

ЭТНОГРАФИЧЕСКОЕ БОЗРЕНИЕ


НАУКА
— 1727 —

№ 3

2024





РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
Институт этнологии и антропологии
им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН

ЭТНОГРАФИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 3

МАЙ–ИЮНЬ 2024

Журнал основан в 1889 г.
Выходит 6 раз в год
Выходил под названиями: “Этнографическое обозрение” (1889–1916; 1992–н.в.);
“Этнография” (1926–1930); “Советская этнография” (1931–1991).
Журнал издается под руководством
Отделения историко-филологических наук РАН

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

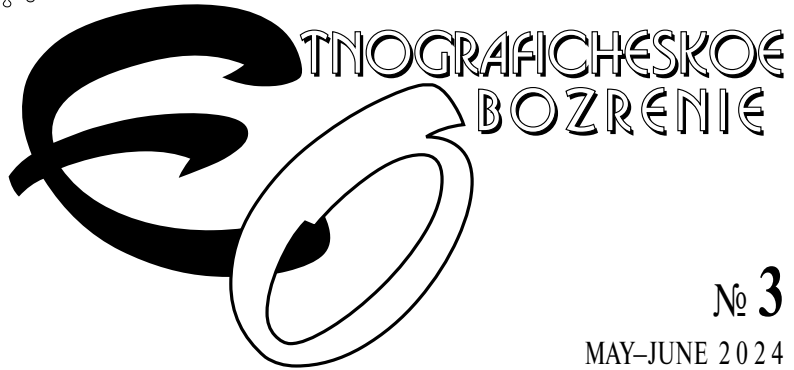
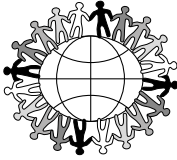
С.Н. Абашин (д.и.н., Европейский ун-т, Санкт-Петербург),
С.С. Алымов (к.и.н., ИЭА РАН, Москва),
В.О. Бобровников (к.и.н., НИУ ВШЭ, Санкт-Петербург),
М.Л. Бутовская (чл.-корр. РАН, ИЭА РАН, Москва),
М.В. Добровольская (д.и.н., Ин-т археологии РАН, Москва),
А.Л. Елфимов, главный редактор (Ph.D., к.и.н., ИЭА РАН),
П.С. Куприянов (к.и.н., ИЭА РАН),
М.Ю. Мартынова (д.и.н., ИЭА РАН), **Д.В. Михель** (д.ф.н., ИНИОН РАН, Москва),
Е.В. Попова (к. полит. н., Томский гос. ун-т),
С.В. Соколовский (д.и.н., ИЭА РАН), **В.А. Тишков** (акад. РАН, ИЭА РАН),
Е.Г. Трубина (д.ф.н., Университет Северной Каролины, Чапел-Хилл, США),
Е.И. Филиппова, зам. гл. ред. (д.и.н., ИЭА РАН), **Д.А. Функ** (д.и.н., МГЛУ, Москва)

НАУЧНО-КОНСУЛЬТАТИВНЫЙ СОВЕТ

Ю.Е. Березкин (Кунсткамера РАН, Санкт-Петербург), **В. Вате** (CNRS, Франция),
Д.Н. Замятин (МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва), **Н.М. Лебедева** (ВШЭ, Москва),
М. Могильнер (Ун-т шт. Иллинойс, США), **В.И. Мукомель** (Ин-т социологии РАН, Москва),
Б. Петрик (EHESS, Франция), **И.Ф. Попова** (Ин-т восточных рукописей, Санкт-Петербург),
М. Ривз (Манчестерский ун-т, Великобритания), **Н.В. Ссорин-Чайков** (ВШЭ, Санкт-Петербург),
Л.А. Чвырь (Ин-т востоковедения РАН, Москва), **П. Швайцер** (Венский ун-т, Австрия),
В.А. Шнирельман (ИЭА РАН, Москва)

Заведующая редакцией *И.А. Кучерова*

Адрес редакции:
119991 Москва, Ленинский пр., д. 32а, тел. (495) 938-18-67
Интернет-сайт: <https://eo.ica.ras.ru>
e-mail: ethnorev@gmail.com



№ 3

MAY–JUNE 2024

Founded in 1889
Published as Etnograficheskoe Obozrenie (1889–1916, 1992–present);
Etnografia (1926–1930); Sovetskaya Etnografia (1931–1991)
Publication frequency: 6 issues per year
Organ of the Division of History and Philology, Russian Academy of Sciences

EDITORIAL BOARD

Sergey Abashin (European U. at St. Petersburg),
Sergey Alymov (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Vladimir Bobrovnikov (Higher School of Economics, St. Petersburg),
Marina Butovskaya (Inst. of Ethnology and Anthro., Moscow),
Maria Dobrovolskaya (Inst. of Archaeology, Moscow),
Alexei Elfimov, Editor-in-Chief (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Elena Filippova, Associate Editor (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Dmitri Funk (Moscow State Linguistic U.),
Pavel Kupriyanov (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Marina Martynova (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Dmitry Mikhel (Inst. of Scient. Inf. for Soc. Sciences (INION), Moscow),
Evgeniya Popova (Tomsk State U., Tomsk),
Sergey Sokolovskiy, Associate Editor (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Valery Tishkov (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Elena Trubina (University of North Carolina at Chapel Hill, USA)

ADVISORY BOARD

Yuri Berezkin (Kunstkamera, St. Petersburg), **Liudmila Chvyr** (Inst. of Oriental Studies, Moscow),
Nadezhda Lebedeva (Higher School of Economics, Moscow),
Marina Mogilner (U. of Illinois at Chicago, USA), **Vladimir Mukomel** (Inst. of Sociology, Moscow),
Boris Pétric (EHESS, France), **Irina Popova** (Inst. of Oriental Studies, St. Petersburg),
Madeleine Reeves (U. of Manchester, UK), **Peter Schweitzer** (U. of Vienna, Austria),
Viktor Shnirelman (Inst. of Ethnology & Anthro., Moscow),
Nikolai Ssorin-Chaikov (Higher School of Economics, St. Petersburg),
Virginie Vaté (CNRS, France), **Dmitry Zamiatin** (Moscow State University)

Irina Kucheroва Editorial Office Manager

Editorial Office Address:
Rm 1807, 32-a Leninsky prospekt, Moscow, 119991, Russia;
phone +7 (495) 938-1867

Специальная тема номера: Человек покупающий — человек продающий: антропология торговли (люди, товары, структуры, отношения)
(отв. ред.— А.А. Новик, О.Д. Фаис-Леутская)

О.Д. Фаис-Леутская, А.А. Новик. О торговле в Европе: слово антропологам	5
С.А. Сиднева. Роль <i>λαϊκή αγορά</i> (“народного рынка”) в современном греческом городе ..	13
А.А. Новик. Покупая и продавая на Балканах: кейс Косово.....	30
А. Мажиа. Торговля как фактор культурных изменений: пример Сардинии (пер. с ит. О.Д. Фаис-Леутской).....	53
О.Д. Фаис-Леутская. Исторические рынки как особые пространства Италии	71
Ю.В. Бучатская. “Дисперсный” рынок: продажа овощей в квартале овощеводов Бамберга	90
И.А. Кучерова. Исландские сувениры: “взгляд туриста” vs “местный взгляд”	114

История науки

Б.В. Базаров, <u>С.Г. Жамбалова</u> . Матвей Николаевич Хангалов: интеллектуальная биография выдающегося этнографа.....	137
---	-----

Статьи и материалы

Ю.Е. Березкин. Обратная миграция в Африку: след в мифологии?	157
К.В. Осипова. Традиции возделывания и хранения репы на Русском Севере: взгляд этнолингвиста	180
Т.Е. Гревцова. Разбивание посуды в свадебном обряде донских казаков: ареальное варьирование семантики и прагматики действия	201
Ю.П. Шабает. Крах этнонационализма в “финно-угорских” республиках РФ: итоги переписи 2021 г. как свидетельство кризиса этнических элит	221

IN MEMORIAM

Сергей Александрович Арутюнов (01.07.1932—21.12.2023).....	245
--	-----

Special Theme of the Issue: Humans Buying and Selling: Anthropology of Trade (People, Goods, Structures, Relationships) (guest editors *A.A. Novik, O.D. Fais-Leutskaia*)

