

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

№ 4 2024

**CULTURE AND ANTHROPOLOGY
RESEARCH JOURNAL**

Редакционная коллегия

Тихомирова Е. Е. – главный редактор, канд. культурологии, доц., заведующий кафедрой теории, истории культуры и музеологии (Новосибирск, Россия);

Чапля Т. В. – зам. главного редактора, д-р культурологии, доц., канд. социол. наук (Новосибирск, Россия);

Донских О. А. – д-р филос. наук, проф. (Новосибирск, Россия);

Ивонин Ю. П. – д-р филос. наук, проф. (Новосибирск, Россия);

Лойко О. Т. – д-р социол. наук, проф. (Томск, Россия);

Паршукова Г. Б. – д-р культурологии, проф., ведущий научный сотрудник ГПНТБ СО РАН (Новосибирск, Россия);

Подалко П. Э. – д-р лингвокультурологии, проф. (Токио, Япония);

Полякова Е. А. – д-р ист. наук, канд. культурологии, доц., проректор Алтайского государственного института культуры, Президент клуба ЮНЕСКО «Культурное наследие Алтая», член Императорского православного Палестинского общества (Барнаул, Россия);

Видеркер В. В. – канд. культурологии, доц. (Новосибирск, Россия);

Сторожева С. П. – канд. культурологии, доц. (Новосибирск, Россия);

Харламов А. В. – канд. филос. наук, доц. (Новосибирск, Россия);

Ма Сюлин – доц., заведующий кафедрой вторых иностранных языков, Институт иностранных языков Биньчжоуского университета (Биньчжоу, Китай)

Editorial Board

E. E. Tikhomirova – Chief Editor, Candidate of Culturology, Associate Professor, Head of the Department of Theory, History of Culture and Museology (Novosibirsk, Russia);

T. V. Chaplya – Assistant of Editor-in-Chief, Doctor of Culturology, Candidate of Sociological Sciences (Novosibirsk, Russia);

O. A. Donskikh – Doctor of Philosophical Sciences, Professor (Novosibirsk, Russia);

Yu. P. Ivonin – Doctor of Philosophical Sciences, Professor (Novosibirsk, Russia);

O. T. Loiko – Doctor of Sociological Sciences, Professor (Tomsk, Russia);

G. B. Parshukova – Doctor of Culturology, Professor, Leading Researcher of the State Public Scientific Technical Library of the SB RAS (Novosibirsk, Russia);

P. E. Podalko – Doctor of Cultural Linguistics, Professor (Tokyo, Japan);

Учредитель:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный педагогический университет»

Журнал «Культурно-антропологические исследования» / Culture and Anthropology Research Journal зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций ПИ № ФС 77-83177 от 12 мая 2022 г.

E. A. Polyakova – Doctor of Historical Sciences, Candidate of Culturology, Associate Professor, vice-rector of the Altai State Institute of Culture, President of the UNESCO Club “Cultural Heritage of Altai”, member of the Imperial Orthodox Palestinian Society (Barnaul, Russia);

V. V. Viderker – Candidate of Culturology, Associate Professor (Novosibirsk, Russia);

S. P. Storozheva – Candidate of Culturology, Associate Professor (Novosibirsk, Russia);

A. V. Kharlamov – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor (Novosibirsk, Russia);

Ma Xiuling – Associate Professor, Head of the Department of Second Foreign Languages, Institute of Foreign Languages of Binzhou University (Binzhou, China)

The founders of the journal:

Federal state budgetary educational institution of higher education Novosibirsk State Pedagogical University

© Novosibirsk State Pedagogical University, 2024
All rights reserved

The journal “Culture and Anthropology Research Journal” is registered by Federal service on supervision in sphere of communication, information technologies and mass communications PI № FC 77-83177 from May, 12th, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕДАКЦИИ

РАЗДЕЛ I. ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ

Бородовский А. П. Лодки-долбленки на севере Верхней Оби как индикатор этнокультурных контактов (XVII–XXI вв.)	8
--	---

РАЗДЕЛ II. ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Дохи Рика. Повседневная чайная культура народов Сибири глазами японского исследователя.....	23
Дон Юйцзин, Ван Дянькай. Сравнительный анализ современной бизнес-культуры Китая и России	34

РАЗДЕЛ III. ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

Спесивцева В. А., Спесивцева М. Ю. Народнические пропагандистские сказки в контексте революционной борьбы: культурологический взгляд.....	40
Пожиленко А. А., Калюжнова М. В. Традиционный ансамбль кимоно: сюжеты росписи, узоры и орнаменты.....	48

РАЗДЕЛ IV. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

Миронова А. В., Чапля Т. В. Роль городских интернет-мемов в жизни горожан (на примере города Омска)	63
Оспенников С. В. Автобиографическая память о Великой Отечественной войне в соотнесенности с социокультурными установками личности.....	70

Журнал основан в 2009 г.
Периодичность: 4 раза в год
Редактор О. А. Разумова
Электронная верстка А. Л. Заковряшин
Адрес редакции: 630126, г. Новосибирск,
ул. Вилюйская, 28, к. 319, т. (383) 244-19-92
Адрес издательства и типографии:
630126, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28,
т. (383) 244-06-62

Печать цифровая. Бумага офсетная.
Усл.-печ. л. 6,6. Уч.-изд. л. 5,3.
Тираж 500 экз. Заказ № 143.
Формат 70×108/16. Цена свободная
Дата выхода в свет 25.12.2024
Отпечатано в Издательстве НГПУ

CONTENTS

FROM THE EDITORIAL BOARD

PART I. THEORY OF CULTURE

- Borodovsky A. P.** Dugout boats in the north of the Upper Ob as an indicator of ethnocultural contacts (XVII–XXI centuries) 8

PART II. APPLIED CULTURAL STUDIES

- Dohi Rika.** Daily tea culture of Siberian peoples through the eyes of a Japanese researcher 23
- Tang Yujing, Wang Diankai.** A comparative analysis of contemporary business culture in China and Russia 34

PART III. CULTURAL HISTORY

- Spesivtseva V. A., Spesivtseva M. I.** Narodnik propaganda tales in the context of revolutionary struggle: a cultural perspective 40
- Pozhilenko A. A., Kalyuzhnova M. V.** Traditional kimono ensemble: painting plots, patterns and ornaments 48

PART IV. SOCIOLOGY OF CULTURE

- Mironova A. V., Chaplya T. V.** The role of urban Internet memes in the life of citizens (on the example of the city of Omsk) 63
- Ospennikov S. V.** Autobiographical memory of the Great Patriotic War in relation to the socio-cultural attitudes of the personality 70

The journal is based in 2009
Periodicity: 4 times a year
Editor O. A. Razumova
Electronic make-up operator A. L. Zakovryashin
Editors address: 630126, Novosibirsk,
Vilyuiskaya, 28, r. 319, t. (383) 244-19-92
Editors publisher and printing house:
630126, Novosibirsk, Vilyuiskaya, 28,
t. (383) 244-06-62

Printing digital. Offset paper
Printer's sheets: 6,6. Publisher's sheets: 5,3.
Circulation 500 issues
Order № 143.
Format 70×100/16
Release date 25.12.2024
Printed by Publishing House of the NSPU

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РЕДАКЦИИ

Журнал «Культурно-антропологические исследования» основан в 2009 году как научное периодическое издание. Журнал выступает открытой и независимой трибуной для отражения современных интегративных тенденций в гуманитарных науках. Этот вектор развития гуманитаристики особенно востребован и значим в современный период как необходимость поиска стратегических ориентиров жизни человеческого общества. Сквозной для данной тенденции является культурно-антропологическая тематика, посвященная человеку в его культурной ипостаси: человек как культурное существо. Культура здесь выступает специфически человеческим, т. е. связанным со смыслообразованием, инструментом выживания человека и человечества. Этот предмет имеет ряд граней – от философской постановки вопроса до конкретных и практических исследований современных гуманитарных наук: культурологии, истории, археологии, филологии, музеологии. В нашем журнале как раз предлагается вариант такого обобщенного видения. Для его получения целесообразно увязать между собой многочисленные, более частные, представления, которые бы взаимно корректировали друг друга. А с этой целью важно привлечь знание не только культурологическое. Следует посмотреть на культуру также извне. С одной стороны, это будет подход с позиции философии (и философии как таковой, и отдельных философских наук, в частности, философской антропологии и натурфилософии). С другой стороны, это будет подход с позиции естественно-научной.

Нашими партнерами являются российские авторы, что способствует активному обмену достижениями в сфере гуманитарных наук, а также – поддержке и развитию единого научного пространства России и стран СНГ, консолидации усилий ученых и специалистов для решения актуальных научно-практических и образовательных проблем, представляемых исследователями Сибирского федерального округа, а также представителями других регионов России и международного сообщества.

Журнал адресован исследователям, преподавателям высших учебных заведений, аспирантам, специалистам в сфере философии, культурологии, истории, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований. Приглашая к сотрудничеству, редакционная коллегия журнала «Культурно-антропологические исследования» рассчитывает на то, что авторы журнала будут стремиться к постижению современных глубинных и противоречивых основ процессов в области культуры.

Мы ждем ваши статьи, раскрывающие, обобщающие результаты исследований по смежным гуманитарным проблемам.

Редакционная политика журнала основывается на традиционных этических принципах российской научной периодики, поддерживает Кодекс этики научных публикаций, сформулированный Комитетом по этике научных публикаций (Москва, Россия).

Приглашаем вас к участию в работе нашего журнала.

FROM THE EDITORIAL BOARD

The “Culture and anthropology research journal” was founded in 2009 as a scientific periodical. The journal acts as an open and independent tribune to reflect modern integrative trends in the humanities. This vector of humanities development is especially demanded and significant in the modern period as the need to find strategic guidelines for the life of human society. Cross-cutting for this trend is the cultural-anthropological theme devoted to man in his cultural hypostasis, man as a cultural being. Culture here acts as a specifically human, i.e. related to meaning-making, instrument of survival of man and mankind. This subject has a number of facets – from philosophical formulation of the question to concrete and practical studies of modern humanities: culturology, history, archaeology, philology, museology. Our journal offers a variant of such a generalized vision. In order to obtain it, it is advisable to link the numerous, more particular views, which would mutually correct each other. To this end, it is important to attract knowledge that is not only cultural. It is necessary to look at culture from the outside as well. On the one hand, this will be an approach from the position of philosophy (both philosophy as such and individual philosophical sciences, in particular, philosophical anthropology and natural philosophy). On the other hand, it will be an approach from the position of natural sciences.

Our partners are Russian authors, which contributes to the active exchange of achievements in the field of humanities, as well as to the maintenance and development of a common scientific space of Russia and CIS countries, consolidation of efforts of scientists and specialists to solve urgent scientific, practical and educational problems, represented by researchers of the Siberian Federal District, as well as representatives of other regions of Russia and the international community.

The journal is addressed to researchers, teachers of higher educational institutions, graduate students, specialists in philosophy, cultural studies, history, who are interested in the latest results of fundamental and applied research. Inviting to co-operation, the editorial board of the “Culture and anthropology research journal” counts on the fact that the authors of the journal will strive to comprehend the modern deep and contradictory foundations of processes in the field of culture.

We are waiting for your articles revealing, generalizing the results of research on related humanitarian problems.

The editorial policy of the journal is based on traditional ethical principles of Russian scientific periodicals and supports the Code of Ethics of Scientific Publications formulated by the Committee on Ethics of Scientific Publications (Moscow, Russia).

We invite you to participate in the work of our journal.

РАЗДЕЛ I. ТЕОРИЯ КУЛЬТУРЫ

PART I. THEORY OF CULTURE

Культурно-антропологические исследования. 2024. № 4

Culture and anthropology research journal. 2024. № 4

Научная статья

УДК 902/904

Лодки-долбленки на севере Верхней Оби как индикатор этнокультурных контактов (XVII–XXI вв.)

Бородовский Андрей Павлович^{1,2}

¹Институт археологии и этнографии СО РАН, Новосибирск, Россия

²Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. Статья посвящена существованию промысла изготовления лодок-долбленок на территории нескольких районов (Колыванского, Ордынского) Новосибирской области. Такая практика изготовления традиционных малых водных транспортных средств изначально была присуща местному тюркскому населению (чатским татарам – чатам), которые в свою очередь заимствовали его у носителей угорской традиции (остяков). В прошлом веке процесс изготовления лодок-долбленок у чатских татар изучался Н. А. Томиловым. В начале нового тысячелетия (XXI в.) продолжение исследований автором позволило не только уточнить алгоритм производства таких традиционных плавсредств, но и проследить расширение их распространения на севере Верхнего Приобья, включая районы расселения уже русского населения (с. Чаус Колыванского района, с. Усть-Алеус Ордынского района). Наличие лодок-долбленок за пределами места их изготовления чатскими татарами (с. Юрт-Акбалык Колыванского района) могло свидетельствовать как об импорте таких лодок, так и о заимствовании русским населением технологии их изготовления. Такой феномен по русским письменным документам прослеживается с начала XVIII века.

Ключевые слова: Верхняя Обь; традиционные плавсредства; лодки-долбленки; чатские татары; технология изготовления; этнокультурные контакты

Для цитирования: **Бородовский А. П.** Лодки-долбленки на севере Верхней Оби как индикатор этнокультурных контактов (XVII–XXI вв.) // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 8–22.

Финансирование. Исследование выполнено в рамках Госзадания НИР ИАЭТ СО РАН FWZG-2022-0005.

Scientific article

Dugout Boats in the North of the Upper Ob as an Indicator of Ethnocultural Contacts (XVII–XXI centuries)

Andrew P. Borodovsky^{1,2}

¹Institute of Archeology and Ethnography, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Russia

²Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. The article is devoted to the existence of the craft of making dugout boats on the territory of several districts (Kolyvan, Ordynsky) Novosibirsk region. This practice of manufacturing traditional small water vehicles was originally inherent in the local Turkic population (Chat Tatars – Chats), who in turn borrowed it from the bearers of the Ugric tradition (Ostyaks). In the last century, the process of making dugout boats among the Chat Tatars was studied by N.A. Tomilov. At the beginning of the new millennium (XXI century), the continuation of research by the author allowed not only to clarify the algorithm for the production of such traditional watercraft, but also to trace the expansion of their distribution in the north of the Upper Ob region, including areas of settlement of the already Russian population (village Chau Kolyvansky district, village Ust-Aleus Ordynsky district). The presence of chisel boats outside the place of their manufacture by the Chatsky Tatars (village of Yurt-Akbalyk, Kolyvan district) could indicate both the import of such boats and the borrowing of the technology of their manufacture by the Russian population. Such a phenomenon according to Russian written documents can be traced from the beginning of the XVIII century.

Keywords: Upper Ob; traditional floats; dugout boats; Chatsky Tatars; manufacturing technology; ethnocultural contacts

For citation: Borodovsky A. P. Dugout boats in the north of Upper Ob as an indicator of ethnocultural contacts (XVII–XXI centuries). *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 8–22.

Funding. The study was carried out within the framework of the State Research Assignment of the IAET SB RAS FWZG-2022-0005.

Введение. Традиционные плавсредства (лодки-долбленки) являются важным культурно-хозяйственным индикатором¹ [1, с. 107–129]. Для каждой природной зоны характерно своеобразие этих средств передвижения по воде, что проявляется в особенностях материала для изготовления, конструкции и формы таких изделий. В свою очередь, вопросы происхождения конкретных разновидностей лодок-долбленок достаточно актуальны, поскольку еще до конца не изучены. Для территории Западной Сибири сформировалось определенное своеобразие лодок-долбленок (рис. 1).

У сибирских татар такие лодки изготавливались, как правило, из осины. Однако в зависимости от природно-ландшафтных особенностей у различных этнотерриториальных групп этого этноса существует региональное своеобра-

¹ Работы велись в ходе комплексных археолого-этнографических практик студентов ИИГСО НГПУ под руководством автора статьи.

зие таких изделий. Кроме того, лодки-долбленки являются одним из признаков культурной коммуникации на фронтирных, пограничных территориях.

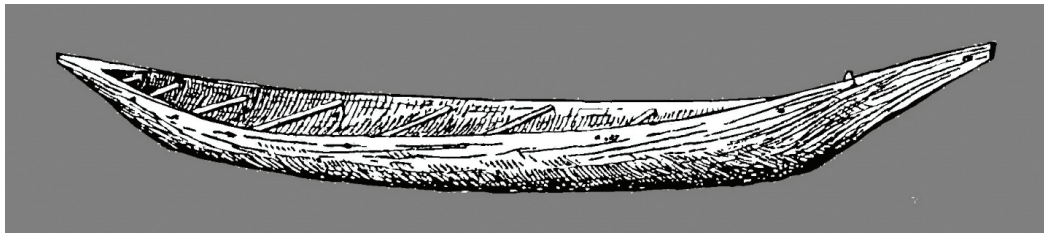


Рис. 1. Западно-Сибирский тип лодки долбленки

На севере Верхнего Приобья, по данным письменных источников конца XVII–XVIII столетий, в пределах исторического пограничья (Телеутская межа, Таволган) лодочный промысел осваивался различными по происхождению этническими группами (тюркскими, восточнославянскими), совместно проживающими в этом регионе. В настоящее время изготовление лодок-долбленок локализуется в с. Юрт-Акбалык Колыванского района Новосибирской области (рис. 2).

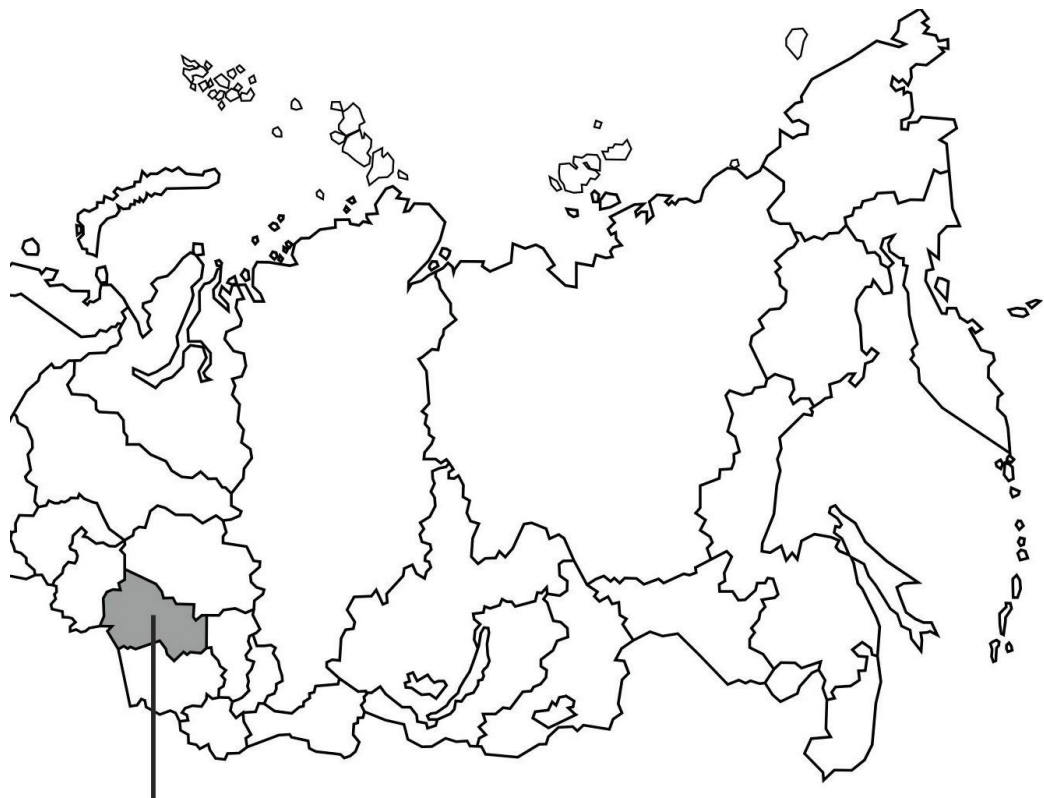


Рис. 2. Район исследований локализации лодок-долбленок (Новосибирская область)

Обследование этого населенного пункта омским этнографом Н. А. Томиловым в 70-е годы прошлого столетия позволило описать и фотодokumentировать основные этапы изготовления таких лодок-долбленок [2]. Продолжение автором этнографических исследований² (2003–2015 гг.) в указанном населенном пункте спустя 30 лет позволило не только выявить прямых потомков мастеров-лодочников, но и существенно уточнить техническую документацию производства этих традиционных плавсредств.

Не менее значимым стало картографирование распространения в недавнем прошлом лодок-долбленок на территории Приобья в пределах Томской (Кожениковский район) и Новосибирской областей (Колыванский, Ордынский районы). Это позволило выявить наличие таких плавсредств на территориях вне современного проживания чатов, что в свою очередь можно рассматривать в качестве признака этнокультурного взаимодействия.

Материалы и методы. В настоящее время технологией изготовления лодок-долбленок (рис. 3) на севере Верхнего Приобья в основном владеют чатские татары (чаты). Эта локальная и малочисленная тюркоязычная этническая группа формировалась в зоне культурного пограничья угро-самодийских и тюркских кочевых народов Приобья. По письменным данным начала XVIII в. чаты ранее проживали под г. Томском (правый берег р. Оби), «на месте, где две реки сливаются, которые образовывали полуостров под названием Чат, и вероятно от этого они носят имя „тзатски, чатски“ (чатские)». По сведениям чатских татар, они проживали на левобережье р. Оби со времен хана Кучума.

Эти сведения, записанные Д. Г. Мессершмидтом в 1721 г., очевидно следует интерпретировать как части этнического мифа чатов, опирающегося на реальные исторические события конца XVII столетия (разгром Сибирского царства хана Кучума). На левом берегу р. Оби, по данным Д. Г. Мессершмидта, одним из мест компактного проживания чатов являлись юрты «Ак-балык, от одной реки или рукава того же названия (*Н. В.* Ак-баликом называется «белая рыба») [3]. В конце XIX в. по результатам Всероссийской переписи 1897 г. численность чатских татар составляла 1200 человек. Спустя более 110 лет, в 2010 г. численность чатов в Новосибирской и Томской областях составляла около 2 тыс. человек [4, с. 143, 143].

В настоящее время местом компактного проживания этой этнической группы является с. Юрт-Акбалык в Колыванском районе Новосибирской области. Именно в этом населенном пункте вплоть до настоящего времени сохранилась традиция производства лодок-долбленок. По результатам этнографических ис-

²Транскультурную основу механизма сохранения и переноса традиционных лодок с одной территории на другую описал А. А. Пригарин на материалах репатриации старообрядцев (липован) в 1945–1947 гг. из Румынии в СССР (Краснодарский край). Липоване – потомки старообрядцев, бежавших из России в XVII–XVIII вв. Они принесли с собой на новую территорию изготовление своих традиционных лодок – «липованок», которые впоследствии в Румынии стали называться русскими. После окончания Второй Мировой войны часть липован была репатрирована на территорию Советского Союза вместе со значительным количеством домашнего скарба и орудий производства, включая лодки-«липованки». В свою очередь на новой территории такие средства передвижения стали индикатором их особого происхождения – как лодки «румынки».

следований автора (картографирование, интервьюирование), с 2004 по 2015 гг. [5, с. 402–406] в Юрт-Акбалык были выявлены мастера, которые занимались



Рис. 3. Лодка-долбленка (с. Юрт-Акбалык Колыванского района НСО)

таким промыслом: Мавлютов Рафик Шафирович 1938 г. р., Галимзат Юрий (прозвище «Казачек») 1954 г. р., Газизов Галимзан Шакирович 1937 г. р., Мавлютов Гумар 1965 г. р., Ибрагимов Александр Викторович 1985 г. р. Обучение мастерству изготовления лодок-долбленок начиналось с 14 лет. Эти производственные навыки, как правило, передавались по родственным и семейным связям (сын, приемный сын, племянник, внук). Так, подростки с 15–16 лет, освоившие технологию изготовления лодок-долбленок, производили их уже самостоятельно. Тем не менее в традиционной среде с. Юрт-Акбалык считалось, что качество изготовления у «старых» и опытных мастеров значительно лучше, чем у их молодых преемников. Поскольку последние могли спешить

при изготовлении таких изделий, нарушать технологию выбора сырья и его подготовки к производству вследствие отсутствия многолетнего опыта.

