and attempts to explain the reasons for their own hobby*



**Bystrova Tatiana. Hismatulin Asfan. Scary gift. Analysis of the Venetian masks souvenir**

**Keywords:** souvenir, present, souvenir in the communicative system, semantics of the design product, philosophical and culturological analysis.

*This article is dedicated to philosophical and culturological analysis of the specific souvenir product: psychology of its perception, its semantics and communicative potential. Departing from the results of analysis, authors draw a conclusion that an object, which claims to be a souvenir, should achieve the unity of all the shades of meaning.*

**Filatov Vadim The Praise of antimatter.**

**Key words:** matter, antimatter

*Essay reflects on the relationship of man and the world he created things in the modern era-tion.*

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

---

**Быстрова Татьяна Юрьевна** (Екатеринбург, Россия) — доктор философских наук, профессор Уральского Федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Уральской государственной архитектурно-художественной академии, Уральского государственного педагогического университета. E-mail: [taby27@yandex.ru](mailto:taby27@yandex.ru)

**Докучаев Денис Сергеевич** (Иваново, Россия) — кандидат философских наук, ответственный секретарь журнала «Лабиринт». E-mail: [den-dokuchaev@mail.ru](mailto:den-dokuchaev@mail.ru)

**Докучаева Наталья Александровна** (Иваново, Россия) — соискатель кафедры всеобщей истории и международных отношений Ивановского государственного университета. E-mail: [natdok85@gmail.com](mailto:natdok85@gmail.com)

**Зобнин Алексей Владимирович** (Иваново, Россия) — кандидат исторических наук, директор ГБУ Ивановской области «Ивановский государственный историко-краеведческий музей им. Д. Г. Бурлыгина». E-mail: [alexzobnin1982@gmail.com](mailto:alexzobnin1982@gmail.com)

**Козяр Галина Николаевна** (Москва, Россия) — студентка кафедры общей психологии факультета психологии МГУ им. М. В. Ломоносова. E-mail: [gal4ono4ek574@mail.ru](mailto:gal4ono4ek574@mail.ru)

**Корнев Вячеслав Вячеславович** (Барнаул, Россия) — доктор философских наук, доцент кафедры связей с общественностью и рекламы Алтайского государственного университета, редактор литературного альманаха «Ликбез», председатель клуба любителей интеллектуального кино и организатор фестиваля «Киноликбез». E-mail: [vykornev@yandex.ru](mailto:vykornev@yandex.ru)

**Крылов Михаил Петрович** (Москва, Россия) — доктор географических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории геополитических исследований Института географии РАН. E-mail: [mpkrylov@yandex.ru](mailto:mpkrylov@yandex.ru)

**Немченко Лилия Михайловна** (Екатеринбург, Россия) — кандидат философских наук, доцент кафедры эстетики, этики, теории и истории культуры Уральского Федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. E-mail: [lilit99@list.ru](mailto:lilit99@list.ru)

**Нуркова Вероника Валерьевна** (Москва, Россия) — доктор психологических наук, профессор кафедры общей психологии факультета психологии МГУ им. М.В.Ломоносова, профессор МГППУ. E-mail: [Nourkova@mail.ru](mailto:Nourkova@mail.ru)

**Погодина Светлана Игоревна** (Рига, Латвия) — магистр филологии, аспирантка (PhD) отделения русистики и славистики факультета гуманитарных наук Латвийского университета. E-mail: [spogodina@inbox.lv](mailto:spogodina@inbox.lv)

**Радич Ненад** (Белград, Сербия) — доктор философских наук, профессор философского факультета Белградского университета. E-mail: [nradic@f.bg.ac.rs](mailto:nradic@f.bg.ac.rs)

**Тимофеев Михаил Юрьевич** (Иваново, Россия) — доктор философских наук, профессор кафедры философии Ивановского государственного университета, заместитель председателя Центра этнических и национальных исследований ИвГУ, главный редактор журнала «Лабиринт». E-mail: [editor@journal-labirint.com](mailto:editor@journal-labirint.com)

**Толстокорова Алиса Валерьевна** (Киев, Украина) — кандидат филологических наук, доцент, руководитель экспертной группы «Международная школа равных возможностей». E-mail: [alicetol@yahoo.com](mailto:alicetol@yahoo.com)

**Филатов Вадим Валентинович** (Балашов, Россия) — кандидат философских наук, доцент кафедры истории Балашовского института Саратовского государственного университета. E-mail: [vadim-filatov@yandex.ru](mailto:vadim-filatov@yandex.ru)

**Хисматулин Асфан Канифуллович** (Екатеринбург, Россия) — кандидат технических наук, профессор Уральской государственной архитектурно-художественной академии, заведующий кафедрой ювелирного искусства. E-mail: [d123125@mail.ru](mailto:d123125@mail.ru)

**Шабурова Ольга Викторовна** (Екатеринбург, Россия) — кандидат философских наук, доцент кафедры социальной философии Уральского Федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. E-mail: [shaburovaov@mail.ru](mailto:shaburovaov@mail.ru)