<i>Fais-Leutskaia, O.D., and A.A. Novik.</i> On Trade in Europe: Anthropologists Speak [O trgovle v Evrope: slovo antropologam]	5
<i>Sidneva, S.A.</i> The Role of <i>λαϊκή αγορά</i> (“Street Market”) in Modern Greek Towns [Rol’ <i>λαϊκή αγορά</i> (“narodnogo rynka”) v sovremennom grecheskom gorode]	13
<i>Novik, A.A.</i> Buying and Selling in the Balkans: The Case of Kosovo [Pokupaia i prodavaia na Balkanakh: keis Kosovo]	30
<i>Maxia, A.</i> Trade as a Factor of Cultural Change: The Case of Sardinia [Torgovlia kak faktor kul’turnykh izmenenii: primer Sardinii]	53
<i>Fais-Leutskaia, O.D.</i> Historical Markets as Special Spaces of Italy [Istoricheskie rynki kak osobyie prostranstva Italii]	71
<i>Butschatskaja, J.V.</i> The “Dispersed” Market: Trading Vegetables in Bamberg’s Vegetable-Growing District [“Dispersnyi” rynek: prodazha ovoshchei v kvartale ovoshchevodov Bamberga]	90
<i>Kucheroval, I.A.</i> Icelandic Souvenirs: Tourist Gaze vs Local Gaze [Islandskie suveniry: “vzgliad turista” vs “mestnyi vzgliad”]	114

History of the Discipline

<i>Bazarov, B.V., and S.G. Zhambalova.</i> Matvei Nikolaevich Khangelov: An Intellectual Biography of a Distinguished Ethnographer [Matvei Nikolaevich Khangelov: intellektual’naia biografiia vydaiushchegosia etnografa]	137
--	-----

Research Articles

<i>Berezkin, Y.E.</i> Eurasian Back-Migration: Traces in Mythology? [Obratnaia migratsiia v Afriku: sled v mifologii?]	157
<i>Osipova, K.V.</i> Traditions of Cultivation and Storage of Turnips in the Russian North: The View of an Ethnolinguist [Traditsii vozdelevaniia i khraneniia repy na Russkom Severe: vzgliad etnolingvisty]	180
<i>Grevtsova, T.E.</i> Pot Breaking in the Wedding Ritual of Don Cossacks: Areal Variations in the Semantics and Pragmatics of Action [Razbivanie posudy v svadebnom obriade donskikh kazakov: areal’noe var’irovanie semantiki i pragmatiki deistviia]	201
<i>Shabaev, Y.P.</i> The Fiasco of Ethnonationalism in “Finno-Ugric” Republics of the Russian Federation: Outcomes of the 2021 Population Census as an Evidence of the Crisis of Ethnic Elites [Krakh etnonatsionalizma v “finno-ugorskikh” respublikakh RF: itogi perepisi 2021 g. kak svidetel’sstvo krizisa etnicheskikh elit]	221

IN MEMORIAM

Sergei Aleksandrovich Arutyunov (01.07.1932–21.12.2023)	245
---	-----

СПЕЦИАЛЬНАЯ ТЕМА НОМЕРА:

ЧЕЛОВЕК ПОКУПАЮЩИЙ — ЧЕЛОВЕК ПРОДАЮЩИЙ: АНТРОПОЛОГИЯ ТОРГОВЛИ (ЛЮДИ, ТОВАРЫ, СТРУКТУРЫ, ОТНОШЕНИЯ)

(отв. ред. — А.А. Новик, О.Д. Фаис-Леутская)

О ТОРГОВЛЕ В ЕВРОПЕ: СЛОВО АНТРОПОЛОГАМ

О.Д. Фаис-Леутская, А.А. Новик

Оксана Давидовна Фаис-Леутская | <http://orcid.org/0000-0002-2757-2434> | oxana-fais@yandex.ru | к.и.н., старший научный сотрудник центра европейских исследований | Институт этнологии и антропологии РАН (Ленинский пр. 32а, Москва, 119991, Россия)

Александр Александрович Новик | <http://orcid.org/0000-0002-1123-1109> | njual@mail.ru | к.и.н., заведующий центром европейских исследований, ведущий научный сотрудник | Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера), РАН (Университетская наб. 3, Санкт-Петербург, 199034, Россия)

Ключевые слова

Торговля, регионы Европы, экономическая антропология, антропология торговли

Аннотация

Настоящая статья представляет собой введение к специальной теме номера: “Человек покупающий — человек продающий: антропология торговли (люди, товары, структуры, отношения)”, в которую вошли статьи С.А. Сидневой, А.А. Новика, А. Мажия, О.Д. Фаис-Леутской, Ю.В. Бучатской, И.А. Кучеровой. Тема посвящена современному состоянию торговли в ряде регионов Европы. Детальный анализ этого вида экономической деятельности позволяет осветить локальную специфику торговых операций, их механизм, знаковую товара, сохранившиеся архаичные традиционные элементы “старой торговли”, человеческие взаимоотношения участников “игр обмена” и другие аспекты этого культурного феномена. Торговля, особенно в современных развитых обществах, нечасто предстает объектом антропологического изучения, а известные экономико-антропологические исследования, в том числе в сфере антропологии торговли, в основном посвящены реалиям Глобального Юга или обществ смешанной экономики. В этой связи публикации нашего блока приобретают особую актуальность, они основаны на “живом” полевом материале и представляют собой попытку этнографической реконструкции и антропологического анализа торговли на примере ряда европейских регионов (Греции, Косово, Сардинии, Сицилии, Германии, Исландии). Предлагаемый материал отличается новизной и не имеет аналогов в научном дискурсе.

Информация о финансовой поддержке

Публикация осуществлена в соответствии с планами НИР ИЭА РАН и МАЭ РАН

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Фаис-Леутская О.Д., Новик А.А. О торговле в Европе: слово антропологам // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 5–12. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030013> EDN: BRVRUX

Fais-Leutkaia, O.D., and A.A. Novik. 2024. O torgovle v Evrope: slovo antropologam [On Trade in Europe: Anthropologists Speak]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 5–12. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030013> EDN: BRVRUX

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

Нет необходимости представлять значимость и место торговли в жизни человеческого сообщества. Начиная с каменного века и на протяжении большей части письменной истории человечества этот вид экономической деятельности является одним из самых значимых факторов общеисторического процесса и эволюции. Говоря о торговле, мы имеем в виду как процессы купли-продажи и обмена излишками производимых продуктов и изделий, одушевленными (скотом, рабами и т.д.) и неодушевленными (имуществом, землями и т.д.) объектами, так и сопутствующие этим процессам обслуживание покупателей, доставку товаров, их хранение и подготовку к продаже и пр.

В сегодняшнем научном дискурсе сосуществует несколько версий относительно наиболее древних очагов генезиса коммерции. Одни ученые — их большинство — утверждают, что коммерция появилась в Юго-Западной Азии (*Peyronel* 2008), другие отдают пальму первенства Новой Гвинее, где торговля, в частности обсидианом, как доказывает палеоархеология, датируется эпохой верхнего палеолита (*Lowder* 1984). Третьи считают ареалом зарождения этого феномена Ближний Восток, а временем появления — нижний и средний палеолит (*Smith* 2008), четвертые — Средиземноморье, Эгейскую и, в частности, минойскую и крито-микенскую цивилизации (*Pallante* 1973). Наконец, есть и те, кто полагает, что торговля имеет различные очаги возникновения (*Stephan* 1977). Но вне зависимости от того, в каком регионе мира раньше и интенсивнее происходило развитие коммерческих контактов и о каких товарах при этом шла речь, очевидно одно: торговля, будь то внутренняя или внешняя, осуществляемая на микро- или макроуровне, в первую очередь служила делу товарного насыщения и хозяйственного развития, уже от самых своих истоков она демонстрировала полисемантизм и способность значительно воздействовать на самые разнообразные сферы бытия человечества (*Braudel* 1979a; *Curtin* 1988: 21).

Показательно присутствие в культуре и высшей мифологии различных народов “курирующих” коммерцию божеств: в Nabateйском царстве это Аль-Кутбай, в Древней Греции — Гермес, в Древнем Риме — Меркурий и Эскуланус (последний ведал мелкой торговлей и медными деньгами), в Китае — Луи-Пан, в культуре майя — Эк-Чуах, в ацтекской цивилизации — Иакатекутли, Кочиметл и Иа-каколекуи, на Гаити и в ареале верований вуду — дух Айизаан, и т.д. (*Eliade et al.* 2019: 129–131). Культы этих божеств, порой весьма древние, свидетельствуют не только об объективной значимости торговли в “подведомственных” им регионах, но и о глубоком осознании населением важности коммерции, а также ее многогранной, поливалентной природы.