Для производства лодок-долбленок у чатских татар достаточно любопытны механизмы межкультурного и межнационального транзита технологии их изготовления. По наиболее ранним этнографическим данным, чаты, появившиеся на севере Верхнего Приобья не ранее рубежа XVI–XVII вв., заимствовали технологию изготовления лодок-долбленок у местного угорского населения (остяков). Однако при этом заимствовании в местных условиях (сырьевая база и ландшафтно-гидрографических пространственные особенности) они внесли определенные инновации. Среди них стало использование больших по объёму ивовых деревьев («ветла») и, как следствие, изготовление более широких лодок-долбленок (рис. 4).



*Рис. 4. Мастер изготовитель лодок-долбленок
(Газизов Галимзан Шакирович 1937 г. р. фото автора 2003 г.).*

В целом технологию изготовления этих традиционных плавсредств можно охарактеризовать следующим образом. На создание одной лодки-долбленки уходит около недели, этот срок включает выбор дерева, его транспортировку и сам процесс изготовления. В широкой Обской пойме на берегах р. Уень в те-

плое время выбирается ветла, ствол которой составляет обхват руки взрослого человека, высота ее должна быть не менее 4,5 м. Дерево необходимо выбирать плотное, однородное, без сучков и внутренних трещин. Как правило, все такие деревья росли далеко от деревни, что требовало доставки древесины.

Такая проблема могла быть решена двумя способами. Во-первых, изготовление лодки до полуфабриката на месте заготовки, а затем перевоз ее в деревню. Во-вторых, непосредственная транспортировка необходимых размеров бревна ветлы в деревню. По берегам р. Уень пригодных ветел для изготовления лодок нельзя было найти. Потому что здесь ветлы отличались большим количеством веток, стволом с трещинами и небольшими размерами. Только у р. Обь росли высокие ветлы, из которых можно было изготовить до двух лодок. Учитывая, что средняя длина готовой лодки составляла 4,2 м, исходная высота дерева должна была составлять более 10 м. При выборе дерева учитывалось еще несколько качеств – кора у него должна быть «прямой», т. е. узор рельефа должен быть равномерным – вертикальным. Если же кора у дерева была «вертанутая» – наклонный рельеф и рисунок коры, то такое дерево не использовалось, поскольку при долблении лодка могла лопнуть. Кроме того, кора должна быть совершенно здоровой, и на ней не должно быть трещин. Изготовление лодок начиналось в конце марта – апреле. В том случае, если заготовка была привезена в деревню, работы велись во дворе усадьбы.

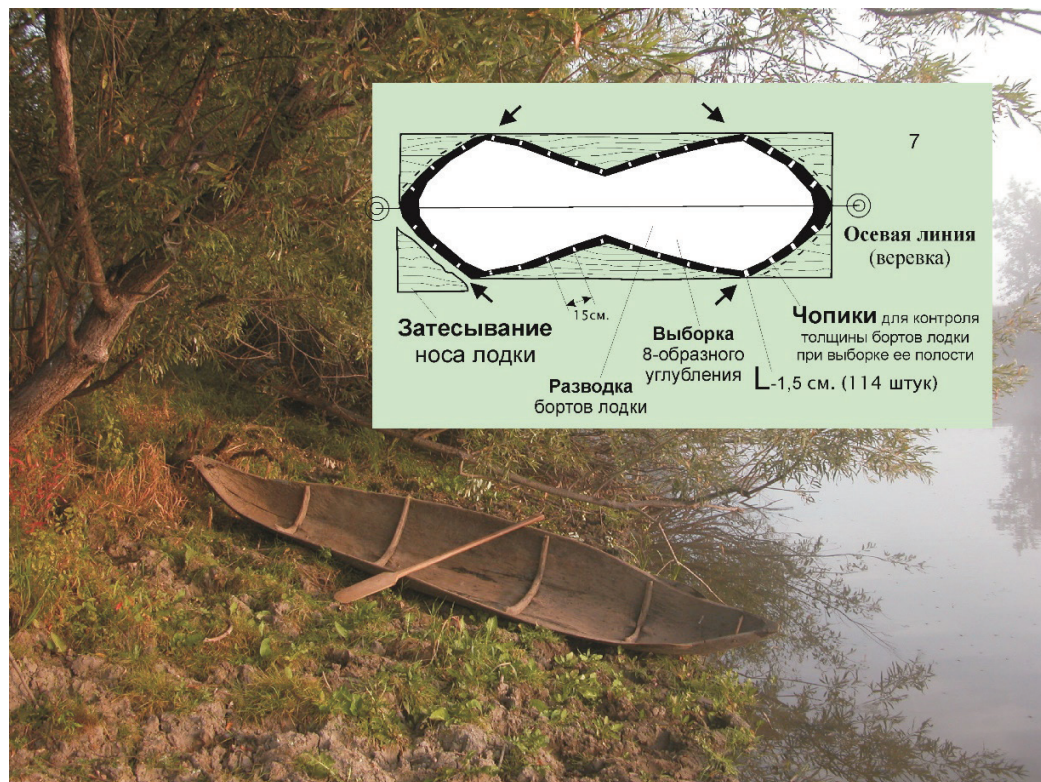


Рис. 5. Технология изготовления лодок-долбленок Юрт-Акбалыка

Одной из самых ответственных операций была разметка (рис. 5).

Для этого на бревне-заготовке шнуром отмечалась осевая промерная. От концов заготовки откладывалось вовнутрь бревна заготовки по 60 см. Затем от этой точки на двух краях откладывалось в разные стороны по 5–6 см. В центре заготовки откладывался аналогичный размер и весь контур соединялся шнуром в виде «восьмеркообразного» очертания с приостренными краями. После разметки носовые края лодки подрубались топором и начиналась разметка шпонками-чопами, необходимыми для контроля равномерной толщины стенок лодки при ее выдалбливании. Шпонки-чопки (рис. 6) изготавливались из пробкового корьевого слоя «тирек» (тополя). По свидетельству мастеров сейчас найти такой природный материал достаточно сложно. В настоящее время такие деревья, произрастающие в окрестностях деревни, единичны.



Рис. 6. Шпонки-чопки из пробкового корьевого слоя «тирек» (тополя), устанавливаемые в заготовке лодки-долбенки для контроля одинаковой толщины ее стенок

Сам процесс изготовления шпонок состоял в заготовке толстого слоя коры, который затем распиливался на тонкие брусочки, из которых выстрагивались округлые шпонки. Размеры их составляли 18×9 мм. После заготовки шпонок-пробок, количество которых должно было составлять несколько десятков для одной лодки, производилось их закрепление в корпусе. Около носовой

части расстояние между рядами составляло 15 см, а ближе к корпусу – 30 см. Установка пробок велась при помощи изготовления отверстий желобчатым сверлом. Именно этот тип инструмента позволял прорезать древесину, а не рвать ее, как происходило при обычном типе сверла. Длина чопиков 2,5–4 см, диаметр 0,6–0,8 см, у хантов этот стандарт чопиков соотносится с длиной одной фаланги пальца взрослого человека. Среднее количество чопиков в одном ряду составляет 10 штук, расстояние между рядами чопиков – от 15 до 25 см, общее количество чопиков – до 126 штук.

На дне лодки на расстоянии выбираются крепления для шпангоутов. Они представляют собой два выступа с пазом. Размеры и изгиб шпангоутов зависят от местоположения детали в лодке. В центральной части размеры больше, а изгиб меньше; ближе к носу лодки их размеры уменьшаются, а изгиб увеличивается. Разведение бортов лодки после окончания выдалбливания производится горячей водой. Глубина лодки в готовом состоянии составляет 30–40 см, ширина в центральной части – до 93 см. В носовой части устанавливается металлический штифт для транспортировочной и крепежной цепи. Значительная ширина лодок-долбленок в с. Юрт-Акбалык в сравнении с хантыйскими «осиновками» и «кедровками» свидетельствует, что этот вид плавсредства ориентирован на озерно-проточный тип водных артерий. Действительно, в условиях открытой обской поймы нет необходимости изготавливать узкие лодки, с которыми удобно передвигаться с реки на реку в плотных лесных районах.

Обсуждение. Историко-археологический анализ (включая палеоэтнографический подход)³ существования промысла лодок-долбленок на севере Верхнего Приобья (в границах современной Новосибирской области) позволил выявить несколько любопытных фактов.

Во-первых, по археологическим данным, существование лодок-долбленок на территории севера Верхнего Приобья прослеживается еще в эпоху средневековья. Так, на правом берегу р. Оби в ходе раскопок курганной группы Кротово-15 (Сузунский район НСО) Е. А. Сидоров обнаружил два захоронения в лодках-долбленках (рис. 7), относящиеся к XIII–XIV вв.

Во-вторых, судя по русским письменным источникам начала XVIII столетия, на севере Верхнего Приобья в междуречье рек Берди и Ини также существовал промысел по изготовлению лодок-долбленок. Например, в отписке томского

³ Следует отметить, что среди теоретиков археологии еще не сложился консенсуса по поводу этого методологического приема. Одни исследователи весьма воодушевлены перспективами, которые открывает системное и критическое выверенное применение этнографических данных, параллелей, аналогий, моделей археологическому материалу (источнику) [8, р. 14; 9]. Другие исследователи, напротив, настроены скептически к «логически ущербным заключениям по аналогии», включая прецеденты, из этнографии, использующиеся для интерпретаций в археологии [10, с. 25–74]. Такие рассуждения далеко не беспочвенны. Поскольку, с одной стороны, для археологических материалов характерна фрагментарность, не полнота и существенные разрывы во времени и традиции [11, с. 61]. Тогда как, с другой стороны, аналогия как прием, используемый в научных исследованиях, должна соответствовать целому ряду критериев. Во-первых, достоверность аналогичного аргумента основана на достоверности связанного с ним сопоставления аналогий. Во-вторых, достоверность сопоставления аналогий определяется показателем, который указывает, насколько близко оно приближается к изоморфизму.

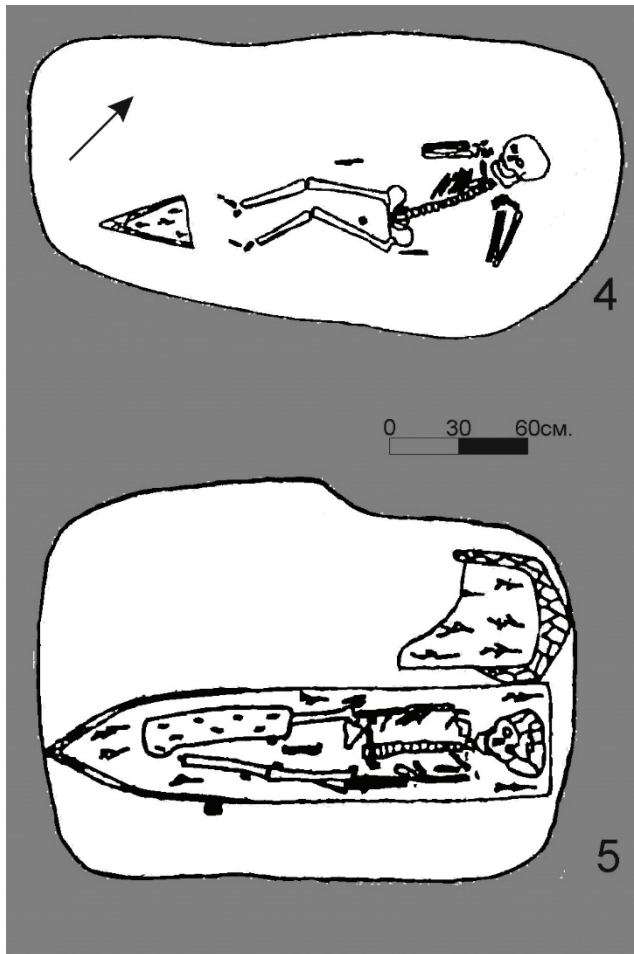


Рис. 7. Средневековые погребения в лодках на севере Верхнего Приобья (Сузун-15, раскопки Е. А. Сидорова)

воеводы Григория Петрово-Соколова от декабря 1708 г. говорится: «томчане русские люди, чатские татаровья и белые выезжие калмыки в летнее и осеннее время в урочищах Таволганских лесов и по рекам Ине и Берди для звериного, хмелевого и лодочного промысла...» [6]. Эта территория наряду с Телеутской межой (на левобережье р. Оби) с XVI в. являлась не только пограничной зоной между Московским царством и аборигенным населением, но и зоной активных этнокультурных контактов, включая военные столкновения. В этом контексте очень показателен факт обороны чатов их укрепленного пункта (Чатского городка) совместно с русскими служилыми людьми от телеутов [7].

Таким образом, исторически промысел лодок-долбленок на территории севера Верхней Оби существовал на пограничной территории, где совместно проживали и контактировали различные по происхождению этнические группы (тюркские, восточнославянские). Это подтверждается русскими письменными источниками начала XVIII века и имеет свое отражение в этнографиче-

ских материалах, собранных автором уже в начале XXI столетия. В частности, присутствие лодок-долбленок было зафиксировано в с. Усть-Алеус (Ордынский район НСО) по информации от Льва Викторовича Рудакова 1935 г. р. (рис. 8).



Рис. 8. Современная картография распространения лодок-долбленок на севере Верхнего Приобья (Томская область Кожевниковский район, Новосибирская область Колыванский, Ордынский районы)

Расстояние до этого населенного пункта от с. Юрт-Акбалык (Колыванского района НСО) составляет около 500 км, а население является уже преимущественно русским без тюркоязычных «вкраплений». Даже если предположить, что это свидетельство о наличии лодок-долбленок здесь является всего лишь фактом наиболее удаленного импорта, без заимствования технологии их изготовления, можно привести ряд контраргументов. Это прежде всего находка автором в 2004 г. на побережье р. Чаус (левый приток р. Оби) в одноименном селе самой длинной из всех известных лодок-долбленок на территории севера Верхнего Приобья (рис. 9, 10).

Размеры этого традиционного плавсредства составляли более 8 м, что составляло длину двух обычных лодок-долбленок. При этом материал и технология изготовления была идентична аналогичным образцам из с. Юрт-Акбалык. Однако в дальнейшем лодка-долбленка из с. Чаус подверглась местной модернизации путем набойки на нее нескольких досок для поднятия бортов

и спиливания одного из ее пристроенных концов для изготовления транца, необходимого для крепления подвесного лодочного мотора.



Рис. 9. Общий вид лодки-долбленки с набитыми бортами в с. Чаус Колыванского района НСО (фото автора 2003 г.)

Эти конструктивные изменения достаточно четко фиксируют не только совмещение различных традиционных технологий – долбленой и дощатой, но также кардинальное изменение способа движения – от весельного к механическому перемещению по воде. Не менее важно и то, что по этнографическим данным достаточно давно у сибирских татар зафиксирована практика активного использования русских дощатых лодок. При этом следует заметить, что в настоящее время для территорий с компактным проживанием местного тюркского населения фактов гибридизации технологии «рестайлинга» лодок-долбленок как в с. Чаус Колыванского района НСО пока не выявлено. Такой образец доработанной лодки-долбленки демонстрирует другую культурную тенденцию. Она сводится к тому, что русское население не только заимствовало традиционные средства водного передвижения у своих тюркских соседей, но

и дорабатывало впоследствии в соответствии со своими культурно-технологическими традициями.



Рис. 10. Долбленная основа лодки из с. Чаус Колыванского района НСО

Подводя итоги, следует отметить, что лодки как средство перемещения по воде являются не только одним из маркеров этнического своеобразия, но и одним из предметов материальной культуры, активно включенным в процесс этнокультурных контактов. Территория северного Приобья и Барабинской лесостепи являются одной из зон, где на протяжении конца II тыс. н. э. происходят такие процессы. Отражением этого феномена является присутствие лодок-долбленок как в населенных пунктах (Юрт-Аклабык Колыванского района НСО) с компактным проживанием тюркского населения, так и в деревнях (Батурино Кожевниковского района Томской области) со смешанным населением и селах (Чаус Колыванского района, Усть-Алеус НСО) с преимущественно русским населением.

Учитывая данные русских письменных источников начала XVIII в., исторические основы заимствования технологии изготовления лодок-долбленок на севере Верхнего Приобья складывались не одно столетие. В этом районе с конца XVII в. активно контактировали различные группы тюркского и восточнославянского населения, что в конечном итоге привело не только к широкому

использованию лодок-долбленок вне первоначальной этнической среды, но и к заимствованию технологии изготовления этих традиционных плавсредств.

Заключение. Для территории севера Верхней Оби существование промысла для изготовления лодок-долбленок по русским письменным документам также фиксируется и в конце XVII столетия. Таким образом, технология изготовления лодок-долбленок на территории севера Верхнего Приобья уже существовала на протяжении целого ряда столетий II тыс. н. э. Поэтому этнографические исследования этого промысла во второй половине XX – начале XXI вв. документировали такую технологическую традицию. Для ее развития показательными являлись еще два факта. Во-первых, заимствование чатами технологии изготовления лодок-долбленок на рубеже XVI–XVII вв. у остяков. Во-вторых, процесс активного взаимодействия в этой производственной сфере тюркоязычного и восточноевропейского населения на протяжении конца XVII–XX столетий.

Не менее важно, что на указанных территориях с XVIII столетия существовали первые пункты государственности (Умревинский, Чаусский остроги, Убинский форпост), в рамках которых процессы межкультурного взаимодействия проходили с особой интенсивностью. Тем более, что уже с начала XVIII в. местности всех этих оборонительных пунктов были тесно связаны формирующимся старым Московским трактом. В рамках такой логистики местное татарское население активно привлекалось в сферу хозяйственной и служебной деятельности, центрами которой были остроги и форпосты как основные пункты российской государственности в западносибирском регионе. Поэтому не случайно, что именно на этой территории вплоть до настоящего времени сохранился традиционный промысел лодок-долбленок как одно из отражений национальной идентичности, а также активности межкультурных контактов населения с различной этнической принадлежностью.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Историко-этнографический атлас Сибири / под ред. М. Г. Левина, Л. П. Потапова. – М.; Л.: Издательство Академии Наук СССР, 1961. – 498 с.
2. **Томилов Н. А.** Тюркоязычное население Западно-Сибирской равнины в конце XVI – первой четверти XIX в. – Томск: Том. ун-т., 1981. – 275 с.
3. **Messerschmidt D. G.** Forschungsreise durch Sibirien 1720–1727. – Berlin: Akademie-Verlag, 1962. – Bd. 1: Tagebuchaufzeichnungen, 1721–1722. – 380 s.
4. Новосибирская область. Этноконфессиональный атлас. Народы культуры религии. Традиции и современность. – Новосибирск: Изд-во ИАЭТ СО РАН, 2018. Ч. 3 – 324 с.
5. **Бородовский А. П.** Лодки-долбленки Таволгана // Тобольск и вся Сибирь. – № 20: Обь. – Тобольск: [Б. и.], 2015. – С. 402–406.
6. **Уманский А. П.** Дело о «заповедном торге» томских служилых людей на телеутской меже в начале XVIII в. // Вопросы истории и историографии Алтая и Сибири. – Барнаул: [Б. и.], 1994. – С. 3–33.
7. **Миллер Г. Ф.** История Сибири Том II. – М.; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1941. – 637 с.
8. Encyclopedia of Anthropology / eds. D. Hunter and P. Whitten. – New York: Harper & Row, 1976. – 411 p.
9. **Currie A.** Ethnographic analogy, the comparative method, and archaeological special pleading // Studies in History and Philosophy of Science. – 2016. – № 55. – P. 84–94.

10. Клейн Л. С. Археологическое исследование: Методика кабинетной работы археолога. Кн. 2. – Донецк: Издательство ДНУ, 2013. – 559 с.
11. Клейн Л. С. Археологический источники. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1978. – 120 с.

REFERENCES

1. Historical and ethnographic atlas of Siberia / M. G. Levin, L. P. Potapov (eds.). Moscow, Leningrad: Publishing house of the Academy of Sciences of the USSR, 1961, 498 pp. (In Russian)
2. Tomilov N. A. Turkic-speaking population of the West Siberian Plain at the end of the XVI – the first quarter of the XIX century. Tomsk: Tomsk University, 1981, 275 pp. (In Russian)
3. Messerschmidt D. G. Research trip through Siberia 1720–1727. Berlin: Akademie-Verlag, 1962. Vol. 1: Diary entries, 1721–1722, 380 p.
4. Novosibirsk Oblast. Ethno-confessional atlas. Peoples of religion culture. Traditions and modernity. Novosibirsk: Izd-vo IAET SB RAS, 2018. Ч. 3, 324 p.
5. Borodovskiy A. P. Chiselled boats of Tavolgan. *Tobolsk and all Siberia*, no. 20: Ob. Tobolsk: [B. i.], 2015, p. 402–406. (In Russian)
6. Umansky A. P. The case of the 'reserved trade' of Tomsk servants on the Teleut mezhias in the early XVIII century. *Issues of history and historiography of Altai and Siberia*. Barnaul: [B. i.], 1994, pp. 3–33. (In Russian)
7. Miller G. F. History of Siberia Volume II. Moscow; Leningrad: Akad. of Sciences of the USSR Publ., 1941, 637 p. (In Russian)
8. Hunter D. and P. Whitten (eds.) Encyclopedia of Anthropology. New York: Harper & Row. 1976, 411 p.
9. Currie A. Ethnographic analogy, the comparative method, and archaeological special pleading. *Studies in History and Philosophy of Science*, 2016, no. 55, pp. 84–94.
10. Klein L. S. Archaeological research: Methodology of desk work of archaeologist. Book 2. Donetsk: DNU Publishing House, 2013, 559 p. (In Russian)
11. Klein L. S. Archaeological sources. Leningrad: Leningrad un-t Publ., 1978, 120 p. (In Russian)

Информация об авторе

А. П. Бородовский, доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник Института археологии и этнографии Сибирского отделения Российской академии наук; Новосибирский государственный педагогический университет, altaicenter2011@gmail.com; Новосибирск, Россия

Information about the author

Andrew P. Borodovsky, Doctor of Historical Sciences, Professor, chief scientist at the Institute of Archaeology and Ethnography of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences; Novosibirsk State Pedagogical University, altaicenter2011@gmail.com, Novosibirsk, Russia

Статья поступила в редакцию 16.08.2024
Одобрена после рецензирования 27.09.2024
Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 16.08.2024
Approved after reviewing 27.09.2024
Accepted for publication 18.10.2024

РАЗДЕЛ II. ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ

PART II. APPLIED CULTURAL STUDIES

Культурно-антропологические исследования. 2024. № 4

Culture and anthropology research journal. 2024. № 4

Научная статья

УДК 008 (571) + 641 / 642

Повседневная чайная культура народов Сибири глазами японского исследователя

Дохи Рика¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. Чайная церемония – часть повседневной культуры многих народов и незаменимый компонент культуры гостеприимства. На основе полевых исследований и оригинального глубинного анкетирования автор делает попытку выявить круг знаний о чайной церемонии других народов (растительная основа напитка, добавки, собственно практика разливания чая, другие компоненты чайной церемонии, осознанность элементов чайной церемонии). Чай стал элементом праздничной культуры, частью ритуальных практик и незаменимой частью повседневных приемов пищи. Он используется в качестве напитка, еды и лекарства. В круг исследования вошла культура повседневности русских, японцев и кочевых народов Сибири.

Ключевые слова: чай; домашнее чаепитие; культура повседневности; Япония; Россия; Сибирь; культура кочевых народов

Для цитирования: Дохи Рика. Повседневная чайная культура народов Сибири глазами японского исследователя // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 23–33.

Scientific article

Daily Tea Culture of Siberian Peoples through the Eyes of a Japanese Researcher

Dohi Rika¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. Tea ceremony is a part of everyday culture of many peoples and an indispensable component of hospitality culture. On the basis of field research and original in-depth questionnaires, the author makes an attempt to identify the range of knowledge about the tea ceremony of other peoples (the plant basis of the drink, additives, the actual practice of pouring tea, other components of the tea ceremony, awareness of the elements of the tea ceremony). Tea has become an element of festive culture, part of ritu-

al practices and an indispensable part of everyday meals. It is used as a beverage, food and medicine. The scope of the study includes the culture of everyday life of Russians, Japanese and nomadic peoples of Siberia.