Как убедительно доказывает исторический опыт, торговые интересы содействуют установлению тесных экономических контактов между отдельными территориями. Однако весьма часто эти интересы оказываются прямыми или косвенными триггерами раздувания военных конфликтов (вплоть до конфронтаций глобального геополитического масштаба) и замирения, способствуют освоению пространства (строительству новых дорог и прокладке новых путей), служат стимулами походов, захватов и покорения новых территорий, детерминантами ментальных изменений в обществе и законодателями мод, они дают толчок активным языковым и в целом кросскультурным контактам различных народов и цивилизаций и в конечном итоге влекут за собой разномасштабные и разнокачественные политические, культурные, конфессиональные, социальные взаимовлияния, рождение новых культурных феноменов и глубокие соци-

альные и политические трансформации в обществе (*Baumol et al.* 2009). Можно бесконечно приводить разновременные и разноплановые примеры (от итогов торговых экспансий эллинского мира до результатов тюльпаномании в Голландии XVII в.; от работорговли Нового времени или коммерции как базы развития государства ацтеков до последствий современной борьбы за рынки сбыта и торговли нефтью и оружием; и т.д.) того, как торговля активно предопределяла ранее и предопределяет сегодня различные процессы и явления.

Более того, стремительные и глубокие метаморфозы форм обмена в наши дни — от традиционных, восходящих к древности (“с глазу на глаз” и “из рук в руки”; нем. *Hand-in-Hand, Auge-in-Auge-Handel*), предполагающих прямые торговые операции и оплату сразу же наличными (*Braudel* 1979b: 13), до все более преобладающих современных (глобальная виртуальная торговля гигантскими объемами неосязаемого товара с безналичной оплатой невидимыми деньгами, часто в кредит, при анонимности продавцов и покупателей и посредничестве третьих, “деперсонализированных”, представленных финансовыми структурами лиц [*Fusaro* 2021: 186]) — как отмечают исследователи, не только не умаляют способности торговли по-прежнему влиять на “мировые события, а также на состояние ментальности населения в глобальном масштабе”, но и делают этот феномен подчас “одной из наиболее очевидных детерминант подобных изменений” (*Ibid.*).

Не случайно торговля во всей совокупности своих составляющих (товары; продавцы; посредники; покупатели; локусы коммерции; системы обмена; деньги — “эталон всех обменов”, по словам Ф. Броделя; характер и формы оплаты; социальные аспекты торговых операций и пр.) как гигантское мультидисциплинарное исследовательское поле давно привлекает внимание представителей различных сфер науки: экономистов, социологов, политологов, маркетологов, специалистов рекламного дела, а также историков, культурологов, фольклористов, антропологов, даже психологов и медиков.

Самый обширный вклад в изучение торговли внесли, пожалуй, экономисты. Важнейшая роль в исследовании этого феномена принадлежит и историкам, в первую очередь французскому историку Ф. Броделю. В своей трехтомной монографии “Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV–XVIII вв.” (Т. I: “Структуры повседневности: возможное и невозможное”, Т. II: “Игры обмена”, Т. III: “Мировое время”) он рассмотрел эволюцию торговли на закате Средневековья и в Новое время, ее экономико-географические и товарные векторы в глобальном масштабе, а также сопряженные с ней и обусловленные ее развитием культурные, социальные, демографические феномены (*Braudel* 1979a, 1979b, 1979c).

Остановимся теперь на культурной антропологии. Будучи наукой о культуре как совокупности материальных объектов, идей, ценностей, представлений, моделей поведения и результатов деятельности человека на всех исторических этапах развития общества, антропология по определению не может игнорировать торговлю. Представители этой дисциплины сквозь призму культуры рассматривают и оценивают взаимодействия участников “игр обмена” и раскрывают “физиологию” коммерции. Однако следует заметить, что анализ торговли в парадигме антропологии как научное направление не набрал пока обороты, несмотря на то, что своими корнями он восходит к исследованиям таких классиков этнографии и социологии, как Б. Малиновский, М. Мосс, а после Второй

мировой войны — и К. Поланьи, а также к традициям *экономической антропологии*, возникшей во второй половине XX в. на стыке социологии, экономики, истории и культурной антропологии.

Экономическая антропология занимается исследованием взаимодействий людей в сфере обращения товаров и услуг, а предметом ее изучения является экономика докапиталистических стран и “крестьянских обществ”, где рынок, хотя и присутствует, но не определяет образ жизни (Gudeman 2001: 11). Особое внимание эта дисциплина уделяет разработке новых важных понятий: “символическое потребление”, “социальный капитал”, “культурный капитал”, “нетоварное производство”, “домашняя работа”, “неофициальный сектор экономики”, “нравственная экономика” и т.д. (Plattner 1989). Многие теоретико-методологические концепты экономической антропологии разрабатывались мэтрами современной антропологии А. Аппадурай (Appadurai 1986, 1996), К. Гирцем (Geertz 1978, 1979), С. Гудеманом (Gudeman 2001) и др. Однако обращает на себя внимание тот факт, что до недавнего времени исследования в рамках этой дисциплины в основном обходили реалии современного, в том числе европейского, общества, апеллируя преимущественно к особенностям развития пресловутого Глобального Юга и так наз. традиционных обществ (Trager 1981; Clark 1994; Aime 2002), — в силу этого за пределами изучения по-прежнему остается, например, фактическая экономика в постмодернистских социумах, включая и многочисленные сохраняющиеся реликтовые хозяйственные феномены (Hann, Hart 2011: 56). Более того, такую же геотематическую селективность обнаруживает и отпочковавшаяся от экономической антропологии *антропология торговли* (см., напр.: Brögger 2009: 318–333; Lyon 2021), исследующая механизм торговых обменов, их социальные, экономические и культурные параметры. Зародившаяся на рубеже XX и XXI вв. антропология торговли является перспективным, пока мало разработанным (особенно в отечественной науке) направлением.

В силу этого особую актуальность приобретает любое обращение к экономическим реалиям сегодняшнего общества в парадигме антропологии, в том числе и настоящий блок исследований, посвященных разнообразным аспектам рынка в различных регионах Европы: в Греции, Косово, Италии (Сицилии и Сардинии), в Германии и Исландии. Представленные публикации позволяют детально рассмотреть локальные особенности “игр обмена” и сопутствующих им человеческих отношений, традиционные, порой архаичные черты этого явления, органично вплетающиеся в ткань современной торговли и получающие сегодня внекоммерческое измерение и осмысление, в том числе и в контексте охватывающих общество социальных процессов и поиска населением своей идентичности (АМАЭ 2017: 14–15). Выбранный масштаб анализа и пристальное внимание к этнографии европейской торговли не случайны. Микроракурс исследования, обращение к эмпирике и фактам, объемный полевой материал обнаруживают особую ценность при разработке методологий, в том числе и антропологических, и позволяют в каждом отдельном случае улавливать и выявлять какие-то новые нюансы масштабного раскрытия тем. Даже в, казалось бы, изученной Европе до сих пор не все поле культурных реалий освоено исследователями, в силу чего конкретика как основа обобщений дефицитна, а потому весьма ценна и востребована в научном дискурсе (Duranti 2018: 22).

Подчеркнем, что предлагаемые статьи — часть большого научного проекта антропологического изучения торговли, в рамках которого в 2023 г. на страни-

цах журнала “Вестник антропологии” были опубликованы исследования, посвященные анализу связанных с торговыми практиками Европы культурных феноменов (Новик 2023: 121–143; Фаис-Леутская 2023: 144–164; Шевлякова 2023: 165–183).

Источники и материалы

АМАЭ 2017 – Новик А.А. Отчет о комплексных экспедиционных исследованиях на Балканах (Албания, Косово, Черногория). Распечатанные компьютерные файлы. 17.10.2017–01.08.2018 // Архив МАЭ РАН. К-1. Оп. 2. № 2286. 25 л.

Научная литература

Новик А.А. Базар и дюкян, ярмарка и маркет: эволюция торговли в Албании в начале XX в. // Вестник антропологии. 2023. № 3. С. 123–143.

Фаис-Леутская О.Д. Сагры в Италии: современные экономические и социальные аспекты средневековой традиции // Вестник антропологии. 2023. № 3. С. 144–164.

Шевлякова Д.А. Коммерциализация исторической памяти в названиях итальянских вин начала XXI в. // Вестник антропологии. 2023. № 3. С. 165–183.

Aime M. La casa di nessuno. Mercati in Africa occidentale. Torino: Bollati Boringhieri, 2002.

Appadurai A. The Social Life of Things. N.Y.: Cambridge University Press, 1986.

Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

Baumol W.J., Litan R.E., Schramm C.J. Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity. Yale: Yale University Press, 2009.

Braudel F. Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle. T. I, Les Structures du quotidien: le possible et l'impossible. Paris: Armand Colin, 1979a.

Braudel F. Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle. T. II, Les Jeux de l'échange. Paris: Armand Colin, 1979b.

Braudel F. Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle. T. III, Le Temps du monde. Paris: Armand Colin, 1979c.

Brøgger B. Economic Anthropology, Trade and Innovation // Social Anthropology. 2009. No. 17 (3). P. 318–333. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8676.2009.00072.x>

Clark G. Onions Are My Husband: Survival and Accumulation by West African Market Women. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

Curtin P.D. Mercanti. Commercio e cultura dall'antichità al XIX secolo. Roma: Laterza, 1988.

Duranti A. (ed.) Parole chiave su linguaggio e cultura. Un lessico per le scienze umane. Sesto San Giovanni: Meltemi, 2018.

Eliade M., Cosi D.M., Saibene L. (a cura di) Dizionario degli dei. Mediterraneo, Eurasia, Estremo Oriente. Milano: Jaca Book, 2019.

Fusaro M. Reti commerciali e traffici globali in età moderna. Roma: Laterza, 2021.

Geertz C. Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing // American Economic Review. 1978. No. 68 (2). P. 28–32.

Geertz C. Suq: The Bazaar Economy of Sefrou // Meaning and Order in Moroccan Society / Eds. C. Geertz, H. Geertz, L. Rosen. N.Y.: Cambridge University Press, 1979. P. 123–314.

- Gudeman S.F.* The Anthropology of Economy: Community, Market, and Culture. Malden: Blackwell, 2001.
- Hann C., Hart K.* Economic Anthropology: History, Ethnography, Critique. Cambridge: Polity Press, 2011.
- Lowder G.G.* Studies in Volcanic Petrology. Vol. I, Talasea, New Guinea; Vol. II, Southwest Utah. Berkeley: University of California, 1984.
- Lyon S.* Anthropological Perspectives on Fair Trade // Oxford. 29.10.2021. <https://oxfordre.com/anthropology/display/10.1093/acrefore/9780190854584.001.0001/acrefore-9780190854584-e-521>; jsessionid=C3F8CED0618E9BDC5254F2DC C59277F5
- Pallante G.* Creta e Micene, i misteri dell'archeologia. Milano: De Vecchi, 1973.
- Peyronel L.* Storia e archeologia del commercio nell'Oriente antico. Roma: Carocci, 2008.
- Plattner S.* (ed.) Economic Anthropology. Stanford: Stanford University Press, 1989.
- Smith R.L.* Premodern Trade in World History. L.: Routledge, 2008.
- Stephan E.* Il movimento commerciale nell'antichità. Sala Bolognese (Bo): Forni, 1977.
- Trager L.* Customers and Creditors: Variations in Economic Personalism in a Nigerian Marketing System // Ethnology. 1981. No. 20 (2). P. 133–146.

Editor's Introduction

Fais-Leutskaia, O.D., and A.A. Novik. On Trade in Europe: Anthropologists Speak [O torgovle v Evrope: slovo antropologam]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 5–12. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030013> EDN: BRVRUX ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Oxana Fais-Leutskaia | <http://orcid.org/0000-0002-2757-2434> | oxana-fais@yandex.ru | Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences (32-a Leninsky prospect, Moscow, 119991, Russia)

Alexander Novik | <http://orcid.org/0000-0002-1123-1109> | njual@mail.ru | Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera), Russian Academy of Sciences (3 University Emb., St. Petersburg, 199034, Russia)

Keywords

Trade, European regions, economic anthropology, anthropology of trade

Abstract

This article is an introduction to the issue's special theme on “Humans Buying and Selling: Anthropology of Trade (People, Goods, Structures, Relationships)”, featuring contributions by Svetlana Sidneva, Alexander Novik, Armando Maxia, Oxana Fais-Leutskaia, Julia Butschatskaja, and Irina Kucherova. The authors discuss the current state of trade as economic activity in a number of European regions, examining the local specificities of trade operations and their functioning, the symbolism of goods, the preservation of archaic traditional elements of “old ways of trade”, the human relationships of participants in these “games of exchange”, and other aspects of trade as a cultural phenomenon. Due to the fact that trade, especially in the context of modern developed societies, is infrequently considered as an object of anthropological research, while available studies in the vein of economic anthropology are mostly concerned with realities of the “Global South” or societies with “mixed economy”, these contributions are based on actual fieldwork material and represent an attempt at ethnographic recon-

struction and anthropological analysis of trade through particular cases of European regions, such as Greece, Kosovo, Sardinia, Sicily, Germany, and Iceland. The contributors employ novel approaches to demonstrate the ongoing relevance of this theme in the context of contemporary culture.

References

- Aime, M. 2002. *La casa di nessuno. Mercati in Africa occidentale* [Nobody's House: Markets in West Africa]. Torino: Bollati Boringhieri.
- Appadurai, A. 1986. *The Social Life of Things*. New York: Cambridge University Press.
- Appadurai, A. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Baumol, W.J., R.E. Litan, and C.J. Schramm. 2009. *Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity*. Yale: Yale University Press.
- Braudel, F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle* [Material Civilization, Economy and Capitalism: 15th–18th Centuries]. Vol. 1, *Les Structures du quotidien: le possible et l'impossible* [The Structures of Everyday Life: The Possible and the Impossible]. Paris: Armand Colin.
- Braudel, F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle* [Material Civilization, Economy and Capitalism: 15th–18th Centuries]. Vol. II, *Les Jeux l'échange* [The Exchange Games]. Paris: Armand Colin.
- Braudel, F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle* [Material Civilization, Economy and Capitalism: 15th–18th Centuries]. Vol. III, *Le Temps du monde* [World Time]. Paris: Armand Colin.
- Brøgger, B. 2009. Economic Anthropology, Trade and Innovation. *Social Anthropology* 17 (3): 318–333. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8676.2009.00072.x>
- Clark, G. 1994. *Onions Are My Husband: Survival and Accumulation by West African Market Women*. Chicago: University of Chicago Press.
- Curtin, P.D. 1988. *Mercanti. Commercio e cultura dall'antichità al XIX secolo* [Merchants: Trade and Culture from Antiquity to the 20th Century]. Roma: Laterza.
- Duranti, A., ed. 2018. *Parole chiave su linguaggio e cultura. Un lessico per le scienze umane* [Keywords on Language and Culture: A Lexicon for Science]. Sesto San Giovanni: Meltemi.
- Eliade, M., D.M. Cosi, and L. Saibene, eds. 2019. *Dizionario degli dei. Mediterraneo, Eurasia, Estremo Oriente* [Dictionary of the Gods: Mediterranean, Eurasia, Far East]. Milano: Jaca Book.
- Fais-Leutskaja, O.D. 2023. Sagry v Italii: sovremennye ekonomicheskie i sotsial'nye aspekty srednevekovoi traditsii [Sagri in Italy: Modern Economic and Social Aspects of the Medieval Tradition]. *Vestnik antropologii* 3: 144–164.
- Fusaro, M. 2021. *Reti commerciali e traffici globali in età moderna* [Global Trade and Trade Networks in the Modern Age]. Roma: Laterza.
- Geertz, C. 1978. Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review* 68 (2): 28–32.
- Geertz, C. 1979. Suq: The Bazaar Economy of Sefrou. In *Meaning and Order in Moroccan Society*, edited by C. Geertz, H. Geertz, and L. Rosen, 123–314. New York: Cambridge University Press.
- Gudeman, S.F. 2001. *The Anthropology of Economy: Community, Market, and Culture*. Malden: Blackwell.
- Hann, C., and K. Hart. 2011. *Economic Anthropology: History, Ethnography, Critique*. Cambridge: Polity Press.