Keywords: tea; home tea drinking; culture of everyday life; Japan; Russia; Siberia; culture of nomadic peoples

For citation: Dohi Rika. Daily tea culture of Siberian peoples through the eyes of a Japanese researcher. *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 23–33.

Употребление чая и чайная церемония являются коммуникативной универсалией многих народов Евразии. Как представляется, чай так широко распространился потому, что он не только является частью пищи телесной, но и незаменим в процессах получения пищи духовной. Он стал частью культурного кода, обеспечивающего эффективную коммуникацию в структурах «человек – человек», «свой – чужой», «человек – природа», «человек – боги (духи)». Он также является частью системы благопожеланий и традиций дарения подарков: «Широкое распространение и популярность данного напитка связывается авторами с его полифункциональностью. Именно многогранность и множественность сфер применения чая сделало его незаменимым спутником» человека [1, с. 814].

Первая часть исследования была связана с изучением обыденных, повседневных представлений о русской и японской чайной церемонии. Японская чайная церемония хорошо известна в России, но нас интересовало, что пьют в России, какие есть варианты чаепития. Чтобы разобраться в этом, мы хотели представить реальные мнения, а не просто информацию из интернета, поэтому провели анкетирование. Была разработана анкета, вопросы которой отражали следующие аспекты: растительная основа напитка, добавки, собственно практика разливания чая, другие компоненты чайной церемонии, осознанность элементов чайной церемонии.

Сначала было проведено анкетирование русских носителей культуры. Был задан вопрос, какой чай они любят пить в повседневной жизни, что они готовят к чаю и какое растительное сырье заваривают, а также были заданы вопросы на знание чайных обычаев японцев. Подобная анкета была составлена и для японцев. Для них были включены вопросы из нашего опыта участия в русском чаепитии, поскольку эта информация обычно не отражается в источниках, но является очевидной для носителей русской культуры. Одной из целей было дать людям возможность задуматься о культуре другой стороны и в то же время по-новому взглянуть на свои собственные культурные практики [9]. Было получено 257 ответов от российской стороны и 80 – от японской. Мы хотели бы остановиться на некоторых из них и сравнить их.

Распределение респондентов:

– 62 % опрошенных русских изучали японский язык, 93 % в целом интересуются японской культурой;

– 15 % опрошенных японцев изучали русский язык, 27 % путешествовали или останавливались в России на короткое время, 95 % в целом интересуются русской культурой.

На вопрос о себе «Часто ли вы пьете чай дома (ежедневно/часто)» ответили «да»: русские – 79 %, японцы – 80 %.

На вопрос русским респондентам: «Как вы думаете, японцы часто пьют чай?» ответ «да» выбрали 85 %. На аналогичный вопрос положительно ответили 80 % японцев. Думается, что эти цифры говорят о том, что русские считают, что японцы пьют чай чаще, чем они сами.

Был задан вопрос: «Какой чай вы пьете дома?» (допускалось несколько вариантов ответов). 150 японцев ответили «зеленый чай» (японский чай, включая все сорта сенча, ходжича и матча); 50 человек ответили «черный чай»; 41 опрошенный выбрал ответ «травяной чай» и 39 – «ячменный чай».

Чаи, которые, по мнению россиян, чаще всего пьют японцы:

1) зеленый чай – 361 (зеленый чай 210 + маття 151; маття выбрали 59 % респондентов), 15 японцев (18 %) выбрали маття;

2) травяной чай;

3) черный чай;

4) бабл-чай (чай с молоком тапиоки) выбрали 2 японца.

Если говорить о травяных чаях, то их разнообразие в Японии довольно ограничено, поэтому образ отличается от российского, например, различных купажей Алтая или свежих листьев, собранных на даче.

В России удивительно то, что многие люди добавляют в зеленый чай сахар, лимон и молоко. Из опроса стало ясно, что японцы пьют зеленый чай, ничего в него не добавляя. В России было неожиданным большое количество людей, которые ничего не кладут в чай (150 ответов, 62,5 %), но 62 человека кладут сахар, 50 – лимон и 41 – молоко.

Что же представляет собой традиционный японский чай? 100 % японских респондентов выбрали все зеленые чаи. Возможны несколько вариантов ответов, среди которых ячменный чай (27), чай из ламинарии (не комбуча, 16), чай из цветков сакуры (16) и чай соба (15). Кстати, чай из цветущей вишни – это чай, который готовят, положив в чашу один соленый двухцветковый цветок вишни, залив его горячей водой; пьют такой чай на Новый год, на свадьбе и других торжественных мероприятиях. Российская сторона считала, что общее количество традиционных японских чаев – 458, то есть сумма сенча, генмайча, ходжича и банча, или зеленого чая. Однако не обошлось и без недоразумений. Так, некоторые причисленные к японским чаи таковыми не являются: юдзуча (105) – корейский чай, улун (34) – китайский, черный чайный гриб (26) – ферментированный напиток, который, по разным версиям, попал в Сибирь из Восточной Монголии или Китая, а чай с молоком тапиоки (бабл-чай) (24) – тайваньский.

Что такое традиционный русский чай, по мнению японцев?

Чай прочно вошел в русский быт только в начале XVIII века в результате диалога культур [3]. Японским респондентам также задавали вопрос о традици-

онных русских чаях. Были названы русский чай (60), черный чай (56) и травяной чай (23). На этом предварительном этапе был введен термин «русский чай». Вопрос звучал следующим образом: «В русских ресторанах в Японии подают “русский чай”. Знаете ли вы, что это за чай? Как вы думаете, какой это чай?». 65 ответов (82,3 %) были «пить чай с вареньем». Считается, что это блюдо было придумано Роговским, ресторатором, открывшим первый русский ресторан в Японии в 1951 году, и распространилось и прижилось в Японии. Японцы ошибочно полагают, что такой способ пить чай – это русская традиция. На самом деле, опросив людей, мы выяснили, что в России есть люди, которые пьют черный чай с вареньем, но «вприкуску». Такого названия, как русский чай, не существует.

Говоря о русских традициях, мы не должны забывать о самоваре. Среди русских респондентов варианты ответов были от «он есть у меня дома или в доме родственников, и я им пользуюсь» (27, 10 %) и «он есть у меня дома или в доме родственников, но я им не пользуюсь» (56, 21 %), до «ни дома, ни у родственников» (168, 65,9 %) и «Что это такое?» (был выбран в четырех случаях, что очень удивительно). Количество японцев, которые пользовались самоваром – 13; тех, кто видел его, но никогда не пользовался – 14; а тех, кто знал о самом продукте, составило 27 и 34 %, что также удивительно. Вопрос «Что это такое?» был задан в 36 случаях (45,6 %).

Следующий вопрос был связан со спецификой использования молочного чая с солью. Этот чай распространен в кочевых культурах, например, у тувинцев, бурятов и калмыков. В России 20,6 % респондентов никогда не слышали о нем. Ошеломляющее количество японцев (35 человек, или 44 %) пробовали его, что больше, чем на российской стороне (102 человека, или 40 %). Хотя мы не смогли узнать, был ли он растворимым, и где они его пили; вполне вероятно, что некоторые из них пили его в монгольских ресторанах в Японии или на месте, в России или Монголии.

Мы также подготовили вопрос, похожий на викторину. Мы спросили, выращивают ли чайные листья в России. Японцы, вероятно, отвечали по наитию и воображению, но ответы разделились поровну: чай выращивают в Новосибирске (24 ответа, 33,3 %), в районе проведения Олимпиады в Сочи (22 ответа, 30,6 %) и что чай не может расти в России (22 ответа, 30,6 %). Никто из респондентов не выбрал вариант «Его также выращивают в Республике Саха на вечной мерзлоте», однако там не выращивают так называемый черный чайный лист, а занимаются травяными чаями на основе иван-чая примерно с 2015 года.

Наконец, японцам был задан вопрос, основанный на нашем опыте жизни в Сибири. На наш взгляд, фраза «Давайте попьём чай!» в большинстве случаев является синонимом фразы «Давайте поедим». В Японии другой способ сказать «давайте выпьем чаю» – это «пойдем в чайный магазин», и респондентам было предложено выбрать, какой из вариантов наиболее близок к выбранному ими. 47 человек (58,8 %) ответили, что это означает «пойдем в кафе», 18 респондентов (22,5 %) – что к чаю должно быть что-то сладкое, например, торт, и по два человека ответили, что это означает «давайте поговорим вместе за чашкой».

чая» и «давайте сделаем перерыв и отдохнем», поэтому акцент был сделан на том, есть или не есть. Мы пришли к выводу, что на самом деле «поговорить вместе» может быть самым важным, как в России, так и в Японии.

Таким образом, в Японии пьют разные виды зеленого чая, которые обычно выращивают в Японии и называют все эти виды «японским чаем». Как показывают результаты анкетирования, в России вид зеленого чая не связан с регионом происхождения и настолько распространен, что его называют *зеленым чаем*, а не черным. Кроме того, следует отметить, что вопросы в российской и японской анкетах были идентичны, но варианты ответов не совпадали, что затрудняло их сравнение. В ходе анкетирования мы выяснили, что присутствие чая в доме одинаково значимо в обеих культурах, но сведения о повседневной жизни не очень хорошо известны друг другу, особенно в условиях трансформации традиционной чайной культуры. Тем не менее в последние годы обычные люди получили возможность передавать и получать информацию посредством социальных сетей и других медиа, появилось больше возможностей увидеть и узнать о повседневной культуре других народов. Однако не стоит судить о явлениях той или иной культуры только по конкретным впечатлениям отдельных путешественников и туристов.

Интересно, что в комментариях некоторые японцы упомянули широкое использование пластиковых бутылок в качестве современной упаковки для приготовленного чая. Есть достаточное количество иных комментариев, которые были не учтены (о специфической чайной посуде, особенностях горячей воды и другое), поэтому мы хотели бы продолжить исследование с учетом этих моментов.

Попытки провести кросскультурные исследования повседневной чайной культуры делают возможным переосмысление собственных культурных практик. Кроме того, знакомство с другими культурами – это хороший способ изучить и, главное, осознать, свою собственную культуру.

Следующим этапом исследования стало изучение повседневной культуры чаепития у кочевых народов Сибири. В обширном исследовании В. А. Беляевой-Сачук, В. Н. Давыдова отмечается: «В кочевых сообществах Восточной Сибири чай является частью праздника, ритуала, а также повседневных трапез. Он неплохо сочетается с другими пищевыми продуктами и является ценным подарком. Чай можно пить во время привала в тайге, семейного или родового праздника, им встречают и провожают гостей, он используется в религиозных действиях. Чай – это и напиток, и пища, и даже лекарство» [1, с. 821]. Чай у кочевых народов Сибири – это напиток, для приготовления которого заваривается определенный сорт зеленого чая, добавляется молоко и соль. При этом важен и семиотически нагружен процесс многократного наливания кипятка с высокого места ковшом. Независимый опрос коренных жителей Сибири подтвердил, что добавление соли, топленого масла и жареных зерен важно для кочевников с суровыми условиями труда и жизни для питания, поддержания сытости и физического состояния. Особое значение придается выражению благодарности и молитвы духам и богам земли, очевидно и нематериальное

значение чая как средства создания успешной коммуникации, поддержания крепких связей в семье и демонстрации гостеприимства, открытости гостям. Духовное значение чая с точки зрения семейных связей и гостеприимства по отношению к гостям было подтверждено во многих полевых исследованиях [1; 2; 3; 4].

На подтверждение этого наблюдения и была нацелена вторая часть полевого исследования. Основные вопросы были посвящены бытованию *молочного чая с солью* в Сибири.

Мотивом для опроса послужили личные наблюдения автора этого исследования: я сама часто пила этот чай, когда жила в Туве, и понимала, что это чай, рожденный кочевой культурой, но я не помню, чтобы пила его в Хакасии или Бурятии, также меня учили, что жареное зерно (тальк) добавляют, когда пьют чай в доме друга на Алтае. Мотивом для проведения данного опроса послужило желание выяснить, как это делается в Сибири в целом.

Опрос проводился с помощью анкеты, я попросила людей, с которыми общалась, в основном из коренных народов Алтая, Хакасии, Шор, Тувы, Бурятии и Саха, поучаствовать в опросе. Считается, что чай употребляют в самых разных культурах, включая тюркские народы, уйгуров, тибетцев и монголов, но мы сосредоточимся на России и, в частности, на Сибири. Целью опроса было выяснить, как кочевые народы Сибири на самом деле пьют чай (эксплицировать модели поведения и смыслы).

Анкета содержала вопросы по описанию рецепта чая с молоком и солью; кого можно назвать кочевым народом сегодня; является ли этот чай традиционным для кочевников? почему важно употребление соли? какие ингредиенты можно еще добавить и для чего? для чего нужно снова и снова наливать чай с высокого места ковшом? ритуалы перед употреблением; что значит чай для вашего народа?

Определение чая с молоком и солью. На основании информации, полученной из различных источников, можно дать следующее определение, содержащее систему признаков. Это напиток, для приготовления которого заваривается определенный сорт зеленого чая и добавляется молоко и соль. Он характеризуется особым способом заваривания. Важен процесс заваривания: берется плиточный (в форме кирпича) зеленый чай, он помещается в выщербленный сосуд, горшок, добавляется молоко, затем производится многократное выливание молочного чая с высокого места половником, чтобы дать ему наполниться кислородом, слегка остыть (среди прочих причин). Этот традиционный чай кочевых народов чай часто готовится с другими ингредиентами, такими как топленое масло или злаки.

В анкете был вопрос, *кого в Сибири следует называть кочевником*. Всего было получено 67 анкет, респонденты по этнической принадлежности распределились следующим образом: 25 бурят, 13 тувинцев, 10 хакасов, 7 алтайцев, 5 саха, 4 русских, 1 казах, проживающий на Алтае, 1 шорец, 1 сибирский татарин.

Исходя из предположения, что чай с молоком и солью – это культура кочевников [5; 6; 7], респондентов сначала попросили ответить, как они воспринима-

ют свою этническую группу: 54 (81,8 %) кочевника, 12 (18,2 %) не кочевников. По этнической принадлежности: тува – 13/13, буряты – 22/25, хакасы – 8/10, алтайцы – 7/7, алтай-казахи – 1/1, саха – 2/5.

Большинство респондентов определили свою этническую группу как кочевую, хотя в настоящее время их образ жизни изменился, и многие из них живут в городах [8]. Мы также включили сюда представителей этноса саха, потому что хотели проверить, насколько далее на север распространяется потребление этого чая, но выборка была небольшой. Была получена информация о том, что существуют разные чайные культуры, точнее, что единой чайной культуры не существует, и в будущем мы хотели бы провести более глубокое исследование употребления чая с молоком и солью у саха.

Является такой чай специфическим напитком кочевников? Существует ли в вашей культуре чай с молоком и солью? Из 54 представителей различных этнических групп, назвавших себя «кочевыми», 39 ответили, что у них есть «молочный чай с солью», а 15 – нет.

В рамках одной этнической группы ответы разделились между бурятами и саха. Кроме того, только один из восьми хакасов ответил «да», этнограф, который отметил, что в настоящее время хакасы не добавляют соль в чай. Название чая *сютгучей сүттүг чей* чрезвычайно похоже на чаи других этнических групп, поэтому мы знаем, что это именно этот чай. Название *хаан чай / ханаан чай* можно найти в продаже в интернете. Традиционный хакасский чай – это травяной чай или чабрец (*ильбен ирбен*) [10]. Разнообразны молочные продукты, также часто используемые при приготовлении чая в Туве и на Алтае.

Интересно отметить, что у саха была небольшая выборка (пять респондентов), но от них мы получили очень разные ответы. Двое отметили, что они кочевники, но не пьют этот чай, 1 указал, что он не кочевник и не пьет этот чай, и еще 2 сказали, что они не кочевники, но пьют этот чай. Молочный чай является традиционным, но более заметными являются описания *иван-чая*, *чабреца* и других трав, которые принимались в лечебных целях. Чабрец также является важным чаем в Хакасии.

Из 25 бурятских респондентов 22 назвали себя кочевниками, и, кроме того, они были более разделены, чем другие этнические группы: 17 человек пили чай с солью и 5 – без. В выборке по возрасту респондентов более всего было 20-летних, но только по этим результатам невозможно определить, имеют ли они ограниченное представление о традиционной культуре. Некоторые респонденты также отметили, что этот традиционный чай употребляется только на праздниках и т. д., а в современной повседневной жизни практически не встречается.

Названия чая схожи почти у всех этнических групп. Тувинский *сүттүг шай*, бурятский *хутэй сай*, *Һүүтэй сай*, *хутай сай*, *Сутэй чай*, *ногоон сай* (плиточный зеленый чай в плитках в виде кирпичей), в интернете часто упоминается *зутраан сай*, который также относится к зерновым, в составе которых есть злаки.

Почему важна соль?

Анкета подтвердила, что три основных ингредиента – это чай, молоко и соль (94, 4 %). Поскольку кочевники считают молоко необходимым, этот вопрос был опущен. Что касается необходимости наличия соли и ее семантической значимости, то наиболее распространенными ответами были: для улучшения вкуса (12), для увеличения питательности (6) и для утоления жажды (6). Три комментария были особенно интересны: 1) отмечено, что в Туве есть выражение *без соли нет вкуса*, поэтому тувинцы кладут соль во все, потому что соль – необходимый минерал для организма; 2) соль необходима для поддержания здоровья мозга и тела, что важно для кочевников, которым приходится преодолевать большие расстояния, для поддержания постоянного внимания (Алтай); 3) для утоления жажды.

Очень интересен ответ о необходимости употребления соли для утоления жажды. Это коррелирует с тем, что в Японии, наоборот, считалось, что слишком большое потребление соли вызывает жажду. Кроме того, Япония – влажная страна, и крестьяне теряют влагу с потом от тяжелого труда. Идея заключается в том, что важно потреблять много соли, чтобы восполнить утраченные минералы, и что потребление большого количества соли вызывает жажду и заставляет пить больше воды, которая также восстанавливает силы. Различия могут быть не только в идее, но и в самой соли. На вопрос, почему они не добавляют сахар в пищу, ответы респондентов были следующие: это невкусно (11), это не традиционно (неприемлемо 7), в прошлом не было сахара (4), это не полезно и вредно (4).

Какие ингредиенты можно еще положить и для чего? Мы исследовали этот вопрос, поскольку знаем об обычае народов Тувы и Алтая добавлять в напиток обжаренные крупы, а также потому, что в Интернете и других источниках мы нашли разрозненные описания добавления в напиток сливочного масла. Все этнические группы используют топленое масло (26) и обжаренную ячменную муку (*талкан* – мука из поджаренных ячменных зёрен – 21), причем *талкан* наиболее распространен в алтайских и тувинских чаях. В Туве популярно добавление жареного проса (11 ответов). Причины добавления: вкус (21), удовлетворение (13), питание (5), лекарство (3), утоление жажды (3), согревание (2) и смягчение чая (2). Удовлетворение, питание и утоление жажды говорят о том, что чай является важным источником питания в жизни кочевников. Мы обратили внимание на тальк: в Туве в чай добавляют тальк, когда пьют его, а на Алтае в чашку кладут масло или тальк, прежде чем налить чай.

Очевидно, что сохранение традиционных моделей пищевого поведения способствует «сохранению этнических, социальных, профессиональных связей, устойчивой высокой самооценке личности, ощущению единства с окружающей средой» [2, с. 21].

Рецепты. В опросе была предпринята попытка определить типы и характеристики чайных листьев. Было предположение, что в основном используются чайные листья. Были получены ответы: 25 опрошенных назвали плиточный зеленый чай (плитка в форме кирпича), 34 – зеленый чай, 20 – монгольский чай.

На вопрос, используется ли домашнее молоко, 52,8 % ответили «да», 27,8 % – из магазинов, 11,1 % – всегда, и другие.

Способ заваривания сильно отличается от японского способа заваривания чая. Особенно интересен процесс наливания чая с высокого места несколько раз во время приготовления. Процесс кипячения чая, добавления молока и последующего многократного выливания его с высокого места с помощью половника является главной особенностью этого процесса заваривания и, вероятно, действием, традиционно используемым для приготовления чая в горшках в Юрте. 72 % респондентов отметили, что этот процесс важен, причем по этнической принадлежности это 92 % тувинцев, 71 % алтайцев и 59 % бурят. Количество выливаний варьируется от трех до 300 раз, и мы хотели бы провести опрос, чтобы выяснить, насколько значимы конкретные цифры.

Проводите ли вы ритуал перед употреблением чая? Мы много раз наблюдали ритуал окунания безымянного пальца в чай перед употреблением и отряхивания его во все стороны, поэтому мы опросили, как часто это делается ежедневно. В целом 46 % респондентов ответили «да», и, исходя из своего опыта, мы предположили, что это в основном тувинцы, а также буряты и алтайцы. Причина, по-видимому, кроется в поклонении духам земли и иным трансцендентным сущностям. Еще можно предположить, что это могло бы быть связано с тем, что в жизни юрты связь с духами земли сильно ощущается, но в современной повседневной жизни в квартире, например, это может исчезнуть, или духовные практики могут измениться с изменением образа жизни. В анкете не было вопроса о том, почему используется безымянный палец, но, судя по интервью, респонденты сказали, что это знак уважения к духам, потому что этот палец используется нечасто и является чистым.

Что значит чай для вашей этнической группы?

Были получены следующие ответы: для развлечения гостей (37), связь с семьей (5), то же, что и еда (28), неотъемлемая часть жизни (20), для питания (18), для приятного времяпрепровождения с семьей и друзьями (18).

Заключение. Полученные данные свидетельствуют о том, что среди опрошенных этнических групп наиболее часто пьют этот чай жители Тувы и Алтая (100 % ответов), далее следуют буряты (77 %). Подтвердилось предположение, сделанное группой исследователей повседневной культуры коренных народов севера: «...распространенное среди практически всех северных, сибирских и дальневосточных народов такое их качество, как гостеприимство, позволяло выживать любым путникам, застигнутым непогодой, при условии, если вблизи находилось какое-либо жилище представителя коренного народа. Такое качество северных народов позволяло им выживать в суровых условиях Севера, и оно же являлось серьезным фактором успешного продвижения различных исследователей по огромным территориям Дальнего Востока, что способствовало быстрому освоению данного региона» [4, с. 237]. Также было понятно, что добавление соли, топленого масла и злаков важно для кочевников с суровыми условиями труда и быта, для питания, сытости и физического состояния. Конечно, важно, чтобы чай был приятным на вкус как в качестве

еды, так и в качестве чая. Из ответов о ритуалах мы также поняли, что благодарность и молитвы духам и богам земли очень важны. Также стало ясно, что чай важен для связи между собой и семьей и для приема гостей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Беляева-Сачук В. А., Давыдов В. Н.** Традиции чаепития в кочевых культурах Восточной Сибири: ритуал, гостеприимство, чувство сытости, здоровье // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2024. – Т. 17, № 4. – С. 813–823.
2. **Мурашко О. А. Даллманн В. К.** Трансформации традиционного образа жизни и питания коренного населения Ненецкого автономного округа // Вестник Московского университета. Серия 23: Антропология. – 2011. – № 4. – С. 4–24.
3. **Проданик С. С.** Соседи по региону за традиционным столом: диалог культур в региональном пространстве // Современные научные исследования и инновации. – 2021. – № 7 (123). – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46457327_97111642.pdf (дата обращения: 20.04.2024).
4. **Чернов В. А., Бобышев С. В., Лушкина Т. А.** Гостеприимство коренных народов как фактор успешного освоения Дальнего Востока // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2021. – Т. 18, № 1. – С. 232–237.
5. Традиционная алтайская кухня, 10 сентября 2022, Клуб путешественников «Ветер свободы» [Электронный ресурс]. – URL: https://dzen.ru/a/YxmaSRB9w1M8y_T (дата обращения: 20.04.2024).
6. Суттуг шай. Тувинский чай, TeaTerra чайный портал <Всё о чае> [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tea-terra.ru/2013/07/04/2257/> (дата обращения: 20.04.2024).
7. Хакасская кухня, ХАКАСИЯ земля пяти стихий [Электронный ресурс]. – URL: <https://khakassia.travel/o-hakasii/kuhnya-hakasii> (дата обращения: 20.04.2024).
8. Солёный чай – визитная карточка Бурятии [Электронный ресурс]. – URL: <https://dzen.ru/a/XTMBRU4FdwCula7Q?sid=13421766228392713> (дата обращения: 20.04.2024)
9. 独自アンケート (ロシア側) Google form 日本とロシアのお茶文化について0 – 0 чайной культуре в Японии и России [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/1PxVMUwfp8xcm1XxUSTA2d3Gqak4kSvpl5UUrD3fbgOE/edit#responses> (дата обращения: 20.04.2024).
10. 独自アンケート – Чай с молоком и солью [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/1DsASg-ts0GSMhptfLg4hyIpKtaUUlqB7PW6sspF6y6Q/edit#responses> (дата обращения: 20.04.2024).