- Lowder, G.G. 1984. *Studies in Volcanic Petrology*. Vol. I, *Talasea, New Guinea*; Vol. II, *Southwest Utah*. Berkeley: University of California.
- Lyon, S. 2021. Anthropological Perspectives on Fair Trade. *Oxford*. 29.10.2021. <https://oxfordre.com/anthropology/display/10.1093/acrefore/9780190854584.001.0001/acrefore-9780190854584-e-521>; jsessionid=C3F8CED0618E9BDC5254F2DC-C59277F5
- Novik, A.A. 2023. Bazar i diukian, yarmarka i market: evoliutsiia trgovli v Albanii v nachale XXI v. [Bazaar and Dyukyan, Fair and Market: The Evolution of Trade in Albania at the Beginning of the 21st Century]. *Vestnik antropologii* 3: 121–143. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2023-3/121-143>
- Pallante, G. 1973. *Creta e Micene, i misteri dell'archeologia* [Crete and Mycenae, the Mysteries of Archaeology]. Milano: De Vecchi.
- Peyronel, L. 2008. *Storia e archeologia del commercio nell'Oriente antico* [History and Archaeology of Trade in the Ancient East]. Roma: Carocci.
- Plattner, S., ed. 1989. *Economic Anthropology*. Stanford: Stanford University Press.
- Shevlyakova, D.A. 2023. Kommertsializatsiia istoricheskoi pamiati v nazvaniikh ital'ianskikh vin nachala XXI v. [Commercialization of Historical Memory in the Names of Italian Wines at the Beginning of the 21st Century]. *Vestnik antropologii* 3: 165–183.
- Smith, R.L. 2008. *Premodern Trade in World History*. London: Routledge.
- Stephan, E. 1977. *Il movimento commerciale nell'antichità* [The Trade Movement in Antiquity]. Sala Bolognese (Bo): Ovens.
- Trager, L. 1981. Customers and Creditors: Variations in Economic Personalism in a Nigerian Marketing System. *Ethnology* 20 (2): 133–146.

РОЛЬ *ΛΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ* (“НАРОДНОГО РЫНКА”) В СОВРЕМЕННОМ ГРЕЧЕСКОМ ГОРОДЕ

С.А. Сиднева

Светлана Александровна Сиднева | <http://orcid.org/0000-0002-2937-5434> | lucia80@mail.ru | к. филол. н., доцент кафедры итальянского языка факультета иностранных языков и регионоведения | МГУ им. М.В. Ломоносова (Ленинские горы 1, Москва, 119991, Россия)

Ключевые слова

Народные греческие рынки, новогреческая культура, идентичность, торговля, гендерные роли, зумыры

Аннотация

Исследование посвящено феномену *λαϊκή αγορά* (“народного рынка”) в современном греческом городе. Исторически рынок в Греции играл важную роль не только как место торговли, но и как сосредоточение общественно-политической жизни. Само слово *αγορά*, восходящее к древнегреческому глаголу *ἀγορεύω* (“публично говорить”), означало не только рыночную площадь, но и народное собрание в Древней Греции. В современном обществе, на первый взгляд, “народный рынок” почти утратил свою политическую функцию. С коммерческой точки зрения, его должны были вытеснить сетевые магазины, супермаркеты и онлайн-торговля, особенно в период пандемии ковида. Однако сегодня в Греции это явление не теряет своей актуальности и даже приобретает новые функции. В крупном городе “народный рынок” встраивается в идеологию экологичности выставляемого на продажу товара и в дискурс, связанный с идентичностью современного грека. Кроме того, такая торговая структура в городском квартале в какой-то мере сохраняет архаичные функции социализации жителей, обмена информацией, барометра политических настроений. Для сельских жителей *λαϊκή αγορά* — это возможность реализовать свой продукт, обменяться информацией и войти в контакт с городской средой. На международном уровне, за пределами Греции, греческий народный рынок иногда позиционируется как особый бренд.

Греческий рынок в широком смысле — это социально-экономический институт, который на протяжении многих веков сохраняет и воспроизводит свои уникальные черты и не теряет актуальности даже в эпоху современных торговых центров, супермаркетов и онлайн-продаж. Однако при изучении этого аспекта новогреческой традиционной культуры выясняется, что архивные и научные материалы преимущественно посвящены пастушеской, сельскохозяйственной деятельности, народным ремеслам, торговля же остается в тени.

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Сиднева С.А. Роль *λαϊκή αγορά* (“народного рынка”) в современном греческом городе // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 13–29. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030027> EDN: BRURYE

Sidneva, S.A. 2024. Rol' *λαϊκή αγορά* (“narodnogo rynka”) v sovremennom grecheskom gorode [The Role of *λαϊκή αγορά* (“Street Market”) in Modern Greek Towns]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 13–29. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030027> EDN: BRURYE

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>
© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

Можно сказать, что неплохо изучены условия и среда производства греческого продукта, но не особенности его сбыта.

Мое исследование ограничивается одной из разновидностей греческого традиционного рынка — *λαϊκή αγορά* (“народный рынок”). Это городское, инициированное “сверху” явление, чем, вероятно, и объясняется некое пренебрежение в отношении к нему греческих и зарубежных этнографов. В Греции только в конце XX — начале XXI в. исследователи обратили особое внимание на *αστική λαογραφία* (“городскую этнографию”), важной частью которой является этнография национальной торговли.

Наибольший научный интерес вызывали *εμποροπανηγύρεις* (“праздничные ярмарки”), имеющие ряд сходных черт с “народным рынком”. Но греческие и иноязычные исследователи часто ограничивались историей греческих рынков или праздничных ярмарок периодов Античности, Византии и османского владычества и редко обращались к современному состоянию проблемы. Однако уже в этих работах обозначена не только значимость этой формы торговли для экономики Греции и Балканского полуострова в целом, но и ее роль в сохранении и консолидации греческого национального сознания. Так, греческий этнограф И. Льямис отметил:

...особенно в эпоху османского владычества торговые ярмарки сохраняли свою связь с соответствующим институтом византийского времени, поэтому способствовали укреплению идентичности и национального самосознания греков. Лишним доказательством этому служит тот факт, что часто подобная разновидность торговой деятельности, помимо коммерческого, имела ярко выраженный религиозный смысл, поскольку во время ярмарок проводились и религиозные обряды, объединявшие в общей вере жителей изолированных друг от друга территорий. Кроме того, ярмарки нередко получали свои названия от церковных праздников, как например, ярмарка св. Ахиллия, которая ежегодно устраивалась и устраивается в настоящее время в день поминовения этого святого в середине июля в г. Гревена¹ (*Λιάμης* 2023).

Стоит отметить, что принадлежность к греческой православной церкви в эпоху турецкого владычества для греков часто имела большее значение, чем языковой аспект. Поэтому праздничная ярмарка в честь святого покровителя действительно становилась консолидирующим моментом.

К фольклору городской современной ежегодной ярмарки в г. Ксанфи обращался М. Варвунис. Аналогичное исследование в отношении ярмарки Айя-Марина в Илиуполи провел Г. Возикас. Оба исследователя отметили значимость этого феномена в формировании современной греческой городской идентичности (*Βαρβούνης* 2004; *Βόζικας* 2006). Один из “отцов” греческой городской этнографии Д. Лукатос записывал и анализировал зазывательные формулы рыночных и ярмарочных торговцев — именно в них, по его мнению, в полной мере реализуются особенности языковой идентичности греков (*Λουκάτος* 1963).

Феномен *λαϊκή αγορά* в его современном состоянии стал привлекать внимание исследователей греческой народной культуры примерно с 2000-х годов. Им занимались греческие этнографы К. Контса, Г.Х. Кузас, А. Елевсиниоти, А. Хадзиянниду. В их работах описаны народные рынки в XX в. и в первое десятилетие XXI в. в Афинах (рынки районов Рафина и Холаргос), Ларисе

(рынок района Неаполи) и Птолемаиде с их внутренним устройством, правилами функционирования, иерархией работников, особенностями взаимоотношений продавцов и покупателей (*Κόντσα* 2007; *Κούζας* 2013; *Ελευσινιώτη, Χατζηγιαννίδου* 2018).

Λαϊκή αγορά и другие типы рынков

Стоит сразу отметить, что сам термин *λαϊκή αγορά* в греческом языке может употребляться для обозначения любого передвижного ежедневного или еженедельного рынка под открытым небом, на котором продаются товары широкого потребления: пищевые продукты, одежда, дешевые аксессуары, цветы, рассада, инструменты, посуда. Греческие исследователи используют его применительно к аналогичным торговым структурам в других странах, например в Индии, Китае, Италии. Однако этот термин можно понимать и в более узком значении — как специфическое явление современной греческой традиционной и экономической культуры. В этом случае словосочетание *λαϊκή αγορά* лучше переводить буквально — “народный рынок”. Греческий этнограф М.Г. Мераклис так попытался описать суть исследуемого феномена: “Народные рынки с их периодичной повторяемостью — это разновидность городской ярмарки, точнее, праздничная ярмарка, которая переместилась из деревни в город вместе с миллионами перебравшихся туда жителей” (*Μερακλής* 2004: 44–45). В этом определении зафиксированы некоторые особенности греческого народного рынка. Во-первых, его связь с сельской средой через так наз. продавцов-производителей, иными словами фермеров или деревенских жителей, продающих свой товар напрямую покупателям. Во-вторых, восприятие народного рынка посетителями как чего-то исключительного и праздничного, а не повседневного. В-третьих, регулярная повторяемость этого события. Кроме того, М.Г. Мераклис отчасти намекает на происхождение не только продавцов, но и покупателей рынка, замышлявшегося именно как место, доступное для “простого народа”, обитателей периферийных городских районов, не полностью разорвавших связь с деревней. Да и тип отношений, который складывается между жителями из одного *υετονιά* (“района, квартала, соседства”) и продавцами, даже в столице, в пространстве народного рынка иногда напоминает микромир греческого традиционного села.

Тем не менее по происхождению *λαϊκή αγορά* — городское явление, имеющее своего автора и точную дату возникновения. Как мера оживления национальной греческой экономики и помощь сельхозпроизводителям и покупателям с небольшим доходом первый народный рынок был открыт в Афинах в субботу 18 мая 1929 г. Инициатива принадлежала Элефтериосу Венизелосу, занимавшему тогда пост премьер-министра Греции. Политик лично пришел на площадь Тисио с корзинкой в руках. Там же журналисты запечатлели министра национальной экономики Панагиса Вурлумиса, приобретающего лимоны, и мэра Афин Спироса Пациса, покупающего картофель и другие овощи. Впоследствии программа по развитию и совершенствованию торговых точек регулировалась правительством. Так, например, в конце января 1929 г. президент Греции Павлос Кондуриотис подписал указ, определяющий дни, часы и места уличных рынков в Афинах и окрестностях. Согласно документу, рынки проводились в понедельник на площади Колиацу, во вторник — на улице Тосица, в среду — на площади Панкратиу, в четверг — на проспекте Александрас, в пятницу — на стан-

ции Ларисис, в субботу — на площади Тисиу и в воскресенье — в конце улицы Вейку. Время работы ограничивалось интервалом с 6 утра до 11 часов дня, после чего муниципалитет Афин должен был позаботиться об уборке задействованных под торговлю территорий (*Σκιαδάς n.d.*). На первых народных рынках преобладали продавцы-производители из сельской местности, торговавшие плодами своих трудов. Таким образом, народный рынок с самого своего основания был направлен на реализацию продукта “греческой идентичности”. А вот покупателями становились не всегда городские низы, хотя программа греческого правительства адресовалась именно им. Впоследствии на народные рынки будет приходить больше представителей “простого народа”, а не только “элегантно одетые дамы, милые барышни из хороших семей, состоятельные горожане, офицеры и юристы” — так газеты в 1929 г. описывали первых клиентов (*Ibid.*). Проект определенно имел успех. Уже в 1932 г. количество народных рынков выросло как в Афинах, так и в других городах Греции настолько, что возникла необходимость более четких норм их содержания, охраны и управления ими. Так появился *Ταμείον Λαϊκών Αγορών* (“Фонд Народных рынков”). В дальнейшем будут образовываться различные регулирующие организации на уровне регионов, например с 2014 г. действовали *οι Διευθύνσεις Λαϊκών Αγορών Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας* (“Управления Народных рынков Аттики и Центральной Македонии”). При этом, если сейчас задать простому, не искушенному в истории и экономике покупателю или торговцу вопрос, считают ли они *λαϊκή αγορά* “старинным”, “истинно народным” явлением, в большинстве случаев ответ будет положительным (ПМА 2011, 2018). В определенном смысле информанты правы. “Народный рынок” в узком значении этого термина, несмотря на свою новизну и ненародное происхождение, воспроизводит самые архаичные модели поведения и роли греков в сфере торговли. Основателя традиции Венизелоса в данном случае можно сравнить с культурным героем античной мифологии. Даже само место проведения первого рынка как будто выбрано не случайно: у развалин античного храма Тесея, который почитался как образцовый государственный деятель и основатель афинской демократии.

Идея народных еженедельных рынков укрепилась как традиция еще и потому, что у нее были исторические предпосылки. Достаточно вспомнить античные уличные рынки, на которых продавались свежая рыба, овощи, фрукты, молочные продукты, скобяные и ювелирные изделия. В византийский период в Константинополе и в Малой Азии известны бродячие торговцы розничным товаром, которые обслуживали определенные кварталы городов. Более того, термин *λαϊκή αγορά* иногда встречается в греческих источниках именно по отношению к византийским временам — тогда существовали торговые гильдии, которые сходным с народным рынком образом реализовывали свои товары. Византийский “народный рынок”, как и современный, проводился еженедельно в определенных кварталах Восточной Римской Империи. Однако товары, их расположение на территории рынка, правила торговли, клиенты все же отличались. Например, византийцы размещали прилавки с ароматическими веществами, тканями и рыбой по центру, тогда как на современном народном рынке одеждой, тканями и духами торгуют в начале рынка, а рыбой — в конце (*Κωνσταντινίδου* 1996). Продавцы византийских рынков отличались более разнообразным этническим составом, а среди их товаров встречались и предметы с высокой стоимостью, предназначенные для клиентов высших общественных классов.

Сегодня *λαϊκή αγορά* — это временный еженедельный рынок. Торговые ряды располагаются на городских улочках в определенные дни недели с 6–8 часов утра до 14–15 часов дня. Основная функция этих торговых структур — реализовать сельскохозяйственную, желателен местную продукцию. В крупных городах такой рынок зачастую связан с определенными районами (*γέτονιές*), которые уже сами по себе — любопытное поле исследования как полужамкнутые общественные системы. Наименование рынка в разговорной речи и в прессе может сокращаться до субстантивированного прилагательного *λαϊκή* (“народный”).

Эти торговые структуры не следует смешивать с постоянными крытыми рынками или традиционными праздничными ярмарками — при всем их сходстве. Путаница возникает из-за того, что в бытовой речи греки используют для разных типов организации торговли общие наименования с более широким значением — *παζάρι* (“базар”) или *εμποροπανηγύρη* (“ярмарка”). Первое является тюркоязычным заимствованием и синонимом греческого *αγορά* (“рынок”). Второе может обозначать как ежегодную сезонную торговую ярмарку, так и праздничную ярмарку, приуроченную чаще всего к религиозному празднику: Пасхе, Успению Божьей Матери, дню поминовения святого покровителя города или деревни. Отдельно слово *πανηγύρι* переводится и как “всенародное гуляние”, и как “религиозный праздник”, и как “религиозная служба”. Перенос названия *εμποροπανηγύρη* на еженедельный народный рынок маркирует восприятие его как исключительного события, выходящего за пределы повседневной жизни, дополнительно подчеркивает развлекательно-рекреационную функцию рынка. День, который выбирается для *λαϊκή αγορά*, не всегда является выходным. На народном рынке не бывает привычных для праздничных ярмарок музыкальных представлений, карусели, театра теней. Но атмосферу праздника, по словам информантов, создают иные факторы. Это может быть само преобразование привычной улицы в торговые ряды, шум рынка, даже иностранная речь заходящих туда туристов, моменты встреч со старыми знакомыми или знакомства с новыми людьми. Большую роль в создании праздничного настроения играют и забавные зазывательные выкрики торговцев: *μύρισε το και θα καταλάβεις τον παράδεισο* (“понюхай и поймешь, где рай”), *σκόρδα για ραντεβού* (“отличный чеснок для свидания”) (*Ελευσινιώτη, Χατζηγιαννίδου* 2018: 50; ПМА 2018). Самые находчивые продавцы задействуют отрывки из песен и большой спектр невербальной коммуникации: жесты, мимику, иногда даже элементы жонглирования и танца. Рынок может напоминать своего рода театр.

Конечно, народный рынок, в отличие от ежегодной праздничной ярмарки, не привязан к религиозному празднику, проводится чаще (еженедельно) и при этом менее продолжителен (несколько часов). Но это не просто временная торговая точка, где можно дешевле, чем в магазине или супермаркете, купить продукты, но и особое время и пространство досуга со своими правилами поведения и ритуалами.