REFERENCES

1. Belyaeva-Sachuk V. A., Davydov V. N. Traditions of tea drinking in nomadic cultures of Eastern Siberia: ritual, hospitality, feeling of satiety, health. *Journal of Siberian Federal University. Series: Humanities*, 2024, T. 17, № 4, pp. 813–823. (In Russian)
2. Murashko O. A., Dallmann V. K. Transformations of the traditional way of life and nutrition of the indigenous population of the Nenets Autonomous District. *Bulletin of Moscow University. Series 23: Anthropology*, 2011, № 4, pp. 4–24. (In Russian)
3. Prodanik S. S. Neighbors of the region at the traditional table: the dialog of cultures in the regional space. *Modern Scientific Research and Innovations*, 2021, № 7 (123). URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46457327_97111642.pdf. (In Russian)
4. Chernov V. A., Bobyshev S. V., Lushkina T. A. Hospitality of indigenous peoples as a factor of successful development of the Far East. *Social and Humanities in the Far East*, 2021, T. 18, № 1, pp. 232–237. (In Russian)
5. Traditional Altai cuisine, September 10, 2022, Club of travelers “Wind of freedom” [Electronic resource]. URL: https://dzen.ru/a/YxmaSRB9w1M8y_T (accessed: 20.04.2024). (In Russian)

6. Suttug shai. Tuva tea, TeaTerra tea portal <All about tea> [Electronic resource]. URL: <https://www.tea-terra.ru/2013/07/04/2257/> (accessed: 20.04.2024). (In Russian)
7. Khakass cuisine, Khakasia the land of five elements [Electronic resource]. URL: <https://khakassia.travel/o-hakasii/kuhnya-hakasii> (accessed: 20.04.2024). (In Russian)
8. Salted tea – a visiting card of Buryatia [Electronic resource]. URL: <https://dzen.ru/a/XTMBRU4F-dwCula7Q?sid=13421766228392713> (accessed: 20.04.2024). (In Russian)
9. 独自アンケート（ロシア側） Google form日本とロシアのお茶文化について About tea culture in Japan and Russia [Electronic resource]. URL: <https://docs.google.com/forms/d/1PxVMUwfp8x-cm1XxUSTA2d3Gqak4kSvpl5UUrD3fbgOE/edit#responses> (accessed: 20.04.2024). (In Japanese)
10. 独自アンケート – Tea with milk and salt – [Electronic resource]. URL: <https://docs.google.com/forms/d/1DsASg-ts0GSMhptfLg4hyIpKtaUUIqB7PW6ssspF6y6Q/edit#responses> (accessed: 20.04.2024). (In Japanese)

Информация об авторе

Дохи Рика, старший преподаватель, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия; независимый исследователь, Токио, Япония, ricaoyjesu@gmail.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4764-1035>

Information about author

Dohi Rika, Senior Lecturer, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia; independent researcher, Tokyo, Japan, ricaoyjesu@gmail.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4764-1035>

Статья поступила в редакцию 12.08.2024

Одобрена после рецензирования 27.09.2024

Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 12.08.2024

Approved after reviewing 27.09.2024

Accepted for publication 18.10.2024

Научная статья
УДК 008

Сравнительный анализ современной бизнес-культуры Китая и России

Дон Юйцзин¹, Ван Дянькай¹

¹Институт международного бизнеса, Чжэцзянский институт иностранных языков, г. Ханчжоу, Китай

Аннотация. В статье рассматриваются изменения и тенденции в глобальной бизнес-среде, включая глобализацию, цифровизацию, торговую политику и др. Глубоко исследуются вопросы коммуникации между разными культурами, включая такие ее аспекты, как язык, этикет, деловые привычки и т. д., подчеркивается важность взаимопонимания и взаимоуважения между представителями разных культур в сфере международного бизнеса. Приводятся некоторые размышления о развитии коммерческой торговли между Китаем и Россией и установлении надежных коммерческих отношений.

Ключевые слова: Китай; Россия; деловая культура; культурные различия; китайско-российская торговля

Для цитирования. Дон Юйцзин, Ван Дянькай. Сравнительный анализ современной бизнес-культуры Китая и России // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 34–39.

A Comparative Analysis of Contemporary Business Culture in China and Russia

Tang Yujing¹, Wang Diankai¹

¹School International Business, Zhejiang International Studies University, Hangzhou, China

Abstract. This paper examines the changes and trends in the global business environment, including globalisation, digitalisation, trade policy and so on. Communication between different cultures, including its aspects such as language, etiquette, business habits, etc. are explored in depth, and the importance of cross-cultural understanding and mutual respect in international business is emphasised. Some reflections on the development of commercial trade between China and Russia and the establishment of reliable commercial relations are given.

Keywords: China; Russia; business culture; cultural differences; Sino-Russian trade

For citation: Tang Yujing, Wang Diankai. A comparative analysis of contemporary business culture in China and Russia. *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 34–39.

Концепция международной бизнес-культуры. Деловая культура является продуктом интеграции и взаимодействия социокультурной жизни человека и делового взаимодействия. После проведения политики реформ и открытости

Ху Пин, бывший министр торговли Китая, первым предложил концепцию бизнес-культуры в стране. Ху Пин полагает, что бизнес-культура – это культура, которая пронизывает каждый процесс и деловое поведение в сфере коммерческого оборота и во всех сферах жизни. Чем более развита сырьевая экономика, тем богаче будет бизнес-культура. Эксперты и ученые призваны обратить внимание на создание и изучение бизнес-культуры. Чжоу Цзюньминь подразделяет деловую культуру на несколько составляющих: ценности, идеальные стремления, поведенческие привычки, формы проявления и т. д. [3].

Таким образом, деловую культуру можно определить как достижение цивилизации, сформированное в результате постоянного накопления человеческой деятельности в сфере бизнеса. В настоящее время бизнес-культура в основном включает в себя корпоративную культуру, культуру деловой этики, культуру деловой среды, культуру маркетинга, товарную культуру и т. д. Согласно рассуждениям Маркса о всемирной истории и развитии человеческого общества, коммерческая культура впервые появилась на внутреннем рынке, сформировав коммерческую культуру с характеристиками традиционной культуры страны. С ходом истории развитие капиталистического мирового рынка постепенно связало весь мир, а в процессе делового взаимодействия между разными странами постепенно формировалась международная бизнес-культура [1; 2].

Деловая культура и китайско-российская торговля. Хотя в настоящее время китайско-российская коммерческая торговля находится в стадии постепенного развития, к различиям в деловой культуре между двумя странами следует относиться серьезно. Деловая культура каждой страны отличается, поскольку на возникновение и развитие деловой культуры влияет поведение представителей каждого отдельно взятого народа. Различия в поведении людей в разных странах приводят к различиям в деловой культуре [2].

Международный бизнес объединяет людей разных культур. Эти культурные различия охватывают множество факторов, включая язык, обычаи, традиции, убеждения, ценности и стиль общения. Когда в бизнес-среде сталкиваются две и более культуры, это может привести к легкому недопониманию либо полному непониманию и в конечном итоге к конфликтам, затрудняющим деловое сотрудничество. Культурные различия между Китаем и Россией являются одной из актуальных проблем в сфере бизнеса.

Различия в деловой культуре Китая и России

Россия и Китай выходят на новый уровень отношений – уровень всестороннего стратегического партнерства, закономерно на новый этап вступила и китайско-российская торговля. Поскольку деловые обмены между Китаем и Россией становятся все более частыми, различия в деловой культуре между этими странами могут препятствовать дальнейшему углублению торговых отношений. Поэтому в данной статье наше внимание сфокусировано на том, чтобы подробно рассмотреть различия в деловой культуре между Китаем и Россией.

1. Ценности и культурные различия

В Китае традиционная культура и конфуцианство имеют глубоко укоренившееся влияние на людей. Китайцы уважают золотую середину и идею гармонии между природой и человеком. Они считают, что отношения между людьми важнее задач или работы, также значимо стремление к добродетели. Китайцы следуют заветам Конфуция, защищают профессиональную этику и ценят проявление коллективизма, почтительности, терпения, смирения и преданности [5, с. 13]. В деловой сфере они уважают вежливость, обращают внимание на личные качества, имеют искреннее и учтивое отношение к партнерам, устанавливают дружеские межличностные отношения, уважают пожилых людей и лидеров, сосредотачиваются на установлении хороших отношений. Импульсивность, потеря лица, высокомерие, неуважение к пожилым людям, а также расточительность – это поведение, которое китайцы не приемлют.

У России огромная территория, холодный климат, богатая история. Поэтому россияне обращают большое внимание на настойчивость, терпение и верность, духовные принципы и моральные ценности, а также коллективизм. Россияне любят работать, склонны к построению долгосрочных планов, инициативны, стараются соблюдать распорядок дня, уважают статус людей, лидерство и уделяют внимание цивилизованным и дружеским личным отношениям. В отличие от европейцев и американцев, они сознательно не проводят различия между жесткой логикой и эмоциями. Чтобы вести бизнес с россиянами, необходимо добиться их признания и любви. Успешный бизнес строится на хороших отношениях. В начале сотрудничества в сфере бизнеса отношения между двумя сторонами очень формальные, но в дальнейшем успех бизнеса зависит от того, установили ли две стороны дружеские отношения.

2. Культурные различия в моделях организации бизнеса

В Китае главенствует композиционная модель деловых отношений, которая в основном состоит из членов семьи, друзей и коллег. Институциональная стабильность страны и, как следствие, стабильность рабочих мест позволяют местным предпринимателям поддерживать тесные производственные связи в долгосрочной перспективе. В китайской деловой культуре важность личных отношений в традиционном деловом этикете чрезвычайно велика. В России, напротив, некоторый хаос в системе бизнеса заставил предпринимателей искать выход из складывающихся трудностей в личных деловых отношениях, выходя за пределы деловых отношений.

В рамках российской деловой культуры россияне подчеркивают уверенность в своих силах, используют факты в качестве доказательств, обращают внимание на детали, уделяют большое внимание проявлению личных способностей. Российская корпоративная культура похожа на западную, в ней подчеркиваются личные способности и достижения. Инструкции и решения, как правило, точны и ясны, обычна культура работы с низким контекстом и внимание к деталям. Российская корпоративная культура признает распределение власти, но вместе с тем также подчеркивается и роль личности. Каждый

сотрудник является независимой личностью внутри группы, и споры по поводу различных мнений очень распространены.

3. Культура отношений.

Деловые отношения китайцев обычно основываются на таких отношениях, которые складывались в течение длительного периода времени. Деловое поведение стремится к консервативности и традиционности. Китайцы более пунктуальны и придают большое значение этикету первой деловой встречи. Официальное представление обеих сторон занимает относительно продолжительное время. Они будут аплодировать, приветствуя друг друга, и другая сторона также должна аплодировать в ответ. Китайцы придают большое значение обращению к людям, например, «инженер», «директор» и т. д. Они используют названия должностей и фамилии, чтобы подчеркнуть статус человека и проявить к нему уважение. Китайцы, как правило, не очень улыбчивы и одеваются более формально и консервативно, поэтому кажутся немного загадочными. Когда они говорят «да», это не обязательно означает, что они согласны, это означает: «Я тебя слышу». Улыбка не означает удовлетворения, а одобрение не означает понимания.

Русские обращают внимание на разговорные навыки, интонацию голоса и язык тела, предпочитают прямой зрительный контакт и крепкое рукопожатие. Они любят непринужденную, теплую и дружескую атмосферу и последовательны в своих действиях. В России в деловом общении основное внимание уделяется опыту, квалификации и знаниям. Время разговора с русскими должно составлять 35–40 минут, причем разговор должен быть строгим, с четкими емкими формулировками. Россияне любят говорить, акцентируя внимание на фактах и цифрах, и не любят преувеличений и резкой риторики. Они уделяют внимание деловому этикету, строги в словах и поступках и очень чувствительны к культурным факторам. Например, они не ходят, засунув руки в карманы, и налагают табу на крик, смех и другие громкие звуки. При встрече или расставании в России необходимо вежливо пожать друг другу руки, но не принято и даже невежливо пожимать кулак или показывать знак «ОК». Русские используют обращение «господин»/«госпожа» и фамилию или имя и отчество для обращения к людям вместо профессий или должностей. У россиян полихронное представление о времени. Они готовы обсуждать дела в любое время, для них нехарактерно строгое следование графику [6, с. 23; 4, с. 18].

Заключение. Различия китайской и российской культур обуславливают разные ценности и образ мышления, а также формируют свою корпоративную культуру с особенностями каждой страны. Влияние культурных различий двустороннее – с одной стороны, оно способствует развитию культурных обменов, торгово-экономического сотрудничества и порождает новый потребительский спрос, с другой стороны, асимметрия в культурном познании также приводит к возникновению асимметрии в культурном познании; в свою очередь, асимметрия в культурном познании и различия в ценностях мешают плавному развитию сотрудничества.

В борьбе за рынки и сферы влияния в международном бизнесе понимание сильных и слабых сторон, стимулов, запретов, гибкости и других факторов конкурентов и деловых партнеров является ключом к успеху. Поскольку число российских и китайских предприятий продолжает увеличиваться, сотрудничество между Россией и Китаем также расширяется с каждым годом. Более глубокое понимание особенностей корпоративной культуры и российско-китайского корпоративного сотрудничества способствует процветанию и развитию торговых отношений между Китаем и Россией.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Лю Цун Яо.** Как китайские местные СМИ распространяются в разных культурах в эпоху интегрированных СМИ // Журнал журналистских исследований. – 2018. – № 6. – С. 14–25 (刘琮瑶 融媒体时代中国本土媒体如何跨文化传播 新闻研究导刊 № 6, 2018 14–25页).
2. **Сунь Инчунь.** Межкультурная коммуникация. – Пекин: Издательство Пекинского университета, 2015. – 139 с. (孙英春 跨文化传播学导论 北京: 北京大学出版社. 2015. 139页)
3. **Ху Пин.** Содействие бизнес-реформе и пропаганда построения деловой культуры // Вспоминная бывшего министра торговли Ху Пина. – China Business Daily. – 2020. – 21 августа.
4. **Чэнь Жудун.** Вызовы и контрмеры для расширения дискурсивного пространства нашей страны в новую эпоху // Народный форум. – 2020. – № 29. – С. 11–19 (陈汝东 新时代我国话语空间拓展的挑战与对策 人民论坛 第29期, 2020. 11–19页).
5. **Чэнь Шэнлай.** Систематическое исследование междугороднего культурного обмена и сотрудничества вдоль «Пояса и пути». – Шанхай: Шанхайская академия общественных наук Пресс, 2020. – 24 с. (陈圣来 “一带一路”城际文化交流合作的体系研究 上海社会科学院出版社 2020. 24页)
6. **Шеховцова И.** Исследование культурных связей России и Китая в сфере бизнеса. – Харбин: Харбинский технологический институт, 2018. – 120 с.

REFERENCES

1. Liu Cun Yao. How Chinese local media diffuse across cultures in the era of integrated media. *Journal of Journalism Studies*, 2018, no. 6, pp. 14–25. (In Chinese)
2. Sun Yingchun. Intercultural communication. Beijing: Peking University Press, 2015, 139 p. (In Chinese)
3. Hu Ping. Promoting business reform and advocating the construction of business culture. Remembering former Minister of Commerce Hu Ping. *China Business Daily*, 2020, August 21. (In Chinese)
4. Chen Zhudong. Challenges and countermeasures to expand our country's discursive space in the new era. *People's Forum*, 2020, no. 29, pp. 11–19. (In Chinese)
5. Chen Shenglai. A systematic study of intercity cultural exchange and cooperation along the Belt and Road. Shanghai: Shanghai Academy of Social Sciences Press, 2020, 24 p. (In Chinese)
6. Shekhovtsova I. Research of cultural ties between Russia and China in the sphere of business. Harbin: Harbin Institute of Technology, 2018, 120 p. (In Chinese)

Информация об авторах

Дон Юйцзин, бакалавр, Институт международного бизнеса, Чжэцзянский институт иностранных языков, г. Ханчжоу, Китай, ascwttjy@163.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3524-9020>

Ван Дянькай, кандидат экономических наук, Институт международного бизнеса, Чжэцзянский институт иностранных языков, г. Ханчжоу, Китай, wangdiankai@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3524-9020>

Information about authors

Tang Yujing, bachelor, School International Business, Zhejiang International Studies University, Hangzhou, China, ascwttj@163.com, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3524-9020>

Wang Diankai, Candidate of Economic Sciences, School International Business, Zhejiang International Studies University, Hangzhou, China, wangdiankai@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3524-9020>

Статья поступила в редакцию 14.06.2024

Одобрена после рецензирования 27.08.2024

Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 14.06.2024

Approved after reviewing 27.08.2024

Accepted for publication 18.10.2024

РАЗДЕЛ III. ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

PART III. CULTURAL HISTORY

Культурно-антропологические исследования. 2024. № 4

Culture and anthropology research journal. 2024. № 4

Научная статья

УДК 008 (47 + 57) + 398

Народнические пропагандистские сказки в контексте революционной борьбы: культурологический взгляд

Спесивцева Вера Александровна¹, Спесивцева Маргарита Юрьевна¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. В 70-х гг. XIX в. в России началось активное «хождение в народ», подразумевающее просвещение народных масс с целью поднятия восстания против самодержавия. Революционная агитация предполагала создание специальных брошюр, способных объяснить крестьянину простым языком несправедливость системы, в которой он живет. Самым актуальным жанром пропагандистской литературы, отражающим социалистические идеи того времени, оказалась сказка. Однако «спрятанные» народниками в фольклорную обертку призывы к бунту так и не были восприняты крестьянством. В статье путем культурологического анализа дается объяснение причин, по которым использование народнических пропагандистских сказок в рамках революционной деятельности не принесло успеха.

Ключевые слова: миф; сказки; русские сказки; народничество; революционно-освободительное движение; фольклористика

Для цитирования: Спесивцева В. А., Спесивцева М. Ю. Народнические пропагандистские сказки в контексте революционной борьбы: культурологический взгляд // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 40–47.

Scientific article

Populist Propaganda Tales in the Context of the Revolutionary Struggle: a Cultural View

Vera A. Spesivtseva¹, Margarita Yu. Spesivtseva¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. In the 70s of the 19th century, Russia began to actively “going to the people”, which meant educating the masses in order to revolt against the autocracy. Revolutionary agitation implied the creation of special pamphlets capable of explaining to the peasant in simple language the injustice of the system in which he lives. The most relevant genre of propaganda literature, reflecting the socialist ideas of the time, turned out to be the fairy tale. However, the calls for rebellion “hidden” by the Narodniks in

a folkloric wrapper were not perceived by the peasantry. The article explains why the use of narodniks propaganda tales as part of revolutionary activity was not successful by means of cultural analysis.

Keywords: myth; fairy tales; Russian fairy tales; narodniks; revolutionary liberation movement; folklore

For citation: Spesivtseva V. A., Spesivtseva M. Yu. Populist propaganda tales in the context of the revolutionary struggle: a cultural view. *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 40–47.

Сказка (в современном смысле ее понимания) в культуре каждого народа занимает особое место. Будучи продуктом народной жизни, она включает в себя все те черты, которые присущи ее народу-создателю. При этом транслируемые в сказках различные комбинации ключевых мифологем, представленных общими для всего человечества сюжетами (потоп, похищение огня, возрождение из мертвых, особая роль правителя и пр.), как отмечал Дж. Кэмпбелл [7, с. 5], передаются в более понятной, чем мифы, «мирской» интерпретации. Один из самых значимых исследователей мифологии М. Элиаде также определял сказку как облегченную копию мифа и ритуала инициации [16, с. 198], а ее основную функцию – не как десакрализацию мифа, а упрощение его содержания, делающее понятным для масс мотив высших сил. На миф как на источник сказки указывал и советский фольклорист В. Я. Пропп [13, с. 13]. Однако если в данном случае перечисляются характерные черты волшебной сказки, генезис которой был подробно изучен и описан многими исследователями, то социальная роль, сюжетное наполнение и специфика рассматриваемой в статье нелегальной пропагандистской сказки, хоть и заимствующей многие морфологические элементы волшебной, но все же относящейся к отдельной категории жанра, требуют уточнения.

Русскими революционерами сказки как инструмент пропаганды были осознаны во второй половине XIX в. Одним из первых в народнической среде их собиранием и изучением для дальнейшей «переработки» занялся И. А. Худяков, избрав метод личного общения с крестьянством. Записанные им в Рязанской губернии, Казани и Москве сказки были изданы в сборнике под названием «Великорусские сказки» в 1860–1862 гг. Стоит отметить, что автор не пытался передать фонетические и стилистические особенности народной речи – он преследовал революционные цели, осуществить которые удалось лишь частично, ввиду цензуры. Наиболее остросатирические произведения, показывающие несостоятельность существующего государственного строя и трудности жизни крестьянства, так и не увидели свет, потому что были утрачены при аресте народника [12, с. 76]. Среди других революционеров, занимавшихся фольклористикой в 1860-х гг., стоит отметить И. Г. Прыжова. Подобно И. А. Худякову он собирался издать свой сборник сказок на основе крестьянских рассказов – «История крепостного права преимущественно по свидетельству самого народа», но этого также не произошло. Другой труд И. Г. Прыжова, посвященный религиозной стороне общественной жизни, как и в случае с его предшественником, был уничтожен самим автором перед задержанием [12, с. 77–78].

В 1870-х гг. вместе с «хождением в народ» на смену нереализованным проектам народников-фольклористов прошлого десятилетия пришла активная пропаганда революционных идей через распространение «ряженой» литературы. Революционные брошюры, транслирующие идеологию народничества, маскировались под уже существующие серии изданий для народа, лубки или жития святых. С одной стороны, это делалось для обмана полиции, с другой – те же лубочные книги были хорошо знакомы крестьянам и широко востребованы в их среде [14]. И все же наиболее широко в деле пропаганды использовались фольклорные жанры, что было обусловлено доступностью языка для крестьян и обилием общеизвестных сюжетов, которые легко модифицировались. В жанре сказок народники издали «Сказку о четырех братьях», «Сказку о копейке», «Сказку-говоруху» («Сказку о Мудрице Наумовне»), «Хитрую механику» («Чудесную сказку о семи Семионах, родных братьях») и др.

Так или иначе, несмотря на грамотно проведенную работу революционеров в области печати и распространения нелегальной литературы, их труды не стали пользоваться популярностью у крестьян. Безуспешность использования пропагандистских сказок в революционном деле описывали многие народники в своих мемуарах. Например, О. В. Аптекман писал, что «Сказка о четырех братьях», предварительно процензурованная им, «слушалась вообще очень охотно, но, как „сказка“ – и только» [1, с. 171]. Тем не менее сама идея народников обратиться к сфере творчества для изменения взглядов крестьянства была, безусловно, верной. Именно в творчестве наиболее ярко проявляются созидательные возможности народа. Почему же, казалось бы, бесприоритетный вариант трансформации сознания народных масс через творческую сферу оказался нереализуемым? Большую роль здесь сыграл тот факт, что коммуникация с помощью сказки велась с помощью двух разных знаковых систем. И хотя вариативность трактовок сюжетов и используемых символов в сказке не отменяет присущую ей единообразную логику осмысления и обдумывания [15, с. 23], в первую очередь символы являются опорой для обществ, базисом для их единства. Потеря символов, которые массы часто трактуют буквально [8, с. 19], ведет к неустойчивости общества и оценивается как социокультурная утрата. Говоря на одном языке, семантически сообщества народничества и крестьянства находились очень далеко друг от друга. Чтобы понять причины, по которым у революционеров не получилось добиться крестьянского восстания путем распространения сказок, сначала необходимо углубиться в семантику этого слова, а после разобраться в конструкте и символизме самих произведений.