Ярмарки и народный рынок объединяет цель — продать прежде всего местный продукт, поэтому набор ремесленных товаров на них отчасти совпадает. Например, и там и там можно найти керамические изделия, вышитые полотенца, украшения, сувенирные прялки. Но иначе дело обстоит с пищевыми продуктами. На ярмарках продается больше готовых, приуроченных к особому случаю праздничных блюд, а не продукты для приготовления (овощи, фрукты, мясо, рыба, яйца, крупы и др.), как на народных рынках. Например, на ежегодной

ярмарке в Аргос-Орестико или в Касторье можно попробовать вареные овощи и козлятину, а также полакомиться местным лукумом *Μούσιου* (производится в Аргосе-Орестико). Со многими ярмарками будет ассоциироваться такое сладкое блюдо, как пончики или фарсальская халва (*χαλβάς Φαρσάλων*). Это не значит, что на *λαϊκή αγορά* нельзя купить готовую еду, но она не будет основным товаром и чаще предназначена для подкрепления самих торговцев, если рядом с рынком нет столовой. В свою очередь, на ежегодной праздничной ярмарке можно купить сезонные овощи, фрукты, особенно если она ориентирована на реализацию именно сезонного урожая. Красочное описание ярмарки в Фарсале оставил этнограф В. Скафидас: “В Фарсалу ежегодно свозились всевозможные товары (стеклянная, глиняная домашняя посуда и т.д.) и груды сезонных фруктов: дыни, арбузы, корзины с виноградом из Казаклара, яблоки и персики из Пелиона и Агии” (*Σκαφίδας* 1964). В этом смысле греческая ярмарка схожа с итальянским фестивалем местного продукта — *sagra*. В описаниях ярмарки большое внимание уделяется происхождению сезонных фруктов и овощей, что также роднит ее с народным рынком.

Λαϊκή αγορά и “идентичность” греческого продукта

На праздничных ярмарках, в отличие от народных рынков, скорее позитивно отнесутся к “неместным товарам”, например, к шарам, хлопушкам, игрушкам, фонарикам, праздничным пластиковым аксессуарам для детей и взрослых китайского производства. Здесь в целом, при всей ориентированности на традиционность и связь с определенным местом, благосклоннее воспринимают всякого рода инновации и экзотические пищевые и непищевые продукты. В этом случае торговля в большей степени способствует международному, межэтническому обмену, более широким связям, заимствованиям из чужих культур, а покупатель охотнее пробует что-то новое, необычное.

В отличие от праздничных ярмарок и других типов рынков современный греческий народный рынок направлен на укрепление внутренних связей, консолидацию именно греческой идентичности. Это проявляется в выборе товаров, которые должны быть местного производства — как на уровне предписаний, введенных в 2006 г., требующих указывать происхождение пищевого продукта на специальной табличке, так и на уровне личных предпочтений клиентов. При этом концепт “местный товар” понимается покупателем, производителем и продавцом по-разному. С формальной точки зрения греческой, местной, считается продукция, произведенная в Греции или из греческого сырья. Однако некоторые мои информанты сужали понятие “местный” с общенационального до регионального масштаба. Главным образом это относилось к пищевым продуктам: овощ или фрукт должен был быть выращен в данном регионе, на собственном участке; сыр должен был быть произведен из молока коз или овец, пасущихся на загородных пастбищах; то же самое касалось мяса. Только в этом случае продукты считались “натуральными и полезными”. Информантка 77 лет из г. Гревена на вопрос, а что если капуста привезена из другого региона, категорически ответила, что в этом случае возможна “китайская подделка” (ПМА 2011). Кстати, “китайским” в современном бытовом употреблении греческие покупатели часто называют любой дешевый, но некачественный товар. Другое определение с негативной коннотацией, которое применяли информанты к неместному продук-

ту, чаще замороженной рыбе, фруктам и овощам, — *βατορία* (“привезенные на парохоме”) с возможным подтекстом — “из пара, пшик”.

Некоторые продавцы и клиенты народных рынков, напротив, понимали “греческий продукт” шире. Главным критерием его “греческости” было производство в Греции. Сходные суждения отметила в своей работе и К. Контса. Она пишет, что “необычные” товары на народном рынке не всегда вызывали любопытство клиентов и пользовались успехом, как это происходило бы на праздничной ярмарке или крытом базаре. Новые продукты даже осуждались, пока не входили в обиход греческих домохозяек и переставали восприниматься как экзотические. К. Контса приводит пример с бананами: когда они впервые появились на народном рынке в ее квартале, их покупали только самые “продвинутые” и следующие моде покупатели, при том что в настоящее время это один из привычных товаров греческого народного рынка (*Κόντσα* 2007). Мои информанты настороженно и даже враждебно относились поначалу к манго, авокадо и замороженному норвежскому лососю (ПМА 2006, 2011). В данном случае парадоксально слаженно действуют две противоположные тенденции: консервативное мышление определенной группы населения, которая предпочитает привычное, местное, родное, и популярная с 1990-х годов коммерческая стратегия бренда, согласно которой любой товар должен быть связан с определенным местом, какой бы надуманной эта связь не была (*Bell, Valentine* 1997: 154).

Местная, часто узколокальная идентичность на народном рынке реализуется и в топонимическом принципе его номинации, и в его привязке к определенному городскому району. Современный народный рынок, преимущественно враждебный “чужеродному” продавцу и товару, тем не менее охотно приветствует покупателя-иностранца, по крайней мере в крупных городах, вписываясь в определенные туристические стратегии. В некоторых путеводителях по Греции можно встретить совет обязательно посетить народный рынок, чтобы приобрести свежие местные продукты по низкой цене, а также чтобы проникнуться духом греческой культуры. На популярном среди путешественников сайте “Tripadvisor” есть и примеры обратной связи, когда туристы с восторгом отзываюся о посещении таких торговых объектов. Приведем пример отзыва от 19 октября 2019 г. Турист из Флориды (США), зарегистрированный под ником Vi-coaster, пишет о народном рынке района Эксархия (г. Афины):

Обожаю фермерские рынки. Мы специально пошли по этой улице, чтобы поесть в этом районе. Сколько красочных овощей! Груды помидоров, фиолетовые баклажаны разных сортов, множество видов оливок, а также морковь, салат, дыни, фасоль и даже немного рыбы. Это интересный опыт, даже если вы турист и не можете ничего купить! (Tripadvisor 2019)

Примечательно, что отзыв написан на греческом языке. Можно предположить, что речь идет о представителе греческих общин в США. В тексте отмечается тот факт, что турист “может ничего не купить”. Он приходит сюда скорее как посетитель “этнографического музея” под открытым небом, а не как клиент рынка.

Информанты могут привычно ворчать, рассуждая о том, что приток иностранных покупателей якобы способствует повышению цен, но это не совсем верно, поскольку туристы все же редко становятся клиентами народного рынка.

Однако иногда продавцы как будто разделяют туристов на “своих” и “чужих”, возможно, немного обвешивая вторых. “Своими” ожидаемо становятся приезжие, владеющие греческим языком, или собственно греки.

“Свой—чужой” на *λαϊκή αγορά*

Дихотомия “свой—чужой” на народном рынке определяет не только товары, но и общественные отношения. При общении с информантами, особенно с работниками рынка, лучше всего использовать эмический подход, имитировать ситуацию непринужденной беседы, “подслушивания”. Определенную долю недоверчивости по отношению к исследователю с классическим опросником или диктофоном отметил и греческий этнограф Г.Х. Кузас. Он объяснил это тем, что работники рынка недолюбливают и опасаются журналистов, работников различных социальных служб, полицию, поскольку эти “посетители” могут проверять правильность оформления лицензий, условия труда помощников продавцов. Кроме того, исследователю с опросником нередко дают ожидаемый ответ, который не всегда соответствует реальности (Κούζας 2013).

Описывая мир еженедельного фермерского рынка, Г.Х. Кузас бинарную оппозицию “свой—чужой” буквально обозначил как “мы—другие”. К “мы”, или “своим”, он отнес собственно продавцов, владельцев торговых точек, мелких и крупных производителей, иных работников рынка. Соответственно, покупатель, по его классификации, попал в категорию “чужие”, или “другие”, наряду с представителями муниципальных властей, полицией, журналистами, туристами, торговцами-нелегалами, попрошайками, владельцами и работниками парикмахерских, кофеен, маленьких крытых магазинчиков рядом с рынком. Однако такое распределение представляется не совсем верным. Как упоминалось ранее, грекоязычный турист, не говоря уже о постоянном покупателе, чаще всего становится “своим”. К “своим” можно отнести и владельцев кофеен, в которых собираются для передышки работники рынка и покупатели. Более того, такие “рыночные” кофейни нередко становятся пространством сделок и договоренностей.