В определении А. И. Никифорова, сказки – это устные рассказы, бытующие в народе с целью развлечения, имеющие в содержании необычные в бытовом смысле события (фантастические, чудесные или житейские) и отличающиеся специальным композиционно-стилистическим построением [10, с. 20]. Отсюда следует выделить один из основных признаков сказки – целеустановка на развлечение слушателей. Соответственно, сказка не может использоваться в дидактических целях, в отличие от мифов или легенд (когда сказка расска-

зывается с целью поучения, то она превращается в легенду с особым построением сюжета). При этом важно учитывать тот факт, что крестьяне отличали сказку от тех же былин, имеющих стиховой размер и особую «обрядность» и бывальщин – рассказов бытового характера о действительных случаях местной жизни (суеверные рассказы о чертях, леших, колдунах и т. п.) [10, с. 26–27]. Это указывает на то, что, несмотря на разницу в самом восприятии значений символов, заложенных в пропагандистские сказки, крестьянство могло верно интерпретировать многие из них.

О сказках нельзя судить по отдельным фрагментам (фольклорным зачинам и концовкам), вырванным из общего повествования. Нужно рассматривать их стиль и сюжет в совокупности всех конструктивных элементов [2, с. 169], включая скрытые в самом тексте символы. Согласно В. Я. Проппу, среди основных составных частей сказки – функции действующих лиц, а также связующие элементы – мотивировки, формы появления действующих лиц, атрибутивные элементы или аксессуары. Именно эти пять разрядов элементов определяют собой уже не только конструкцию сказки, но и всю сказку в целом [11, с. 105]. Далее в статье будут указаны примеры основных элементов пропагандистских сказок, с помощью которых крестьяне могли идентифицировать произведения народников как сказки и, как следствие, не воспринимать их поучительный потенциал.

«Сказка о четырех братьях», написанная Л. А. Тихомировым, повествует о живших в глухом лесу четырех братьях – Иване, Степане, Демьяне и Луке. После того как они узнали, что в мире есть другие люди, то отправились на четыре стороны света – Север, Юг, Восток и Запад, чтобы найти лучшую жизнь. По итогу каждый из братьев сталкивается с несправедливостью – простого мужика везде обманывает местное начальство. Попытки поднять крестьянский бунт у братьев по отдельности не приводят к успеху. В конечном счете всех главных героев за их «проступки» приговаривают к каторге. По дороге в Сибирь братья сбегают и отправляются вместе проповедовать бунт по всей России. Л. Г. Дейч отмечал, что рабочие и крестьяне обыкновенно слушали с большим интересом чтение этой сказки, т. к. в ней самым популярным языком рассказывалось про господствующую повсюду в России несправедливость, и указывался путь к ее устранению [4, с. 60–61]. Л. А. Тихомирову действительно удалось передать народную речь, которая, самое главное, легко воспринималась задуманным адресатом. Среди других достоинств брошюры – использование самых распространенных функций действующих лиц, известных крестьянам из волшебных сказок: *I (отлучка; e3) – члены семьи отлучаются из дома, VIII-a (недостача; a5) – одному из членов семьи чего-либо не хватает, ему хочется иметь что-либо, XI (отправка, ↑) – герои покидают дом и т. д.* Современники отмечали революционный потенциал этой сказки: по мнению А. Л. Линева, величайшим достоинством «Сказки о четырех братьях» было то, что она «не оставляет никакого сомнения у всякого, кто прочитает ее, что делать» [5, с. 59]. На самом деле такой простой конструкт, характерный для волшебных сказок, обесценивал глубокие смыслы, заложенные в «Сказку о четырех братьях».

«Сказка-говоруха» под авторством С. М. Кравчинского представляет из себя изложение «Капитала» К. Маркса. В отличие от прошлой сказки, она имела очень небольшой успех в крестьянской среде, однако ее отрывки активно читались и перечитывались среди социалистической молодежи (по крайней мере за границей) [9, с. 138]. Главный герой, желающий узнать «как должно жить народу русскому, чтоб не мучиться вечной мукою», встречает мудрого старца Наума, который открывает ему истину. Одна из дочерей-бабочек старца, Мудрица Наумовна, переносит героя в Англию и показывает, до каких мук довели богатеи английский народ. Там герой узнает о существовании союза рабочих и много трудится. Вскоре он принимает участие в бунте на фабрике, в результате которого теряет своего близкого товарища. Так герой разочаровывается в борьбе за свободу и упрекает Мудрицу Наумовну за обман. «Нет на свете народа, который жил бы счастливо, потому что у всех народов есть помещики, хозяева, власти», – отвечает ему та, и переносит героя в Брюссель, где собираются выборные от всех рабочих. Там герой узнает, как избавиться от мук народу русскому, и возвращается в Россию. В конце приводится подробное описание жизни всех народов после победы идей социализма. Главная особенность «Сказки-говорухи» состоит в том, что в ней объединены два стилистических ряда. Первый – сюжетно переосмысленный – идет из фольклора; второй стилистический ряд появляется из потребности поднять сказку на уровень пропагандистского программного документа, характерного для многих произведений С. М. Кравчинского. Сказочная обрядность и фольклорная фразеология приспособляются к политическому содержанию пропаганды, в результате чего сказка принимает на себя функции и прокламации, и социально-экономического трактата [2, с. 169]. Таким образом, сложный для восприятия авторский язык С. М. Кравчинского и недоступность прочтения основного символа произведения (Мудрица Наумовна – книга (ассоциация с бабочкой) – «Капитал» К. Маркса) сделали невозможным для понимания крестьян смыслов «Сказки-говорухи».

В народе много циркулировала другая сказка С. М. Кравчинского – «Сказка о копейке», хотя ее литературное достоинство гораздо ниже ранее рассмотренных произведений [9, с. 138]. В «Сказке о копейке» автор ведет повествование от лица простого мужика. Главный герой сказки выкапывает медную копейку и обрадованный отправляется домой, после чего встречает попа и отдает ему свою находку. Далее описывается циклический процесс перехода копейки от попа к помещику, от помещика к купцу и от тех обратно к трудящемуся через страдания мужику. В какой-то момент мужик понимает, что стал жертвой обмана и отказывается платить помещику и попу. За его отказом следует наказание – для того, чтобы заставить мужика платить, к нему отправляют роту солдат. Герою сказки приходится скрываться в лесу. Там мужик видит сон – будущее, в котором нет его обидчиков – помещиков, купцов, попов и чиновников, там – только крестьяне, которые вместе обрабатывают землю, обмениваются продуктами своего труда и сами управляют своим обществом. Герой сомневается в возможности такого будущего, где без стороннего надзора и принуждения

все честно работают и торгуют. Но вещей старец уверяет мужика в том, что его сон пророческий и убеждает в необходимости проповедовать эту истину. Пробудившись, герой сказки вновь испытывает сомнения, но внезапно получает убедительный знак свыше – он видит, как стая беззащитных птиц спасается от ястреба, а затем – победу табуна лошадей над волком. Это убеждает мужика в правильности пророческого сна, и он идет в путь со своей миссией. По утверждению В. Г. Базанова, «Сказка о копейке» является лучшей сказкой С. М. Кравчинского (и, вероятно, одной из лучших среди всех сказочных брошюр народников), поскольку в ней нет прямых фольклорных заимствований и она освобождена от условного декоративного орнамента, которой украшает повествование той же «Мудрицы Наумовны» [2, с. 183]. Однако простота конструкта – акцентирование внимания на обыденной крестьянской жизни и привычном символе в виде монеты (копейки), как и в случае «Сказки о четырех братьях», размывали дидактическую функцию произведения и сводили его к бытовому рассказу.

Итак, народники в своих сказках предлагали новую модель понимания жизни и новый *modus operandi*, но эта модель не была воспринята народными массами. Данный исход вполне закономерен, поскольку такие модели, согласно Дж. Кэмпбеллу, должны соответствовать тому времени, в котором живет общество [6, с. 32]. Если темпорально соотнести общественные системы крестьян и народников, то они, очевидно, не идентичны – они существуют одновременно, но в разном *историческом времени*. Соответственно социокультурные системы народовольцев и крестьян не совпадали на нескольких уровнях – образования, осознания, быта, ценностных установок и религиозных воззрений. Кроме того, во многих вопросах эти системы не просто не совпадали – они были противоположными. Главным образом это касалось восприятия религии и личности царя. Излишне было бы указывать на чрезвычайную важность православия для крестьян, которое являлось краеугольным камнем их миропонимания. Нравственные устои крестьянства во многом основывались на религиозных сюжетах, поэтому попытки народников изменить взгляд крестьян на религию приводили к нарушению морального равновесия. Прочитавший когда-то крестьянской семье «Сказку о четырех братьях» Н. К. Бух писал, что от нее «впечатление было неважное» – старуха, глава женской половины семейства, сказала, что «лучше бы что-нибудь божественное почитали» [3, с. 91]. Таким образом, негативное отношение революционеров к религии очень сильно отвращало крестьян от идеологии народничества. Вторым важным моментом стало различное отношение этих двух групп к фигуре царя. Особенностью многих сказочных сюжетов и фигур становится то, что они соединяют субъект со сверхличностными целями и над-мировыми силами. Главной из таких фигур в крестьянско-народнической коммуникации была личность царя, которая для крестьян приходилась своего рода образом божьим на земле [8, с. 85–86]. Для революционеров эта фигура несла однозначно негативную коннотацию, что делало диалог по этому вопросу практически невозможным. О. В. Аптекман: «Я замечал, что резкие выходки против царя или религии (последних в бро-

шюрах было вообще мало) действовали крайне неприятно на крестьян; также сильно смущали их энергичные призывы к бунту, восстанию. Вообще, я заметил уже тогда, как чутко народ относится к правде и как его коробит отсутствие чувства меры» [1, с. 170].

Проявление еще одного фактора заключается в разном понимании общественных идеалов. Если для народников это в первую очередь преобразование, то для крестьян совсем наоборот. Основным нравственным ориентиром для крестьянства стала статичность общественной структуры, установленной предками и освященной религией и традициями. Любые изменения, тем более привнесенные извне, рассматривались как покушение на эти системообразующие институты. В то же время параллельно с революционерами-народниками в народ ходили славянофилы, которые также занимались собиранием и изучением фольклора, однако ими потенциал народного творчества использовался в противоположном и угодном крестьянству направлении – с целью сохранения многовековых традиций, экономических деревенских устоев и образа царя-освободителя [2, с. 86].

Таким образом, можно сделать вывод о нежизнеспособности искусственно созданного народниками сказочного конструкта, призванного изменить установки общественного сознания. Имея разные символические и семантические значения мифологем (и идеологем), и не совпадая в мировоззренческих установках, две стратификационные группы не смогли вступить в социокультурную коммуникацию и стать союзниками в социальной и политической борьбе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Аптекман О. В.** Общество «Земля и Воля» 70-х гг. – П.: Колос, 1924. – 459 с.
2. **Базанов В. Г.** От фольклора к народной книге. – Л.: Художественная литература, 1983. – 344 с.
3. **Бух Н. К.** Воспоминания. – М.: Всесоюзное общество политкаторжан и ссыльнопоселенцев, 1928. – 199 с.
4. **Дейч Л. Г.** За полвека. Т. 1. – Берлин: Грани, 1923. – 306 с.
5. **Захарина В. Ф.** Голос революционной России. – М.: Мысль, 1971. – 238 с.
6. **Кэмпбелл Дж.** Сила мифа. – СПб.: Питер, 2018. – 304 с.
7. **Кэмпбелл Дж.** Маски бога. Изначальная мифология. Т. 1. Ч. 1. – М.: Касталия, 2019. – 236 с.
8. **Кэмпбелл Дж.** Мифы для жизни. – СПб.: Питер, 2023. – 384 с.
9. **Лавров П. Л.** Народники-пропагандисты 1873–1878 гг. – СПб.: Типография «Товарищества Андерсона и Лойцянского», 1907. – 318 с.
10. **Никифоров А. И.** Сказка и сказочник. – М.: ОГИ, 2008. – 376 с.
11. **Пропп В. Я.** Морфология сказки. – Л.: Academia, 1928. – 151 с.
12. **Пропп В. Я.** Русская сказка. – М.: Лабиринт, 2000. – 416 с.
13. **Пропп В. Я.** Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2000. – 336 с.
14. **Сафронова Ю. А.** Нелегальная литература для народа: читатель воображаемый и реальный // НЛО. – 2019. – № 2. – URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/156_nlo_2_2019/article/20890/ (дата обращения 03.09.2024).
15. **Суслов А. А., Орлова В. В.** Социальное предназначение русской сказки // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2019. – № 3 (34). – С. 21–31.
16. **Элиаде М.** Аспекты мифа. – М.: Академический Проект, 2010. – 251 с.

REFERENCES

1. Aptekman O. V. Society "Land and Will" 70s. Petrograd: Kolos, 1924, 459 p. (In Russian)
2. Bazanov V. G. From folklore to folk book. Leningrad: Khudozhestvennaya Literatura, 1983, 344 p. (In Russian)
3. Bukh N. K. Memories. Moscow: All-Union Society of Political Prisoners and Exiles, 1928, 199 p. (In Russian)
4. Deitch L. G. For half a century. T. 1. Berlin: Grani, 1923, 306 p. (In Russian)
5. Zakharina V. F. The Voice of Revolutionary Russia. Moscow: Mysl, 1971, 238 p. (In Russian)
6. Campbell J. The Power of Myth. Saint Petersburg: Peter, 2018, 304 p. (In Russian)
7. Campbell J. Masks of God. Primitive Mythology. Vol. 1. Part 1. Moscow, 2019. (In Russian)
8. Campbell J. Myths for Life. Saint Petersburg: Peter, 2023, 384 p. (In Russian)
9. Lavrov P. L. Narodniks-propagandists 1873–1878. Saint Petersburg: Tipografiya "Tovarishchestvo Anderson and Loitsyansky", 1907, 318 p. (In Russian)
10. Nikiforov A. I. Fairy Tale and Storyteller. Moscow: OGI, 2008, 376 p. (In Russian)
11. Propp V. Ya. Morphology of the Fairy Tale. Leningrad: Academia, 1928, 151 p. (In Russian)
12. Propp V. Ya. Russian fairy Tale. Moscow: Labyrinth, 2000, 416 p. (In Russian)
13. Propp V. Ya. Historical Origins of the Magic Fairy Tale. Moscow: Labyrinth, 2000, 336 p. (In Russian)
14. Safronova Yu. A. Illegal Literature for the People. The Reader Imaginary and Real. *NLO*, 2019, no. 2. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/156_nlo_2_2019/article/20890/ (accessed 03.09.2024). (In Russian)
15. Suslov A. A., Orlova V. V. The Social Purpose of the Russian Fairy Tale. *Vectors of well-being: economy and socium*, 2019, no. 3 (34), pp. 21–31. (In Russian)
16. Eliade M. Aspects of Myth. Moscow: Academic Project, 2010, 251 p. (In Russian)

Информация об авторах

В. А. Спесивцева, кандидат исторических наук, доцент, Новосибирский государственный педагогический университет, wierra@yandex.ru, Новосибирск, Россия

М. Ю. Спесивцева, магистр, Новосибирский государственный педагогический университет, ritaspesivtseva@gmail.com, Новосибирск, Россия

Information about the authors

Vera A. Spesivtseva, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Novosibirsk State Pedagogical University, wierra@yandex.ru, Novosibirsk, Russia

Margarita Yu. Spesivtseva, Master's degree, Novosibirsk State Pedagogical University, ritaspesivtseva@gmail.com, Novosibirsk, Russia

Статья поступила в редакцию 12.08.2024

Одобрена после рецензирования 27.09.2024

Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 12.08.2024

Approved after reviewing 27.09.2024

Accepted for publication 18.10.2024

Научная статья
УДК 008 + 687.016

Традиционный ансамбль кимоно: сюжеты росписи, узоры и орнаменты

Пожиленко Анастасия Андреевна¹, Калюжнова Марина Владимировна¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. В японской культуре костюм представляет собой один из способов коммуникации. Это связано с символической природой костюма. Одним из важнейших языков культуры является язык одежды, и для овладения этим языком необходимо знать вестиментарные коды, то есть совокупность правил и закономерностей передачи информации посредством предметов костюма. Ключевыми свойствами костюма как знака можно выделить единство материально-физического и смыслового компонентов (смысловой компонент всегда связан с локально-временной спецификой); связь между планами выражения (форма, одежда как таковая) и содержания (совокупность историко-культурно определённых значений) конвенциональна; костюм как знак в культуре динамичен.

Для японского костюма особенно важным является его декор, анализу которого авторы уделяют особое внимание. Определяется специфика японского костюма. В ансамбле японского традиционного костюма было не принято носить нательные украшения, декор стал способом показать социальный статус и вкус владельца. Рисунки на кимоно развивались, впитывали многие элементы изобразительного искусства. Выделяются мотивы в корреляции с изобразительным искусством: четыре сезона, двенадцать месяцев, известные места. Для росписей кимоно также используются сюжеты театральных постановок и сюжеты поэзии, а для орнаментов и узоров часто используются стилизованные предметы и некоторые явления, у каждого из которых также есть свой смысл. Главное в декоре кимоно – это гармония его элементов, сочетание цветов и благопожелательный смысл.

Ключевые слова: японская культура; язык одежды; декор; сюжеты; вестиментарный код; коммуникация

Для цитирования: Пожиленко А. С., Калюжнова М. В. Традиционный ансамбль кимоно: сюжеты росписи, узоры и орнаменты // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 48–62.

Scientific article

Traditional Kimono Ensemble: Painting Plots, Patterns and Ornaments

Anastasia A. Pozhilenko¹, Marina V. Kalyuzhnova¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. In Japanese culture, costume represents one of the ways of communication. This is due to the symbolic nature of costume. One of the most important languages of culture is the language of clothing, and to master this language it is necessary to know

the testamentary codes, a set of rules and regularities of information transmission by means of costume items. The key properties of costume as a sign are the unity of material-physical and semantic components (the semantic component is always connected with local-temporal specificity); the connection between the plans of expression (form, clothing as such) and content (a set of historically and culturally determined meanings) is conventional; costume, as a sign in culture is dynamic.

For the Japanese costume is especially important its decoration, to the analysis of which the authors pay special attention. The specificity of Japanese costume is defined. In the ensemble of Japanese traditional costume it was not customary to wear body jewellery; decoration became a way to show the social status and taste of the wearer. Drawings on the kimono evolved, absorbed many elements of fine art. Motifs in correlation with fine art are highlighted: the 4 seasons, twelve months, famous places. For kimono paintings, theatre and poetry plots are also used, and for ornaments and patterns, stylized objects and certain phenomena are often used, each of which also has its own meaning. The main thing in kimono decoration is the combination of harmony of its elements, combination of colours and benevolent meaning.

Keywords: Japanese culture; dress language; decor; plots; vestimentary code; communication

For citation: Pozhilenko A. A., Kalyuzhnova M. V. Traditional kimono ensemble: painting plots, patterns and ornaments. *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 48–62.

Костюм – отражение культуры, истории, статуса, это язык, код, который считывают, он меняет «внешность» человека («габитус» от лат. habitus «внешний облик человека») [2, с. 231]. Но одежда и костюм являются частью культуры; под воздействием культуры одежда превращается в костюм. Костюм – это культурное явление, которое обладает многофункциональностью. При этом его нельзя свести ни к одной из выполняемых им задач. Одна из функций костюма – идентификация. Некоторые стороны идентификации связаны с телесностью, с габитусом, что представляется через костюм. Костюм в таком случае выступает как значимое средство идентификации, формирующее как социальную идентичность, так и самоопределение личности.

Еще одна функция костюма – национальная идентификация. Национальный костюм – это и способ маркировать своего/чужого, и способ показать свою культуру другим. Национальный костюм отражает историю, культуру, топографию народа. Так, для Японии национальным костюмом стало кимоно. Однако свой современный вид кимоно обрело не так давно, перед этим пройдя долгий путь, формируясь под влиянием культуры Китая, буддизма и синтоизма. Само слово «кимоно» дословно переводится как «одежда, которую носят, надевая на плечи» (в отличие от брюк, головных уборов, перчаток и т. д.). Однако в современности это слово в основном используется по отношению к определенному виду японского традиционного костюма халатообразного кроя, подвязываемого поясом.

Но традиционный японский костюм не всегда выглядел так. На протяжении долгой истории Японии костюм менялся вместе с тем, как менялось японское общество.

История японского костюма насчитывает более тысячи лет. О костюмах эпох Дзёмон и Яёй мало что можно сказать, однако уже с этих времен для японского традиционного костюма характерен прямой крой. Элитарный костюм развивался под влиянием культур Китая и Кореи: японцы копировали китайские и корейские костюмы, но со временем трансформировали их под влиянием собственных верований, традиций, эстетических представлений, а также с учетом местного быта и климата. Так японский костюм начал развиваться в двух направлениях: элитарный и народный.

В период Асука с приходом буддизма появляются расписные ткани. А в VII веке Япония заимствует ранговую систему из Китая. В период Хэйан с расцветом аристократии появляется термин «кокуфу» (国風), обозначающий японский стиль в противовес китайскому «карафу» (唐風). Японский стиль выражался в чрезмерной многослойности. В это же время формируются устойчивые цветовые сочетания, символика орнаментов и цветов, определяется сезонность, вводится строгий регламент в одежде – кодекс «Тайхорицурё» (大宝律令). В этом кодексе детально описывался костюм высших слоев общества: кто, что, как и когда должен носить.

С переходом власти к военному сословию в костюме появилась тенденция к упрощению. К XVII веку халат с узкими рукавами занял место основной женской и мужской одежды. Это время стало эпохой такой разновидности кимоно, как *косодэ* (小袖), простота конструкции которого компенсировалась многообразием декора [9, с. 8].

Одним из законодателей моды в Японии был театр Кабуки. Его актеры приспособивали повседневную одежду для нужд сцены, а горожане перенимали многие нововведения после посещения театра.

С западной культурой японцы столкнулись еще в XVI веке, однако только в XIX веке, когда западное платье было заимствованно как официальная придворная одежда, традиционный костюм стал осознаваться как национальный. Появляются термины «вафуку» 和服 и «ё:фуку» 洋服 – «японская одежда» и «западная одежда». Традиционная одежда отходит на задний план, европейская одежда становится выходной и рабочей одеждой [10, с. 60].

Современный вид кимоно сформировался на рубеже веков под влиянием экономических и социальных изменений.

Японский национальный костюм, он же *кимоно*, – это сложный цельный образ, который сочетает в себе визуальные и декоративные эффекты и смысловую наполненность.

Японский костюм представляет собой яркий пример того, что костюм может «говорить». Цвет, рисунок, орнамент, длина рукавов – все это несет в себе смысловую нагрузку: кимоно может рассказать о социальном положении, о финансовом положении, о возрасте и вкусе владельца. Японский традиционный национальный костюм – это целый ансамбль из элементов, которые должны сочетаться друг с другом, а также с поводом, по которому его надевают.

Основой философии японского костюма служат три понятия: любовь, красота и этикет (*рэй* 礼). Японская культура развивалась в парадигме сосущество-

вания с природой, а не противоборства ей, как западная культура. Основная концепция японского костюма – непротиворечивость по отношению ко всем культурам, «открытость миру». Японское кимоно с единообразным кроем и двумя размерами подходит любому. Яманака Норико называет это «со:до:» (装道) – «путь костюма», который выражается в том, что кимоно – средство достижения гармонии в мире за счет своей уникальности.

Ансамбль японского традиционного костюма может состоять из более чем двадцати деталей. В современности существуют квалифицированные сертифицированные костюмеры, помогающие облачаться в японский традиционный костюм по всем правилам и традициям. Главной его составляющей является кимоно. Особенность кимоно заключается в геометричности линий, Т-образном крое, который не подгоняется под фигуру. Кимоно носят, запахнув на правую сторону, и фиксируют поясом *оби* (帯). В процессе надевания кимоно подгоняется под конкретного человека с помощью различных складок, скрывая фигуру и приводя ее к «гармонии».

Простоту кроя кимоно компенсирует сложность его декора: начиная от цвета и цветовых сочетаний, и заканчивая сезонностью и сложным сочетанием текстов в росписях кимоно.

Также развитие декора кимоно во многом связано с развитием других отраслей художественной культуры Японии, в частности, с развитием принципов строительства жилья. Традиционно японский интерьер минималистичен, поэтому любой яркий предмет тут же привлекает внимание. Таким предметом мог быть свиток в нише *токонома* (床の間), ширма, икэбана и кимоно. Так, интерьер выступает в роли нейтрального фона для фигуры человека, поэтому важно, чтобы одежда выделяла его в пространстве. В этом отношении декоративный эффект одежды использовали в полной мере: кимоно не убрали в шкаф, но развешивали на специальной подставке в помещении, так можно было увидеть весь декор кимоно полностью. Кимоно как украшение помещения начали использовать еще с эпохи Хэйан. Так использовать кимоно возможно за счет его архитектуры: благодаря прямому крою кимоно может трансформироваться в ширму или полосы ткани. Благодаря этому кимоно становится не просто одеждой, но и еще одним видом искусства наравне с живописью. Многие сюжеты живописи переносятся на кимоно, а многие кимоно становятся сюжетами картин [1, с. 23].

Кодификация японского костюма начинается еще в эпоху Хэйан. В это же время активно развивается поэзия *вака* (和歌), тесно связанная с сезонностью. В то же время сезонность пронизывает все аспекты культуры Японии: литературу, живопись и даже кимоно. То, какое огромное внимание японцы уделяют сезонности, связывают со следующими факторами:

- особенностями климата и топографии;
- духовной реальностью – идеализацией пространства вокруг, созданием идеального образа природы (*нидзитэкисидзэн* 二次の自然);

– традиционными культурами и религией – обожествлением предметов и явлений, человек здесь часть природы, смена сезонов – течение жизни (*моно-но-аварэ* もののあわれ);

– аристократической культурой хэйан, в которой символы сезонности развиваются в поэзии и просачиваются в другие виды искусства (ширмы *бёбу* 屏風, свитки *эмаки* 絵巻 и др.).

Во многом благодаря поэзии аристократов, постепенно сезонность закрепляется за определенными цветами (чёрный – зима, голубой, зеленый – весна), растениями, животными, явлениями и их сочетаниями. Позже определенные литературные сюжеты и известные места тоже приобретают сезонную окраску. Появляются *утамакура* (歌枕) – устойчивые мотивы в поэзии, которые позже, в эпоху Эдо, переходят в живопись и в кимоно. Кимоно само по себе становится произведением искусства.

В японской живописи можно выделить три жанра: *сики-э* («четыре сезона» 四季絵), *цукинами-э* («двенадцать месяцев» 月波絵) и *мэйсё-э* («известные места, которые также были связаны с сезонами» 名所絵). Эти жанры перешли и в кимоно. Часто многие произведения живописи становились мотивами росписи кимоно, а многие кимоно становились объектом изображения живописи [5, с. 20].

Кроме сезонности при составлении ансамбля традиционного японского костюма учитываются такие критерии, как благоприятное значение и соответствие ситуации.

Каждый цвет, помимо сезонного значения, также имеет и «благоприятное значение». То же происходило и с орнаментом, узорами или мотивами. Многие узоры были заимствованы из Китая уже с их значением. Однако японцы верили в магию слова *котодама* (言霊), поэтому орнаменты, связанные со словами «открыть», «начинается», «расти», воспринимаются как положительные, а связанные со словами «падать», «заканчиваться» – как отрицательные (например, раскрывающийся веер ассоциируется со словом «открыть», что несет в себе благоприятное пожелание) [2, с. 59].

Также все элементы кимоно должны соответствовать ситуации, в которой надевают кимоно. Считается безвкусным и в целом моветоном несоответствие кимоно и сезона (например, надевать кимоно с мотивом, опережающим сезон, можно, но продлевать таким образом ушедший – моветон).

В создании ансамбля традиционного японского костюма важен не только подбор кимоно, но и сочетание кимоно и пояса *оби* (帯). Так, в хорошо составленных ансамблях пояса *оби* подбираются не столько по цвету, сколько в соответствии с идеей ансамбля. *Оби* должен поддерживать, быть в диалоге с кимоно, а не противоречить ему. Пояс может дополнить или даже изменить трактовку мотива кимоно, поэтому важно подобрать *оби* правильно. *Оби* должен стать частью тематической игры *асоби* (遊び), должен быть подобран по принципу *кадзари* («украшение» 飾り). Например, хорошо составленным ансамблем будет являться *оби* с линиями гор, подобранный к летнему кимоно *хитоэ* (単衣)

«Карпы и клёны». Данное сочетание создает несколько оппозиций: суша – вода, инь – ян, статика – динамика.

Также в создании ансамбля кимоно важно не только то, что видно, но и то, что скрыто. Участниками игры асоби могут быть само кимоно и его владелец. Так проявляется внутренняя ориентация кимоно. Внутренняя ориентация кимоно начала развиваться в эпоху Эдо в связи с многочисленными законами, запрещающими роскошь. Однако эти ограничения никак не регламентировали нижние кимоно, пояса *оби* и подкладку, что привело к тому, что внутренние слои и подкладка были роскошнее, чем то, что демонстрировалось вовне. В городской среде развивалась эстетика *ики* 粋 – утонченности и изящности в незаметном проявлении богатства и красоты. Это особая философия, умение показать вкус и достаток скрыто, неявно. Благодаря этому развивается культурная категория *урамасари* 裏勝り – превосходство внутренней стороны/подкладки. Это особенно хорошо можно проследить в мужских нижних кимоно или в накидках *хаори* (羽織). Еще одним проявлением этой категории будут четырехметровые пояса *оби*, расписанные или вышитые с обеих сторон, но в надетом виде видна лишь малая часть их великолепия.

Глобально кимоно разделяют на две группы: *харэги* (晴れ着) – нарядные и праздничные, и *фуданги* (普段着) – повседневные. В росписи кимоно используются различные сюжеты, явления или мотивы. Существуют различные способы их выражения в росписях. Самым простым для восприятия является прямое выражение темы и сюжета. Более сложной кодировкой смыслов является кодировка через иконографические образы, аллюзии или уподобления. С помощью метонимического переноса, отсылающего к какой-либо легенде, можно пожелать здоровья или богатства. Какие-либо элементы в кимоно могут присутствовать в виде цвета (например, розовый фон на кимоно может символизировать сливу). Самым сложным для восприятия являются внеизбирательные компоненты, так как они требуют широкой эрудиции, глубокого познания японского языка и культуры. Такой прием как *какэкотоба* (掛詞), обыгрывающий омофонию или полисемию слов, работает, как ребус [6, с. 32].

Так, для создания ансамбля традиционного японского костюма необходимо знать различные цветовые сочетания, их значения и сезонность, знать, какое животное, растение или какой орнамент лучше подойдут к ситуации, иметь большие познания в традиционной японской литературе и живописи, и уметь сочетать между собой все элементы. Таким образом, можно выделить такие уровни восприятия кимоно:

- сюжетно-тематический (определение сюжета и темы);
- символический (кодированные иконографические образы);
- анализ внеизобразительных компонентов образа (классическая литература и драматургия, языковые знания) [5, с. 23].

Созданная в эпоху Хэйан аристократическая поэзия *вака* (和歌) закрепила развернутую систему сезонности. Кодификация охватывала многие материальные, художественные и бытовые формы. Самурайская элита, богатые тор-

говцы и ремесленники позже опирались на созданную систему, видоизменяя и развивая существующие культурные коды.

В эпоху Момояма развиваются такие техники декорирования кимоно, как шитье золотыми и серебряными нитями, аппликации фольгой. Декор орнаментом нередко сравнивают с декоративной живописью. Это связано с тем, что законодателями моды были те же мастера, что расписывали ширмы, шкатулки, веера. С развитием искусства ксилографии (гравировка по дереву и последующий оттиск) отдельные мотивы осмысливаются в графическом плане, тиражируются среди горожан. Развитие трафаретов позволяет создавать разноцветные плоскостные изображения, орнаментальные композиции и жанровые сцены, а также стилизованно изображать цветы, растения, рыб, морских животных и т. п. [2, с. 22].

Как уже ранее говорилось, в ансамбле японского традиционного костюма важны три составляющие: сезонность, благоприятное значение и соответствие ситуации.

Цвет является знаком и формой передачи основных форм культуры и несет в себе информацию о своеобразии исторического и культурного развития народа. Поэтому знание цветовой символики того или иного народа помогает лучше понимать его культуру, менталитет и язык.

Крашенные и расписанные кимоно называют *сомэ-моно* 染め物. Ткань для таких кимоно окрашивается уже после ткачества. А если нити были окрашены перед тем, как из них сделали полотно, ткань и кимоно называются *оримоно* 織り物. Тканые кимоно обычно относятся к повседневным, хотя встречаются и праздничные. В то же время роспись может украшать и повседневные кимоно [6, с. 24].

Говоря о цвете в японской традиционной культуре, можно выделить пять основных цветов: синий, красный, черный, желтый и белый. Позже к ним добавляется лиловый, который из-за дороговизны и редкости пигмента стал символом высокого положения и вошел в ранговую систему. В трактовке значений цветов есть некоторые разногласия, так как буддизм и синтоизм по-разному объясняли значения цветов. Так, например, в синто белый цвет был священным, божественным цветом, в то время как в буддизме белый цвет считается цветом небытия, смерти. Однако в повседневной жизни японцы чаще руководствуются синтоистскими представлениями.

Основным сырьем для красящих пигментов были минеральные или растительные пигменты. Но такие пигменты давали легкий оттенок, хотя и насыщенные, яркие цвета также присутствовали [10, с. 58].

При этом каждый цвет имеет свою собственную символику. Например, красный цвет относится к летнему сезону, ассоциируется с югом, солнцем, птицами. В восточной эстетике это позитивный цвет, он также воплощает человеческое сердце и мужество. Словом *ao* (青) в японской культуре обозначают оттенки синего, голубого и зеленого. Сезон этого цвета – весна. Также он ассоциируется с востоком, деревом, ветром. Белый цвет соотносится с западом, с иным миром. Сезонно этот цвет относится к осени. Благоприятное значение у него «долг

и справедливость». Черный цвет – это традиционно мужской цвет, который соотносится с севером. Черный цвет – цвет зимнего сезона. Обозначает север, луну, воду, мудрость и рассудительность. Желтый цвет символизировал центр земли [8].

При составлении ансамбля традиционного японского костюма опираются на следующие виды цветовой гармонии: гармония родственных цветов, родственно-контрастная гармония, родственная гармония, контрастная гармония, гармония сближенных цветов, тональный контраст.

Система цветowych сочетаний, сложившаяся в эпоху Хэйан получила название *касанэ-иро* («наслоение цветов» 重ね色). Различные цветowe сочетания получали поэтические названия, например, растения (*фудзи* – глициния 藤, *умэ* – слива 梅 и т. д.). Цветowe сочетания нужно носить в соответствии с сезоном, хотя существуют и внесезонные, праздничные сочетания. Носить опережающие сезон цветowe сочетания было уместно, а вот цветowe сочетания прошлого сезона считались проявлением плохого вкуса. Однако были специальные цветowe сочетания, соответствующие сезону, но позволяющие выразить ностальгию по прошедшему, например *сира-гику* (白菊), белая хризантема, – осенний цветок, который использовали и в зимней комбинации [5, с. 27].

Сезонность только через цвет выражалась в такой разновидности кимоно, как *дзюни-хитозэ* (十二単), а вот в дизайне *косодэ* (小袖 кимоно с длинными рукавами) можно было уже показать не только сезонность, но и место, событие с помощью росписи, орнаментов и узоров.

Сюжетами для росписи кимоно становились не только литературные сюжеты, но и известные места, постановки и герои театров Но и Кабуки. Многие сюжеты перекочевали в кимоно из традиционных школ живописи Японии. Так, в кимоно встречаются *сики-э* (四季絵), *цукинами-э* (月波絵) и *мэйсё-э* (名所絵). При этом каждый сюжет, как и полагалось, соотносился со своим сезоном. Так, например, поэты, восторгаясь горой Ёсино, часто описывали цветущую сакуру, что сделало этот сюжет весенним. В то же время изображение горы и сакуры сразу говорило о конкретном месте, так за определенными местами закрепляется определенная сезонность, мотивы называются в честь изображаемых мест (*тацутагава* – «мотив воды и кленовых листьев» 竜田川), при этом художнику совсем не обязательно изображать место точно, достаточно определенных ключевых символов.

Также для росписи использовали и отрывки из пятистиший. На кимоно помещались части пятистиший, чаще вышивкой, а оставшиеся части зашифровывали в росписях. Такие дизайны назывались *тирасигаки* 散らし書き. Изображая определенные предметы или персонажей, также можно было передать какое-либо послание. Это делали на основе омонимии, на основе ассоциаций, на основе свойств, которыми наделялся изображаемый предмет. Так, например, для летних кимоно гейш, одежда которых была ориентирована вовне, было принято использовать холодные цвета, а для росписи – образы, вызывающие ощущение прохлады, чтобы люди, увидевшие кимоно, смогли почувствовать ее в летний зной [5, с. 20].

Таким образом, роспись, как и цветовые сочетания, в кимоно подчиняется принципам сезонности, благоприятности и соответствия ситуации.

Популярным был жанр «цветы и птицы», когда изображали птиц, сидящих на ветках деревьев или среди цветов. Другой популярный жанр – «четыре времени года», в котором в одной плоскости сочетались различные сезонные растения. Этот жанр относит к мировому порядку и неизменности жизненного цикла природы. Еще один жанр – «город», «архитектурный пейзаж». Художник изображает на кимоно город с высоты птичьего полета. Частым «персонажем» этого жанра является Золотой Храм *кинкакудзи* 金閣寺, а среди сюжетов этого жанра можно встретить «Пейзаж Осаки», «Пейзаж Оми», «Пейзаж Нагасаки». В жанре «горы-воды» прослеживается связь со станковой живописью. Традиционно это были картины тушью с одним-двумя дополнительными цветами. Сюжеты этого жанра украшают кимоно XIX–XX веков. Мотивы мастеров, которые расписывали бытовые предметы и вводили их в моду, назывались современниками по имени мастера, например, «Мотивы Корин» и «стиль Корин» по имени мастера Огаты Корина. Также названия давались и по школам живописи, как «стиль школы Римпа» (琳派). Другим популярным видом декора кимоно были гравюры, благодаря ксилографии картины можно было тиражировать в больших количествах, что позволило перенести их и на кимоно целиком или частично. Так, например, фрагмент «Большая волна в Канагаве» 神奈川大波 из «36 видов Фудзи» (富嶽三十六景) стал крайне популярен. Или, например, лист «Красная Фудзи» из этой же серии стал основой для декорирования *куротомэсодэ* 黒留袖 [1, с. 20].

Теперь мы хотели бы рассмотреть некоторые сюжеты подробнее.

Сюжет *хацуюмэ* («первый сон» 初夢) относится к зимнему сезону, а конкретно к первому месяцу года. Этот сюжет связан с легендой о том, что сон в первую ночь года – вещий. Начиная с эпохи Эдо, японцы считали, что если увидеть в этом сне гору Фудзи, ястреба и баклажан, то год пройдет удачно. Существует даже пословица «раз – Фудзи, два – ястреб, три – баклажаны». Такое сочетание связано не только с символической, но и с игрой слов. Фудзи – самая высокая гора в Японии, она одновременно и священное место, и божество. В то же время для иероглифов 富士 есть омонимичные 不二, которые означают «несравненный, не имеющий себе равных». Ястреб или сокол являются символом правящей верхушки самураев. Омонимом для слова «ястреб» 鷹 будет 高, со значением «повышения, движения ввысь». Баклажан является символом плодородия и мужской силы. Омонимами для баклажана 茄子 будут *насу* 濟す – «отдавать долг», 成す – «завершать», 為す – «делать, совершать». Поэтому подобный мотив является пожеланием счастья, независимого процветания, материальной прибыли и духовного роста, успехов и завершения всего задуманного в Новом году [5, с. 22].

Мотив *карако* 唐子 – «китайские дети», не имеет сезонности сам по себе, но приобретает сезонное значение в зависимости от сопутствующих мотивов или орнаментов. Изображение детей считается благопожелательным, считается

пожеланием продолжения рода, процветания, радости и счастливой жизни в полном достатке [5, с. 22].

Мотив *о:гу-нагаси* 扇流し представляет собой изображение нераскрытых вееров, плывущих по реке. Другое название этого мотива *сэммен-нагаси*. 扇 – это складной веер, 扇面 – бумага, из которой делали складные веера. 流す означает «пускать по течению». Этот сюжет связан с развлечением придворных аристократов: пускать веера вплавь как подношение богам. Считалось, что увидеть плывущий по реке веер – к удаче. Плывущие веера символизируют мимолетность момента: время любования ценно, потому что коротко [5, с. 42].

В целом, мотивы с изображением плывущих по воде предметов называют *нагаси* 流し.

К редким мотивам можно отнести японские игрушки *кёдо-гангу* 郷土玩具 и обереги *энгимоно* 縁起物. Тема этого мотива – *хикидзури* 引きずり, сезонные праздники. Такой мотив может быть наполнен различными благопожелательными символами и изображениями оберегов [5, с. 42].

Мотив с карпами считается крайне благоприятным. Он связан с самурайством. На мужских кимоно этот мотив символизирует силу и упорство, а на женских – любовь (слова «камп» 鯉 и «любовь» 恋 звучат одинаково *кои*) [6].

Мотивы колокольчиков *судзу* 鈴 и сосен *мацу* 松 благопожелательны: звон колокольчиков помогает освободить разум, отпугивает злых духов. Сосны и колокольчики с веревками – это оппозиция природного и рукотворного, которая образует гармонию [6, с. 24].

Прибрежная линия представляет собой мотив *мидзубэ* 水辺. Изображение плывущих облаков и текущей воды ассоциируется со спокойным и безмятежным существованием, принятием жизни такой, какая она есть [6, с. 30].

Мотив чистых прозрачных потоков воды – *сэйрю*: 清流 – это мотив изменения жизни, юности, свежести, движения и обновления [6, с. 34].

Мотив фейерверков *ханаби* 花火 – это исключительно летний мотив. Дословно он переводится как «цветочный огонь» или «огненный цветок». На кимоно изображается фейерверк. Его изображение считалось благоприятным, так как шум и огонь отпугивали злых духов, прогоняли бедствия [6, с. 36].

Дракон – это классический мотив на мужских вещах. Он символизирует власть, могущество, наивысший статус и силу. В восточной традиции обычно выделяют три вида драконов: небесные, водные и горные. В японской иконографии дракон изображается частично скрытым водой или облаками, так как простой смертный не может увидеть его целиком [6, с. 42].

Сочетание таких пар, как солярные орнаменты *саягата* 紗綾型 и хризантемы с китайскими орхидеями, и сливы с бамбуком образует квартет *сикунси* 四君子. Этот мотив пришел из Китая и обозначает четыре сезона.

Среди мотивов *мэйсё-э* встречаются изображения различных мест, при этом художник не всегда изображает место в точности, иногда достаточно каких-либо ассоциаций.

Так, например, изображение полотен шелка, развивающихся на ветру, у зрителя сразу вызывает ассоциации с топонимом Камогава. Это связано

с техникой окрашивания *ю:дзэн* 友禪. Последняя стадия в этой технике – *ми-дзуараи* 水洗い – когда ткань полоскали в проточной холодной реке. В Киото так ткань полоскали в реке Камогава, что было излюбленным сюжетом художников [5, с. 32].

Плакучие ивы, склонившиеся к реке, отсылают к другой реке – к реке Удзи, находящейся к югу от Киото. В VII веке через реку был построен мост, а благодаря своей живописности это место упоминается в различных литературных произведениях. С X века это место приобрело значение осенней сезонности [5, с. 32].

Тростник в японской культуре поэтически связан с Нанивой. Нанива – это старинное название местности, где находится Осака. С древних времен через эту местность пролегали сухопутные и водные торговые пути. Связь Нанивы и тростника в культурном сознании идет еще с поэтической антологии «Манъёсю» («Собрание мириад листьев») [5, с. 33].

Изображение осенних трав традиционно относит к долине Мусаси. Эта отсылка сложилась и закрепилась еще в X веке, так как эту долину в классической японской поэзии часто упоминали в контексте осенних трав. Таким образом, сезон этого мотива – осень [5, с. 38].

Среди мотивов, основанных на каком-либо сюжете, встречаются сюжеты постановок театров Но и Кабуки, а также сюжеты легенд и литературных произведений и их персонажей.

Так, например, на кимоно можно встретить изображение героини Тора Годзэн. Другое ее имя Оисо-но Тора. Это прекрасная куртизанка, возлюбленная старшего из братьев Сога, Дзюро. Но после смерти Дзюро она станет монахиней. Сюжет о ней также стал традиционным для театра Кабуки.

Другой сюжет, который можно встретить на кимоно, – это одна из самых известных танцевальных пьес театра Кабуки «Мусумэ Додзэджи» (娘道成寺). В основу постановки легла легенда о девушке Киёхимэ, превратившейся в змею. Эта пьеса традиционно исполняется в марте, так что сезонность этого сюжета – весна.

Еще один популярный сюжетный мотив – хризантемовый мальчик. Этот сюжет основан на легенде о Кикудзидо 菊児童, пришедшей в Японию из Китая. Дзидо служил у китайского императора, но совершил провинность, за которую его должны были казнить. Однако мальчик отделался изгнанием, а на прощание император дал ему изголовье, через которое он перешагнул, и велел молиться каждый день. Написав на лепестке хризантемы сутры, юноша превратил росу в эликсир бессмертия, благодаря которому прожил больше восьми сотен лет. Данный сюжет несет в себе пожелание долголетия, вечной молодости и здоровья, а его сезоном является осень [5, с. 30].

Однако мотивы с сюжетами легенд и постановок театров в основном встречаются на кимоно, принадлежащих гейшам или их ученицам. Обыватели предпочитали кимоно с классическим декором.

Орнамент (от лат. *ornamentum*) – это отвлеченный тип изображения, относится к роду композиции. Его основной художественный смысл заключа-

ется во взаимодействии с окружающей средой: декорируемой поверхностью, объемом и массой. Он возникает из необходимости согласования изобразительных форм с особыми условиями их существования (расположение на костюме) [4, с. 322]. Узорами называют естественные текстуры и рисованные – орнаментальные композиции. В контексте костюма цель орнамента или узора – украшения, отличает их то, что орнамент представляет собой упорядоченный рисунок, элементы которого повторяются, а узор представляет собой свободный рисунок, элементы которого могут не повторяться.

Декором (от лат. *decor* – «приличие, пристойность») называют любое украшение костюма. Художественный смысл состоит во взаимодействии с окружающей средой – пространством, объемом, массой, плоскостью, форматом, качеством декорируемой поверхности – ее тоном, цветом, текстурой и фактурой [3, с. 132].

Характерными чертами японского орнамента являются минимализм и стилизация, а в узорах не используется большое количество элементов. Многие орнаменты основаны на традиционных сюжетах, являются стилизацией предметов и явлений.

Искусство орнамента формировалось не одно столетие, но так же, как и система цветовых сочетаний, его система оформилась в период Хэйан. Одним из качеств национальной традиции Японии называют принципы асимметрии и свободного соотношения декора и формы. Как правило, декор и форма противопоставлены друг другу, гармония достигается за счет соотношения пустого и заполненного декором пространства, а аккуратный геометрический рисунок может быть заключен в фигуру неопределенной формы [4, с. 32].

Выделяют следующие виды декора ансамбля кимоно. Основой как для орнамента, так и для узора могут быть растения и животные, а также предметы быта. Еще одной основой для узора могут быть поэтические мотивы, герои, пейзажи или жанровые сцены. Также часто встречаются геометрические орнаменты (*сёкко* 蜀江, *кикко* 亀甲, *саягата* 紗綾型 и др.) и орнаменты *сэй-гай-ха* (青海波 «волна голубого океана») [8].

Благопожелательные узоры и орнаменты в совокупности называются *сайвай моё*: 幸い模様 – счастливые узоры или *ю:сокумонъё*: 有職文様 – орнаменты, относящиеся к императорскому двору. Среди них – черепаховый панцирь *кикко* 亀甲 в виде шестиугольника. Черепаха является символом долголетия и удачи, поэтому и узор несет в себе такое же значение. Иногда этот орнамент встречается с цветком внутри шестиугольника. Еще один орнамент – волнистые линии *татэваку* 縦杵. Этот орнамент изображает пар, поднимающийся вверх от кипения воды. Такой орнамент достаточно сложно создавать, поэтому он встречался лишь в одежде состоятельных людей. Другой орнамент – *хиси* 菱 – рисунок в виде ромбов. Орнамент в виде китайских цветочных арабесок называется *каракуса* 唐草 и символизирует вечность, семейные ценности и умиротворение. Семь буддийских сокровищ символизирует орнамент из цепочек кругов *синпо*: 七宝. Орнамент *сэйгаха* 青海波, он же «синие волны океана», – это символ удачи.

Кроме того, изображаемые элементы в кимоно имеют свою собственную символику.

Бамбук в японской культуре считается символом силы и стабильности. Слива представляет собой символ красоты и стойкости. А в триединстве с соей эти два элемента символизируют долголетие.

Ивы являются не только указанием на летний сезон, но и отсылкой к гейшам. Это связано с поэтическим названием веселых кварталов – *карю:кай* 花柳界 – «мир цветов и ив». Здесь цветы соотносятся с куртизанками, а ивы – с гейшами. Также ива считается символом женственности: дерево гибкое, но сильное.

Семь осенних трав соотносятся с осенним сезоном. Оминаэси 女郎花 (патриция) – так называемая «девица-цветок» – является образом девушки. *Надэсико* 撫子 (гвоздика) является метафорой молодой женщины или возлюбленной, есть даже выражение «Ямато надэсико» 大和撫子, означающее скромную красавицу, истинную японку. *Кикё* 桔梗 (колокольчик) считается предвестником наступления осенних холодов.

Госё-нингё: 御所人形 – кукла *кикюдзидо*: 菊児童, считается пожеланием долголетия и относит к празднику хризантем. *Ину-харико* 犬張り子 – это собачка из папье-маше или глины, она считается талисманом для девочек и пожеланием легкой беременности и рождения здоровых детей. Изображение воздушного змея *тако* 凧 отсылает к празднику детей [5, с. 21].

Утки-мандаринки в японской культуре символизируют счастливую любовь и долгий брачный союз, так как считается, что они образуют пару на всю жизнь.

Союз сакуры и клена – это гармоничный союз прекрасного в природе.

Считается, что фазан не покидает птенцов в случае опасности, поэтому эта птица является символом материнства. А длинные хвосты птиц – визуальная метафора долголетия.

Кусудама 久寿玉 – это парчовые мешочки с благовониями и медицинскими травами. Так как *кусудама* играют роль лечебных амулетов и оберегов, то и их изображения выполняют те же функции.

Павлины считаются символом искусства ар-нуво. Их изображения можно встретить на афишах, обложках журналов, в комнатах, на одежде и украшениях. Изначально павлины, распускающие хвост, были метафорой буддийского учения. Павлин может есть ядовитых насекомых, при этом оставаясь здоровым, так и сознание должно оставаться здоровым и красивым, несмотря на «ядовитые» мысли. Светское значение распущенного хвоста – открытие перспектив и возможностей.

Число «пять» в японской культуре символизирует пять великих начал, пять основных добродетелей, пять стихий, пять отношений между людьми, пять праздников. Это число является благоприятным.

Хризантема *кику* 菊, цитрус *татибана* 橘, нандина (*нантэн* 南天 «небесный бамбук») – символы долголетия, пион – роскоши и богатства. Слива – внутренняя и внешняя красота и стойкость [6, с. 20].

Так практически любой предмет или явление может стать объектом изображения на кимоно, а его символика и сезонность основывается на его восприятии в культуре, омонимии или литературной отсылке.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Акчурина-Муфтиева Н. М.** Японское кимоно как вещь и как произведение изобразительного искусства // Крымские диалоги: культура, искусство, образование. – 2021. – № 7. – С. 19–27.
2. **Бурдьё П.** Практический смысл = Le sens pratique / P. Bourdieu: пер. с фр. А. Т Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко. – СПб.: Алетейя, 2001. – 562 с.
3. **Власов В. Г.** Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: в 10 т. – Т. 3: Г-З. – СПб.: Азбука-Классика, 2004. – 752 с.
4. **Власов В. Г.** Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: в 10 т. – Т. 6: Н-О. – СПб.: Азбука-Классика, 2007. – 592 с.
5. Гейши: тайный язык кимоно: мир японской культуры через призму кимоно гейш: кимоно гейш хикидзури первой половины XX века: коллекция Натальи Бакиной: каталог выставки (5–19 марта 2021 года). – М.: Сам полиграфист, 2021. – 47 с.
6. Мир кимоно: от будней до праздников: символика и мотивы кимоно в цикле ежегодных праздников, основные типы традиционной женской и мужской одежды Японии: коллекция Натальи Бакиной: каталог выставки (4–25 марта 2022 года) / редактор: Татьяна Наумова; автор вступительной статьи, глоссария и каталожных описаний: Наталья Бакина. – М.: Сам полиграфист, 2022. – 48 с.
7. **Перевощикова Д. О.** Японский орнамент как источник вдохновения в проектировании современной коллекции одежды // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира: материалы IX Международной студенческой научно-практической конференции «Диалог культур – диалог о мире и во имя мира» (г. Комсомольск-на-Амуре, 09 апреля 2018 г.). – Комсомольск-на-Амуре: АмГПУ, 2018. – С. 745–749.
8. **Поскребышева А., Вершинина О. А., Лопатина М. В.** Японский национальный костюм как источник творчества при создании современной коллекции одежды «Цвет Японии» [Электронный ресурс] // Костюмология. – 2020. – № 4. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/30IVKL420.pdf> (дата обращения: 09.12.23).
9. **Хованчук О. А.** История японского костюма с древнейших времён до середины XX в.: автореф. дис. ... канд. ист. наук. – Владивосток: б/и, 2006. – 26 с.
10. **Хованчук О. А.** Особенности формирования японского традиционного костюма и эстетического мировоззрения // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2009. – № 4. – С. 58–64.

REFERENCES

1. Akchurina-Muftieva N. M. Japanese kimono as a thing and as a work of fine art. *Crimean Dialogues: Culture, Art, Education*, 2021, № 7, pp. 19–27. (In Russian)
2. Bourdieu P. Practical sense = Le sens pratique / per. from Fr. A. T. Bikbov, K. D. Voznesenskaya, S. N. Zenkin, N. A. Shmatko. St. Petersburg: Aleteia Publ., 2001, 562 p. (In Russian)
3. Vlasov V. G. New Encyclopaedic Dictionary of Fine Arts: in 10 vol. Vol. 3: G-Z. St. Petersburg: Azbuka-Klassika Publ., 2004, 752 p. (In Russian)
4. Vlasov V. G. New Encyclopaedic Dictionary of Fine Arts: in 10 vol. Vol. 6: N-O. St. Petersburg: Azbuka-Klassika Publ., 2007, 592 p. (In Russian)
5. Geisha: the secret language of kimono: the world of Japanese culture through the prism of kimono geisha: kimono geisha hikizuri first half of XX century: the collection of Natalia Bakina: exhibition catalogue (5–19 March 2021). Moscow: Sam Polygraphist, 2021, 47 p. (In Russian)
6. The World of Kimono: from Weekdays to Holidays: Symbolism and Motifs of Kimono in the Cycle of Annual Holidays, Basic Types of Traditional Women's and Men's Clothing of Japan: Collection of Natalia Bakina: exhibition catalogue (4–25 March 2022) / editor: Tatiana Naumova; author of the

- introductory article, glossary and catalogue descriptions: Natalia Bakina. Moscow: Sam Polygraphist, 2022, 48 p. (In Russian)
7. Perevoshchikova D. O. Japanese ornament as a source of inspiration in the design of modern clothing collection. *Dialogue of Cultures – Dialogue about the world and for the sake of peace: materials of the IX International Student Scientific and Practical Conference 'Dialogue of Cultures – Dialogue about the world and for the sake of peace'* (Komsomolsk-on-Amur, April 09, 2018). Komsomolsk-on-Amur: AmGPSU Publ., 2018, pp. 745–749. (In Russian)
 8. Poskrebysheva A., Vershinina O. A., Lopatina M. V. Japanese national costume as a source of creativity in creating a modern collection of clothes 'The Colour of Japan'. *Kostyumologiya*, 2020, no. 4 [Electronic resource]. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/30IVKL420.pdf> (accessed 09.12.23). (In Russian)
 9. Khovanchuk O. A. History of Japanese costume from the most ancient times to the middle of the XX century. Abstract Cand. ist. sciences. Vladivostok, 2006, 26 p. (In Russian)
 10. Khovanchuk O. A. Features of the formation of Japanese traditional costume and aesthetic outlook. *Oikumén. Regional Studies*, 2009, no. 4, pp. 58–64. (In Russian)

Информация об авторах

А. А. Пожиленко, магистр педагогики, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, pojilenskons@mail.ru

М. В. Калюжнова, магистр педагогики, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, mkalyuzhnova@gmail.com

Information about authors

Anastasia A. Pozhilenko, Master of Pedagogy, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, pojilenskons@mail.ru

Marina V. Kalyuzhnova, Master of Pedagogy, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, mkalyuzhnova@gmail.com

Статья поступила в редакцию 08.08.2024
Одобрена после рецензирования 27.09.2024
Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 08.08.2024
Approved after reviewing 27.09.2024
Accepted for publication 18.10.2024

РАЗДЕЛ IV. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

PART IV. SOCIOLOGY OF CULTURE

Культурно-антропологические исследования. 2024. № 4

Culture and anthropology research journal. 2024. № 4

Научная статья

УДК 008 + 81'372

Роль городских интернет-мемов в жизни горожан (на примере города Омска)

Миронова Анна Владимировна¹, Чапля Татьяна Витальевна¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. Авторы делают попытку анализа мемов как единиц значимой для культуры информации. Мем материализует в визуальном коде элементы мировоззрения, систему ценностей, уровень притязаний, структуры убеждений, способ мышления и образ жизни. В статье речь идет о значении городских интернет-мемов на примере мемов, содержащих реалии городской жизни Омска. Рассмотрено их происхождение, изучается вопрос возможности использования мемов в качестве представления и брендинга города. Представлены мемы в соотнесении с картой города для создания специального туристического маршрута. Авторы выявляют несколько уровней городских мемов: выживания, власти, закона, амбиций, взаимоотношений, гибкости, глобальности, развития. Выявлена корреляция: уровню взаимоотношений соответствует основная идея благополучия и консенсуса людей; уровню развития соответствует идея глобального развития цивилизации.

Ключевые слова: мем; город; юмор; информация; культура

Для цитирования. **Миронова А. Д., Чапля Т. В.** Роль городских интернет-мемов в жизни горожан (на примере города Омска) // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 63–69.

Scientific article

The Role of Urban Internet Memes in the Life of Citizens (on the Example of the City of Omsk)

Anna V. Mironova¹, Tatyana V. Chaplya¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. The authors make an attempt to analyse memes as units of culturally significant information. Memes materialize in a visual code elements of worldview, value system, level of claims, belief structures, way of thinking and way of life. The article deals with the meaning of urban Internet memes on the example of memes containing

the realities of urban life in Omsk. Their origin is considered, the question of the possibility of using memes as a representation and branding of the city is studied. Memes are presented in correlation with the map of the city to create a special tourist route. The authors identify several levels of city memes: survival, power, law, ambition, relationships, flexibility, globalization, development. The correlation is revealed: the level of relationships corresponds to the main idea of people's well-being and consensus; the level of development corresponds to the idea of global development of civilization.

Keywords: meme; city; humour; information; culture

For citation: Mironova A. V., Chaplya T. V. The role of urban Internet memes in the life of citizens (on the example of the city of Omsk). *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 63–69.

Каждый пользователь интернета точно видел и пересылал смешные картинки, которые воссоздают нашу реальную жизнь в виртуальном пространстве. Эти картинки в 2000-х годах получили название «мем».

Однако какую роль в жизни людей играют интернет-мемы? Почему они стали такими популярными? Могут ли мемы отражать проблемы жителей отдельно взятых городов? Что мотивирует людей создавать их?

Целью данной статьи является попытка рассмотреть причины возникновения городских интернет-мемов и их пользу для жителей на примере «Карты омских мемов».

Социокультурный подход, в рамках которого применяется «методология и аналитический аппарат культурной антропологии, социологии и философии культуры... ставящие своей целью обнаружение и анализ закономерностей социокультурных изменений», будет целесообразно использовать в написании статьи [1].

Слово «мем» пришло из греческого языка (от греческого слова μοιούμιτια – схожесть, подобие). В античном искусстве этот термин относится к одному из принципов эстетики «мимесису», что означает – подражание искусства действительности.

Лимор Шифман определяет интернет-мемы как элементы популярной культуры, которые распространяются, имитируются и трансформируются отдельными пользователями интернета, создавая в процессе общий культурный опыт [6].

Интернет-коммуникация как характерное явление современного общества, построенного на информационных технологиях, стала плодотворной площадкой для появления и продвижения новых уникальных языковых явлений, одним из которых является интернет-мем [2, с. 81–82].

Часто мемы относят к особому сатирическому приему «постиронии», которая является двойным переворотом высказывания. Мемы получили массовое распространение благодаря минималистичной форме и при этом глубокому содержанию. Постирония – это ирония, как бы вывернутая наизнанку, обратная ирония. Постирония приходит после всех видов иронии и вбирает в себя черты многих из них [4, с. 172–182].

подавляющая часть интернет-мемов сочетает в себе поверхностную насмешку и глубинный смысл.

Пользователи высмеивают трагические события, смерти, не стесняются шутить на личные и интимные темы, и этот юмор снижал популярность среди молодежи, традиционно стремящейся разрушить все стереотипы и этические устои «старого» общества. В формате мемов резко возросла популярность «постироничного» контента, в котором размываются границы между серьезностью и иронией. Появившись как насмешка над пользователями, критикующими глупые, по их мнению, мемы, они превратились в одну из устойчивых форм мема [4, с. 172–182].

Таким образом, этот феномен стал новым языком, отображающимся на цифровом носителе и содержащим высокую концентрацию смысла, способным заменить много слов.

Мемы могут содержать в себе как сцены из любимого фильма, так и отображать сложную жизненную ситуацию. Рассмотрим их на примере «Карты омских мемов» (рис. 1).



Рис. 1. Карта омских мемов

На ней отображаются десять стереотипов, каждый из которых символизирует городской объект. Все эти мемы объединяют недовольство определенными ситуациями, происходящими в городе. С помощью их создания жители могут

выражать свою фрустрацию и негативные эмоции, а также мемы способны формировать единое культурное пространство и чувство общности.

Таким образом, просмотр мемов и их создание помогают людям справляться с трудностями, которые могут возникать из-за проблем в городской среде. Юмор в данном случае может быть ресурсом совладающего поведения и механизмом защиты с тенденцией к самоподдержке перед лицом стрессовой ситуации [3, с. 172–182]. В исследовании Американской психологической ассоциации изучили, как просмотр мемов помогает справиться со стрессом. В статье 2021 года ученые прослеживали связь между просмотром шуток о вызывающей страх нарастающей пандемии COVID-19 и способностью преодолевать его с помощью мемов [5].

Положительное влияние объясняется высокой концентрацией смысла, быстро усваиваемого мозгом.

Целью создания этой карты было привлечение туристов и отражение чувства юмора жителей Омска. «В общем, до туризма в общепринятом смысле нашему региону еще расти и расти. Совсем другое дело предлагать людям оценить Омск как явление» [7].

В предисловии для некоторых людей одно только название города стало ассоциироваться со всем, что противоречит здравому смыслу. Однако это еще раз доказывает, что жители могут с помощью мемов справляться со стрессом и повышать популярность своего города.

В данной статье будет рассмотрено четыре известных мема «Не пытайтесь покинуть Омск». Он появился вследствие сразу нескольких событий, связанных с попытками уехать за границы города.

Существует как минимум четыре известных происшествия, которые стали катализатором появления этого мема. Например, весной 2014 года была замечена бездомная собака, переплывающая реку Иртыш на льдине идвигающаяся за пределы города. Животное пытались спасти, однако собака тут же вернулась обратно на другую льдину. Летом собаку обнаружили рыбаки на острове за Николаевкой. Осенью того же года она нашла временный дом и получила кличку Умко (рис. 2).

В этом же году, в апреле, шар-памятник «Держава» на площади Бухгольца во время урагана укатился со своего постамент (рис. 3).

В связи с этими событиями уже в 2014 году омичи стали шутить о шаре и собаке, которые предприняли попытки покинуть город, однако все прошло безуспешно.

Чуть позже сразу две жительницы Омска не смогли улететь на отдых за границу из-за ошибочных данных приставов, согласно которым они числились должниками. Обе женщины смогли получить компенсацию за пропавшие путевки.

общество • 10 апреля 2014, 11:45, последнее обновление 10 апреля 2014, 12:43

СОБАКА ПЫТАЛАСЬ ПОКИНУТЬ ОМСК НА ЛЬДИНЕ

Автор:  Артем Кривин

Вчера в сети появились видеокадры с собакой, которая попала на отколовшуюся льдину и держала путь по Иртышу за пределы города.



Рис. 2

В 2016 году случился инцидент с телеведущим Леонидом Якубовичем, который после визита в Омск, пропал из информационного поля на несколько недель. Все это привело к тому, что в начале 2017 года Роспатент зарегистрировал товарный знак «Не пытайтесь покинуть Омск». Права на него приобрела Омская региональная телерадиовещательная компания. Бывший директор телеканала Александр Малькевич намеревался использовать эту фразу для продвижения проектов и обещал избавить ее от негативной коннотации. Видимо, он или бросил эту затею, поскольку ушел с поста руководителя телеканала, или не справился. Наиболее удачливым в применении шутки оказался омский хоккейный клуб «Авангард» [8]. Символом этого мема на карте стал аэропорт. Со времен создания карты ситуация изменилась и, если ранее жители жаловались еще и на отсутствие лоукостеров (авиаперевозчиков, которые предлагают дешевые перелеты за счет отказа от большинства традиционных пассажирских услуг, например, еды и провоза багажа), сейчас эта проблема относительно решена.

Нужно отметить, что Омск далеко не единственный город, который прославился таким путем. Среди них Челябинск, Саратов, Сыктывкар и т. д. Более того, практически у каждого крупного города есть страница в социальной сети, посвященная мемам (Мемосибирск, «Омские мемы на каждый день» и т. д.).



Рис. 3

Осознание, что в своей жизни, ее трудностях и разочарованиях человек не одинок и имеет возможность через юмор разделить ее с другими пользователями, может оказывать положительное влияние на моральное состояние жителей города.

Мемы могут помочь ориентироваться в быстро меняющейся реальности благодаря нестандартной трактовке событий. Создание юмористических картинок и видео – это возможность проявить творческий потенциал для каждого пользователя интернета.

Кроме того, благодаря созданию, просмотру и обсуждению мемов люди могут отразить ситуацию, что также может способствовать понижению психологического напряжения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Ионин Л. Г.** Социология культуры: учеб. пособие. – М.: Логос, 1996. – 280 с.
2. **Калугин В. А.** Интернет-мемы в интернет-коммуникации молодежи // Вестник магистратуры. – 2022. – № 6-2 (129). – С. 82–83.
3. **Хазова С. А.** Юмор как ресурс совладающего поведения // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – № 3. – С. 177–182.
4. **Хрущева Н. А.** Постирония как музыковедческий термин // Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой. – 2020. – № 2 (67). – С. 172–182.
5. **Jessica Gall Myrick, Robin L. Nabi, Nicholas J. Eng.** Consuming Memes During the COVID Pandemic: Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy [Электронный

- ресурс]. – URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/ppm-ppm0000371.pdf> (дата обращения: 21.08.2024).
6. **Shifman L.** Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2013. – № 18 (3). – P. 362–377.
 7. Карта Омских Мемов. Версия 2+0+1+7. Спецпроект [Электронный ресурс]. – URL: <https://bk55.ru/news/article/92456/> (дата обращения: 21.08.2024).
 8. Всё было совсем не так: откуда пошел мем «Не пытайтесь покинуть Омск»? [Электронный ресурс]. – URL: <https://ngs55.ru/text/entertainment/2023/05/09/72279485/> (дата обращения: 21.08.2024).

REFERENCES

1. Ionin L. G. *Sociology of Culture: textbook*. Moscow: Logos, 1996. 280 p. (In Russian)
2. Kalugin V. A. Internet memes in the Internet communication of young people. *Bulletin of Master's degree*, 2022, no. 6-2 (129), pp. 82–83. (In Russian)
3. Khazova S. A. Humour as a resource of coping behaviour. *Siberian Pedagogical Journal*, 2012, no. 3, pp. 177–182. (In Russian)
4. Khrushcheva N. A. Postirony as a musicological term. *Bulletin of the Academy of Russian Ballet named after A. Y. Vaganova*, 2020, no. 2 (67), pp. 172–182. (In Russian)
5. Jessica Gall Myrick, Robin L. Nabi, Nicholas J. Eng. Consuming Memes During the COVID Pandemic: Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy [Electronic resource]. URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/ppm-ppm0000371.pdf> (accessed 21.08.2024). (In English)
6. Shifman L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2013, no. 18 (3), pp. 362–377. (In English)
7. Map of Omsk Memes. Version 2+0+1+7. Special project. [Electronic resource]. URL: <https://bk55.ru/news/article/92456/> (accessed: 21.08.2024). (In Russian)
8. Everything was not like that: where did the meme 'Don't try to leave Omsk' come from? [Electronic resource]. URL: <https://ngs55.ru/text/entertainment/2023/05/09/72279485/> (accessed 21.08.2024). (In Russian)

Информация об авторах

А. В. Миронова, магистрант, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, annim1ronova@yandex.ru

Т. В. Чапля, доктор культурологии, профессор, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>

Information about authors

Anna V. Mironova, master student, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, annim1ronova@yandex.ru

Tatyana V. Chaplya, Doctor of Culturology, Professor, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>

Статья поступила в редакцию 16.08.2024
Одобрена после рецензирования 27.09.2024
Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 16.08.2024
Approved after reviewing 27.09.2024
Accepted for publication 18.10.2024

Научная статья

УДК 93/94, 159.953.3

Автобиографическая память о Великой Отечественной войне в соотнесенности с социокультурными установками личности

Оспенников Сергей Валентинович¹

¹Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И. К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации, Новосибирск, Россия

Аннотация. В статье рассматривается проблема сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне в личной автобиографической памяти человека, функционирующей в соотнесенности с социокультурными установками общества, основанными на уважении истории своей страны, что позволяет человеку воспринимать события Великой Отечественной войны как выраженные в национальном самосознании и относящиеся к собственной личности.

Приводится мнение по вопросам сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне в среде молодежи и юношества, о социокультурном контексте времени жизни человека и личной ответственности перед прошлым, памятью своих предков, которых уже нет.

Акцентируется внимание на существующей угрозе ментальному суверенитету государства, который может быть утрачен в долгосрочной перспективе, если не работать с пробелами социокультурного воспитания молодежи и юношества на основе норм и ценностей, характерных для нашего общества.

На примере Великой Отечественной войны обосновывается, что автобиографическая память имеет социокультурную соотнесенность со временем жизни человека, формирует его мировоззренческие установки на основе личной причастности к истории и ответственность перед будущим.

Ключевые слова: историческая память; личная автобиографическая память; Великая Отечественная война; культурно-исторический опыт; социокультурный тип личности; ментальная война; национальное самосознание

Для цитирования: **Оспенников С. В.** Автобиографическая память о Великой Отечественной войне в соотнесенности с социокультурными установками личности // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 70–77.

Scientific article

Autobiographical Memory of the Great Patriotic War in Relation to the Socio-Cultural Attitudes of the Personality

Sergey V. Ospennikov¹

¹Novosibirsk Military Order of Zhukov Institute named after Army General I. K. Yakovlev of the National Guard Troops of the Russian Federation, Novosibirsk, Russia

Abstract. The article considers the problem of preserving the historical memory of the Great Patriotic War in a person's personal autobiographical memory, functioning

in relation to the sociocultural attitudes of society based on respect for the history of their country, which allows a person to perceive the events of the Great Patriotic War as expressed in national consciousness and related to their own personality.

The opinion is given on the issues of preserving the historical memory of the Great Patriotic War among young people and youth, in which the idea is expressed about the socio-cultural context of a person's life time and personal responsibility to the past, the memory of their ancestors, who no longer exist.

The focus is on the existing threat to the mental sovereignty of the state, which may be lost in the long term if we do not work on the gaps in the socio-cultural education of youth and young people based on the norms and values characteristic of our society.

Using the example of the Great Patriotic War, it is proved that autobiographical memory has a socio-cultural correlation with the time of a person's life, forms his worldview based on personal involvement in history and responsibility for the future.

Keywords: historical memory; personal autobiographical memory; the Great Patriotic War; cultural and historical experience; socio-cultural personality type; mental war; national identity

For citation: Ospennikov S. V. Autobiographical memory of the Great Patriotic War in relation to the socio-cultural attitudes of the personality. *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 70–77.

Память не для прошлого, она для будущего.

В. В. Нуркова

С. Л. Рубинштейн считал, что личная память человека, значимые события жизненного пути привязаны к важным в жизни общества историческим событиям, что позволяет человеку ориентироваться во времени своей жизни [1]. Мы не начинаем свою жизнь каждый день заново, а продолжаем жить с пониманием, что наша история уходит глубоко в века и ее события предопределяют контекст культурно-исторического развития нации. И если события недавнего прошлого мы знаем благодаря своим ближайшим родственникам, непосредственным участникам событий, то там, куда мы не можем перенестись лично, мы обращаемся к памятным местам, книгам, культурным памятникам и другим свидетельствам времени.

Актуальной проблемой общественной жизни нашей страны является сохранение автобиографической памяти.

К проблеме функционирования автобиографической памяти обратили свое внимание многие отечественные исследователи (В. В. Нуркова, Д. А. Василенко и др.) [2; 3], в том числе ее частной формы – исторической памяти (Н. Я. Большунова, В. И. Филоненко, Л. А. Штомпель, О. М. Штомпель, А. В. Понеделков [4; 5; 6]; Л. В. Макарова, Т. А. Андриянова [7; 8] и др.).

Автобиографическая память – это как мы помним себя и наше мироощущение в связи с этим, это личная живая память, которая основана на соотношении событий своей жизни с событиями истории и культуры нашей страны и своей семьи. Она помогает оживить в настоящем совместно разделяемые образы исторического прошлого, в которых выражается национальное самосознание.

Так, например, в исследовании вопросов исторической памяти, проводившемся среди студентов вузов Новосибирска в 2024 году, наибольшее количество студентов (84,6 % ответов) среди предложенных тезисов определения исторической памяти согласны с тем, что это «личная живая память, выражающая отношение к событиям и фактам времени, основанная на коллективном сознании людей одной культуры, ментальность».

И в этом же опросе было предложено расположить по степени опасности внутренние и внешние угрозы Российской Федерации (табл.).

Примечательно, что внутренние социальные проблемы находятся в нижней строке негативных факторов, а внешние угрозы, связанные с утратой национального суверенитета, воспринимаются молодежью как наиболее опасные, сочетающие в себе фальсификацию истории, русофобию и территориальные притязания.

Не вызывают особых опасений и отношения поколений, что может говорить о наличии гармоничных отношений современной молодежи с предшественниками, не исключающих опасения за их стабильность в долгосрочной перспективе.

Таблица

Угрозы безопасности Российской Федерации

Наиболее актуальные внутренние и внешние угрозы безопасности Российской Федерации	% ответов в соотношении к выборке	По степени опасности
Психологическая война на обезличивание народа и подмену ценностей, насаждение чуждых собственной культуре моделей и стереотипов поведения в связи с утратой собственных	32,1 %	1
НАТО у границ РФ, враждебная международная коалиция, территориальные притязания	32,1 %	1
Русофобия	30,2 %	2
Фальсификация истории страны	30,2 %	2
Внутренняя нестабильность в Российской Федерации, провоцируемая извне	24,5 %	3
Утрата национального самосознания вследствие разрыва связей между поколениями и утратой исторической памяти	22,6 %	4
Деструктивные процессы внутри государства: коррупция; социальные проблемы, используемые в своих интересах политическими и иными силами	16,9 %	5

Автобиографическая память связана с тем, как налажены эти отношения, что позволяет организовать свою жизнь в социокультурном контексте прошлого и настоящего времени жизни человека, определяет личную ответственность

перед прошлым и памятью своих предков, которых уже нет. В этом состоит социокультурный контекст этой формы памяти (рис.).



Рис. Социокультурный контекст функционирования автобиографической памяти

Имея общественное значение, память о прошлом наполнена его культурными символами, а это определяет ее культурное содержание в настоящем.

Центром зарождения и передачи автобиографической памяти является семья, источник родовой целостности и механизм культурно-исторического взаимодействия поколений. Если семья не выполняет этой функции, то и нет индивидуальной автобиографической памяти во временной перспективе.

С точки зрения В. В. Нурковой, в процессе автобиографического воспоминания имеет место «мотивация иметь субъективную презентацию истории личностного существования, утвердить уникальность своего личного существования, и осуществляется на двух уровнях – в создании событийной истории жизни и индивидуальной концепции судьбы» [2]. «Ребенок становится таким, каким он помнит себя... Наши воспоминания, когда мы уже взрослые люди – они описывают то, какие мы есть сейчас в гораздо большей степени, чем они описывают те события, которые были в прошлом» – говорит Вероника Нуркова.

В этом кроется важная идея психологии формирования личности человека, которая распространяется и на то, что насколько эмоционально современная молодежь описывает свою память о Великой Отечественной войне, так по уровню «наших душ» можно судить о причастности послевоенных поколений к социокультурному типу людей, для которых эта память вошла в мировоззрение собственной личности и обусловила их культурно-историческую связь с прошлым. История не может быть оторвана от культуры. Культура – это зеркало, которое держат перед нами предки, чтобы мы могли разглядеть себя.

Сегодня мы сталкиваемся с реальной проблемой сохранения ментального суверенитета государства, связанной с пробелами социокультурного воспитания на основе норм и ценностей, характерных для нашего общества. Пробелы воспитания неизбежно заполняются чуждым суррогатом, и для противостояния духовной деградации, положениями Стратегии национальной безопасности Российской Федерации (ст. 84–93) и в федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» закреплены защитные меры, направленные на сохранение традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти [9; 10].

В этом контексте необходимо защитить автобиографическую память, и если, например, в нашей стране все люди знают о том, что гитлеровская Германия была разгромлена СССР при участии стран антигитлеровской коалиции, то в США у людей сформировано мнение о том, что именно Америке принадлежит решающая заслуга в разгроме фашизма. Это происходит потому, что в сознание людей внедрены ложные знания, и на примере Украины мы видим, что память о Великой Отечественной войне перечеркнута прославлением преступлений коллаборационистских военных формирований Украины: дивизии СС «Галичина», Украинской повстанческой армии, карательного батальона «Нахтигаль» [11]. В современном законодательстве многих стран коллаборационизм приравнивается к военному преступлению. Однако прославление нацизма и его последователей сделало нацизм государственной идеологией Украины. В том числе и по этой причине сейчас мы сталкиваемся с бесчеловечностью украинского режима, унаследованной от нацистов времен Великой Отечественной войны. Если воевавшая нация не извлекает опыта из войны, война будет повторяться снова и снова. Возникает дурная бесконечность повторений: согрешить и раскаяться, снова согрешить и снова раскаяться, и так бесконечно. Именно не извлеченный опыт обрекает на повторение [12].

Социологическое исследование, проведенное М. А. Никулиной по вопросам формирования гражданственности и патриотизма в контексте знаний о Великой Отечественной войне, настораживает и говорит о том, что социокультурные проблемы реально существуют [13]. И что касается личной автобиографической памяти о событиях Великой Отечественной войны, мы не должны допускать ее искажений, потому что наше прошлое – это мы сами в своем культурно-историческом типе мирозерцания. Память волнует нас и относится к личности человека так, что не помнить историю – значит предать память предков, потерять свой духовно-мировоззренческий центр, свою историю. Если мы помним себя только здесь и сейчас – это приводит к необдуманным и безответственным действиям. Прошлое всегда должно жить в настоящем и являться фоном личной совести. Поэтому «зачищенные» от прошлого люди – самый удобный контингент для манипуляций сознанием, поскольку они не извлекают в своем мировоззрении его смысл.

Если прежде в борьбе за умы людей специалисты США и НАТО делали ставку на информационное воздействие, то сейчас подобная тактика меняется на принципиально новую и областью операций НАТО в гибридной войне

становится ментальная сфера [14]. Основными инструментами США в борьбе за свою гегемонию на ментальном театре действий являются деградация и безответственность – это настоящая цивилизационная война российской ментальной культуры с Западом, победа в которой требует идеологической, духовной и ценностной основы единства общества.

В личностном разладе с прошлым и не будучи отягощенным социокультурным контекстом собственной жизни, человек менее ответственен здесь и сейчас, а отсутствие в обществе ответов на вопросы «Кто мы?», «Куда и зачем мы идем?», «Что останется после нас?» – это безответственность перед будущим. Следовательно, необходимо, чтобы жизнь человека приобрела исторический контекст на основе лично значимой автобиографической памяти, запечатлевшей жизнь своих предков, этот контекст должен пронизывать историю и культуру своей страны – так мы не окажемся отчуждены от самих себя в своем духовно-мировоззренческом центре.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Рубинштейн С. Л.** Бытие и сознание. Человек и мир [Электронный ресурс]. – СПб.: Питер, 2003. – 512 с. – URL: <https://djvu.online/file/H9rR9o2jbCnnd> (дата обращения: 12.11.2024).
2. **Нуркова В. В.** Автобиографическая память с позиций культурно-деятельностной психологии: результаты и перспективы исследования // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2011. – № 1. – С. 79–90. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16520724> (дата обращения: 22.11.2024).
3. **Василенко Д. А.** Автобиографическая память как конструктивный процесс: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – М., 2017. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54446759> (дата обращения: 22.11.2024).
4. **Большунова Н. Я., Кононова Т. А.** Историческая память как основа личности // Направления и перспективы развития образования в военных институтах войск национальной гвардии Российской Федерации: сб. науч. ст. XIII Межвузовской науч.-практич. конференции с международным участием: в 2 ч. Ч. 2 / под общ. ред. В. В. Косухина. – Новосибирск: Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И. К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации, 2021. – С. 14–21. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47947386&pff=1> (дата обращения: 22.11.2024).
5. **Филоненко В. И., Штомпель Л. А., Штомпель О. М., Понеделков А. В.** Интерпретация образа Великой Отечественной войны художественно-образными средствами в восприятии современных студентов [Электронный ресурс] // Власть. – 2015. – № 8. – С. 163–168. – URL: <https://goo.su/y8fG9X> (дата обращения: 02.10.2024).
6. **Филоненко В. И., Штомпель Л. А., Магранов А. С., Штомпель О. М., Никулина М. А., Ткачев М. В.** Великая Отечественная война в представлениях учащихся вузов: формирование российской гражданской идентичности (анализ результатов социологических исследований) [Электронный ресурс]: монография / под общ. ред. В. И. Филоненко, Л. А. Штомпель, А. С. Магранова. – Ростов н/Д: Издательство Южного федерального университета, 2015. – 364 с. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25308863> (дата обращения: 22.11.2024).
7. **Андрянова Т. В.** Историческая память студенческой молодежи региона и проблема ее фальсификации // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10, № 5-2. – С. 13–21. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36806943> (дата обращения: 11.11.2024).
8. **Макарова Л. В.** Великая Отечественная: что остается в личной памяти? [Электронный ресурс] // Социологические исследования. – 2015. – № 11. – С. 107–114. – URL: <https://goo.su/ННТ38WX> (дата обращения: 12.10.2024).

9. Указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 08.11.2024).
10. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36698> (дата обращения: 08.11.2024).
11. Украинский коллаборационизм во Второй мировой войне [Электронный ресурс]. – URL: <https://goo.su/ZzdMISd> (дата обращения: 22.11.2024).
12. **Мамардашвили М. К.** Полный курс лекций. Философия Европы. Психологическая топология пути. – М.: Издательство АСТ, 2016. – 968 с. – (Библиотека / Абсолют).
13. **Никулина М. А.** Великая Отечественная война в представлениях студенческой молодежи: проблемы, поиски, решения (эмпирия социологического исследования) [Электронный ресурс] // Научный вестник Крыма. – 2016. – № 2. – С. 1–19. – URL: <https://goo.su/hlvIC> (дата обращения: 12.10.2024).
14. Что такое ментальная война. Деловая газета «Взгляд» от 29 марта 2021 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.rambler.ru/science/46105728-что-такое-mentalnaya-voyna/> (дата обращения: 02.12.2024).

REFERENCES

1. Rubinstein S. L. Genesis and consciousness. Man and the World. St. Petersburg: Peter, 2003. 512 p. [Electronic resource]. URL: <https://djvu.online/file/H9rR9o2jbCnnd> (accessed: 12.11.2024). (In Russian)
2. Nurkova V. V. Autobiographical memory from the standpoint of cultural-activity psychology: results and prospects of research. *Vestnik of Moscow University. Series 14: Psychology*, 2011, no. 1, pp. 79–90. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16520724> (accessed: 22.11.2024). (In Russian)
3. Vasilenko D. A. Autobiographical memory as a constructive process. Abstract of candidate of psychological sciences Moscow, 2017. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54446759> (accessed: 22.11.2024). (In Russian)
4. Bolshunova N. Y., Kononova T. A. Historical memory as the basis of personality. *Directions and prospects of education development in military institutes of the National Guard troops of the Russian Federation*: a collection of scientific articles. XIII Interuniversity scientific-practical conference with international participation: in 2 parts. Ch. 2 / edited by V. V. Kosukhin. Novosibirsk: Novosibirsk Military Order of Zhukov Institute named after Army General I. K. Yakovlev of the National Guard of the Russian Federation, 2021, pp. 14–21. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47947386&pf=1> (accessed: 22.11.2024). (In Russian)
5. Filonenko V. I., Shtompel L. A., Shtompel O. M., Ponedelkov A. V. Interpretation of the image of the Great Patriotic War by artistic and figurative means in the perception of modern students. *Vlast*, 2015, no. 8, pp. 163–168 [Electronic resource]. URL: <https://goo.su/y8fG9X> (accessed: 02.10.2024). (In Russian)
6. Filonenko V. I., Shtompel L. A., Magranov A. S., Shtompel O. M., Nikulina M. A., Tkachev M. V. The Great Patriotic War in the perceptions of university students: the formation of Russian civil identity (analysis of the results of sociological research): a monograph / edited by V. I. Filonenko, L. A. Shtompel, A. S. Magranov. Rostov-on-Don: Southern Federal University Publishing House, 2015, 364 p. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25308863> (accessed: 22.11.2024). (In Russian)
7. Andriyanova T. V. Historical memory of student youth of the region and the problem of its falsification. *Historical and socio-educational thought*, 2018, Vol. 10, no. 5-2, pp. 13–21. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36806943> (accessed: 11.11.2024). (In Russian)
8. Makarova L. V. The Great Patriotic War: what remains in personal memory? *Sociological Studies*, 2015, no. 11, pp. 107–114 [Electronic resource]. URL: <https://goo.su/HHT38WX> (accessed: 12.10.2024). (In Russian)

9. Decree of the President of the Russian Federation of July 2, 2021 № 400 “On the National Security Strategy of the Russian Federation” [Electronic resource]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (accessed: 08.11.2024). (In Russian)
10. Federal Law “On Education in the Russian Federation” of 29.12.2012 N 273-FZ” [Electronic resource]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36698> (accessed: 08.11.2024). (In Russian)
11. Ukrainian collaborationism in the Second World War [Electronic resource]. URL: <https://goo.su/ZzdMlSd> (accessed: 22.11.2024).
12. Mamardashvili M. K. Full course of lectures. Philosophy of Europe. Psychological topology of the path. Moscow: AST Publishing House, 2016, 968 p. (Library / Absolut) [Electronic resource]. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008806035> (accessed: 22.11.2024). (In Russian)
13. Nikulina M. A. The Great Patriotic War in the representations of student youth: problems, searches, solutions (empiria of sociological research). *Scientific Bulletin of Crimea*, 2016, no. 2, pp. 1–19 [Electronic resource]. URL: <https://goo.su/hlvIC> (accessed: 12.10.2024). (In Russian)
14. What is mental warfare. *Delovaya gazeta “Vzglyad”* from March 29, 2021 [Electronic resource]. URL: <https://news.rambler.ru/science/46105728-cto-takoe-mentalnaya-voyna/> (accessed: 02.12.2024). (In Russian)

Информация об авторе

С. В. Оспенников, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры управления повседневной деятельностью, Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И. К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации, Новосибирск, Россия, Ospennikov@inbox.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1358-0265>

Information about the author

Sergey V. Ospennikov, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Daily Activity Management, Novosibirsk Military Order of Zhukov Institute named after Army General I. K. Yakovlev of the National Guard Troops of the Russian Federation, Novosibirsk, Russia, Ospennikov@inbox.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1358-0265>

Статья поступила в редакцию 09.08.2024

Одобрена после рецензирования 27.09.2024

Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 09.08.2024

Approved after reviewing 27.09.2024

Accepted for publication 18.10.2024

ЖУРНАЛ «КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

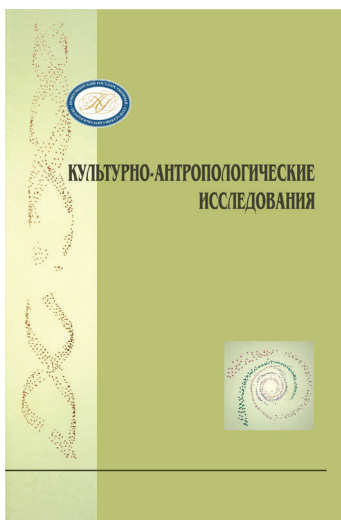
Главный редактор – Е. Е. Тихомирова, кандидат культурологии, доцент, заведующий кафедрой теории, истории культуры и музеологии, Новосибирский государственный педагогический университет, Россия.

Год основания журнала – 2009. Учредитель – ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет». Журнал публикует научные статьи, практические и методические разработки по философии культуры, культурологии, культурной антропологии, истории культуры, культурсоциологии, культуре повседневности, лингвокультурологии. Приглашаем к сотрудничеству российских и зарубежных авторов.

Рубрики журнала:

1. Теоретико-методологические аспекты культурологии и других наук о человеке.
2. Актуальные исследования культурологии и смежных наук.
3. Практические разработки в области истории культуры и смежных наук.
4. Научный дебют (статьи студентов, магистрантов, аспирантов).
5. Дискуссионные вопросы гуманитарных наук.

Журнал индексируется в системе РИНЦ. Материалы для публикаций принимаются в течение года. Сроки размещения статей в номерах журнала зависят от соответствия присланных материалов указанным требованиям.



ТРЕБОВАНИЯ К РУКОПИСЯМ СТАТЕЙ

1. Содержание рукописи статьи должно быть проверено автором на предмет грамматических, стилистических ошибок и отвечать научному стилю изложения материала.

2. Метаданные статьи на русском и английском языках должны содержать сведения об авторе (для каждого автора/соавтора: Ф. И. О. полностью, должность, ученое звание, место работы, адрес электронной почты, город); название статьи; аннотация (от 1200 до 1500 знаков), в которой должны быть четко сформулированы цель статьи и основная идея работы; ключевые слова (5–10 слов или словосочетаний).

3. Автор в статье должен обозначить проблемную ситуацию, методологию исследования; раскрыть основное содержание, соответствующее тематике журнала; сделать выводы.

4. В конце статьи приводится список литературы, на который опирается автор (авторы) при подготовке статьи к публикации (для оригинальной статьи – не менее 5 источников). Указание на источники списка литературы оформляется сплошной нумерацией по всей статье, размещается в квадратных скобках после цитаты на соответствующий источник. Список литературы должен минимум на 70 % состоять из работ, опубликованных за последние 10 лет. Список оформляется строго по ГОСТ Р 7.0.5-2008.

5. Статьи отправлять по адресу: imktikhomirova@mail.ru.

6. Статьи регистрируются редакцией. Датой поступления статьи в журнал считается день получения редакцией окончательного текста.

Статьи, не соответствующие тематике журнала, оформленные не по правилам, без аннотации, с некорректно оформленным списком литературы, отклоняются.

CULTURE AND ANTHROPOLOGY RESEARCH JOURNAL

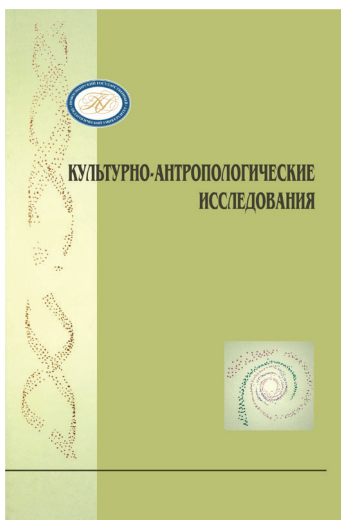
Chief Editor – E. E. Tikhomirova, Candidate of Culturology, Associate Professor, Head of the Department of Theory, History of Culture and Museology, Novosibirsk State Pedagogical University, Russia.

Year of foundation 2009. Founder federal state budget-funded educational institution of higher education "Novosibirsk State Pedagogical University". The journal publishes scientific articles, practical and methodical developments in philosophy of culture, cultural studies, cultural anthropology, history of culture, cultural sociology, culture of everyday life, linguistic and cultural studies and invites Russian and foreign authors to co-operate.

The rubrics of the journal are:

1. Theoretical and methodological aspects of cultural studies and other human sciences.
2. Topical studies of cultural studies and related sciences.
3. Practical developments in the field of history of culture of related sciences.
4. Scientific debut (articles of students, undergraduates, graduate students, postgraduates)
5. Discussion questions of humanities.

The journal is indexed in the Russian Science Citation Index system. Materials for publications are accepted during the year. The terms of placing articles in the journal issues depend on the compliance of the submitted materials with the specified requirements.



REQUIREMENTS FOR ARTICLE MANUSCRIPTS

1. The content of the article manuscript should be checked by the author for grammatical and stylistic errors and meet the scientific style of presentation.

2. The metadata of the article in Russian and English should contain information about the author (for each author/co-author: full name, position, academic title, place of work, e-mail address, city); the title of the article; abstract (from 1200 to 1500 characters), which should clearly state the purpose of the article and the main idea of the work; keywords (5–10 words or phrases).

3. The author in the article should: identify the problem situation, research methodology; disclose the main content corresponding to the theme of the journal; draw conclusions.

4. At the end of the article is a list of literature on which the author (authors) relied in preparing the article for publication (for an original article – at least 5 sources). The indication of the sources of the reference list is made out by continuous numbering throughout the article, placed in square brackets after the citation of the corresponding source. The list of references should be at least 70 % of the works published in the last 10 years. The list of references should be drawn up strictly according to GOST R 7.0.5-2008.

5. Send articles to: imktikhomirova@mail.ru.

6. Articles are registered by the editorial office. The date of submission of the article to the journal is the day of receipt of the final text by the editorial office.

Articles that do not correspond to the theme of the journal, not designed according to the rules, without annotation, with incorrectly designed list of references, are rejected.