При всем недоверии к нелегалам, которыми в основном являются мигранты из стран Африки, некоторым из них тоже удастся стать настолько “своими”, что их даже предупреждают и защищают в случае полицейского рейда или иных типов проверки. К попрошайкам-цыганам отношение хуже: они отпугивают клиентов, — считают отдельные продавцы — поскольку люди опасаются карманных краж. При этом к цыганам-торговцам отмечено достаточно лояльное отношение.

В позиции антагонизма иногда находятся производители товара и скупщики, последних обозначают термином “профессиональный продавец”, противопоставляя его “торговцу-производителю”. Несмотря на попытки государства регулировать ценообразование, от греческих фермеров и рыбаков можно услышать мнение, что скупщики занижают стоимость их продукта при закупке и завышают при продаже. В свою очередь, оптовики оправдываются тем, что они берут на себя не только трудности, связанные с выбором качественного товара и логистикой, но и весь сложный бюрократический процесс реализации товара, на который у производителя просто нет времени.

Неоднозначное отношение фиксируется и к представителям контролирующих органов. Так, видео, в котором члены правой националистической партии

Χρυσή Αυγή (“Золотая зря”) устроили по собственной инициативе акцию по изгнанию нелегалов с одного из рынков г. Месолонгион (Η Χρυσή Αυγή... n.d.), вызвало противоречивую реакцию (от осуждения до одобрения) как сторонних наблюдателей, так и непосредственных работников рынка. Конечно, возникает вопрос, насколько легальными можно считать действия самих представителей “народной милиции”, но, возможно, что как раз принцип их “самоорганизации” и импонирует некоторым работникам рынка.

Рынок воспринимается как место демонстрации политических симпатий или антипатий еще со времен древней Афинской агоры. А современные политики по-прежнему выбирают его для раздачи своих брошюр, пропаганды, обсуждения проблемных общественных вопросов, а иногда, подобно Венизелосу, демонстративно совершают там покупки, чтобы показать близость к народу. Правда, информанты и журналисты с иронией замечают, что политиков на народном рынке можно увидеть только во время выборов.

Интересный парадокс взаимоотношений рынка и властей отметила К. Контса. В 1980-х годах правительство усилило контроль торговой деятельности. Требовалось большее количество разрешений, справок, что привело, например, к сокращению продавцов-производителей, реализующих свой товар на рынке без посредников, и росту профессиональных продавцов. Но при этом у информантов — как покупателей, так и торговцев — еженедельный фермерский рынок по-прежнему считается “самоуправляемым” (*Κόντσα* 2007). В одной из передач, посвященных этому феномену, антрополог из Афинского университета Пандион Л. Иконому отметил интересный факт: многие торговцы воспринимают уличный рынок как большее проявление свободы, как приключение и праздник, несмотря на всю тяжесть уличной торговли. Многие не желают обзаводиться крытыми стационарными магазинами. Некоторые молодые люди также оценивают эту работу как “школу жизни” и “приключение” (*Λαϊκή Αγορά* 2017).

О внутренних отношениях на рынке, о его иерархиях можно судить по особой “географии” рыночного пространства. Центральные и негласно более престижные ряды принадлежат торговцам зеленью, овощами, мясом, сыром. Ремесленные изделия, одежда, цветы, рассада располагаются на периферии рынка — в начале или в конце. Маргинальные места в так наз. дырах между рядами, без прилавка, в конце или у входа на рынок занимают нелегалы. У них чаще вообще нет определенного торгового места, так как они передвигаются по рынку со своим товаром, неся его на себе или располагая на быстро собирающемся “прилавке” — покрывале, картонке или газете. На первый взгляд, маргинальное место занимают и продавцы рыбы, хотя они вовсе не принадлежат к низшей группе в иерархии рыночных торговцев. Их периферийное положение объясняется сугубо прагматическим аспектом: рыба быстро портится и может издавать неприятный запах.

Стоит отметить, что особая география рынка часто согласуется с этническим составом торговцев. Так, продавцами в основном являются греки, особенно если речь идет о продуктах (овощах, фруктах, мясе, рыбе, сыре и т.д.). Мигрант или представитель этнического меньшинства собирает прилавок, раскладывает товар, расфасовывает его — т.е. работает в качестве помощника. Одежду, аксессуары могут продавать так наз. русские понтийцы, т.е. греки, приехавшие из стран бывшего СССР и получившие греческое гражданство по различным программам репатриации. Интересно, что последние в большинстве своем являются легаль-

ными торговцами, но иногда воспринимаются греками как “чужие”, несмотря на гражданство и наличие лицензии. Бродячие торговцы из Африки, продающие платки, парео, контрафактные товары, которые в современном греческом языке называют *μαϊμού* (букв. “обезьяна”), встречаются не на всех народных рынках, чаще всего они торгуют в отдельные сезоны и по большому счету являются непостоянным элементом структуры. Стоит заметить, что если мигрант нарушает негласное правило разделения товаров, его могут наказать: изгнать, заявить на него в полицию или иные органы контроля.

В целом на еженедельном народном рынке между продавцами не существует жесткой конкуренции, так как за каждым из них закреплён определенный вид товара, у каждого — своя клиентская база. Связи между покупателями и продавцами иногда устанавливаются настолько прочные, что конкретный клиент покупает конкретный вид товара всегда у одного и того же продавца. Бывают даже случаи связей, полученных “по наследству” от родителей. В процессе купли-продажи торговцы и их клиенты могут пить кофе, обсуждать широкий спектр тем, обмениваться полезными контактами, советовать друг другу хороших врачей или парикмахеров. Практикуются продажи “в долг” постоянным клиентам — они могут занести или перечислить деньги на следующей неделе. Покупатель, в свою очередь, может угостить продавца стаканчиком кофе и свежеспеченными булками.

Народный рынок обслуживает определенный район. В этом смысле покупатель как бы максимально проявляет узколокальную, районную, идентичность, у городских греков она выражена гораздо сильнее, чем, например, общенациональная или даже региональная. Как шутят некоторые информанты с высшим образованием, так реализуется “генетическая память” об античном полисном прошлом. Жители одного района “не изменяют” продавцам своего рынка — не ходят за покупками на “чужой рынок” в чужой район. Подобную верность можно было бы объяснить простыми соображениями удобства, расположением торговой точки рядом с домом. Тем не менее при опросе информантов выясняется, что “рынок моего района” (*λαϊκή της γειτονιάς μου*) — это особый концепт для греческого городского жителя. *Η γειτονιά* (“свой район, квартал, соседство”) — это уютная привычная среда, как бы являющаяся продолжением дома. Любопытно, что, наряду с рынком, объединяющим фактором в *η γειτονιά* может быть церковь и традиционная кофейня.

Если клиентами первого рынка в Тисио были представители высших эшелонов власти, то сейчас на рынки преимущественно “приходит народ” (*έρχεται ο λαός*). Товары лучшего качества продаются здесь в первые часы работы. Они стоят дороже. Утром закупаются люди с постоянным доходом, чаще всего относящиеся к категории бюджетных работников. Чуть позднее рынок посещают домохозяйки, неработающие матери с маленькими детьми и пенсионеры. Люди с меньшим доходом, например те же пенсионеры и мигранты, появляются ближе к закрытию.

Гендерные роли на *λαϊκή αγορά*

Особый интерес в мире рынка представляют гендерные роли. Продавцами преимущественно являются мужчины-греки. Термин *λαϊκατζού* (“рыночная торговка”) для греческого языка непривычен и в коллективном сознании соотно-

сится с женщиной, взявшей на себя мужскую роль, скорее всего, в силу обстоятельств. Часто информанты предполагают, что такая женщина продолжает дело своего мужа или иного родственника мужского пола, несмотря на то что сейчас все больше независимых женщин занимается предпринимательством в сфере торговли. Женщину-продавца (*λαϊκατζού*) нередко представляют в виде “бой-бабы”, но на самом деле это тоже всего лишь стереотип. В качестве главного объяснения, почему рыночная торговля является “неженским делом”, информанты ссылаются на важность в данной профессии мускульной силы, необходимой для установки громоздкого прилавка и переноски тяжелых предметов (ПМА 2006, 2011, 2018).

Интересные моменты, связанные с профессиями, отмечает К. Контса. Они касаются не только пола, но и возраста и образования некоторых работников рынка. Слова *μανάβης* (“зеленщик”), *χαπάλης* (“мясник”) стереотипно ассоциируются с пожилым грубоватым мужчиной средних лет без высшего образования (*Κόντσα* 2007). Тем не менее сегодня на уличных рынках можно увидеть пожилых гречанок, продающих, например, вышитые полотенца, салфетки, вязаную одежду собственного изготовления, или молодых женщин, торгующих зеленью. Однако торговка мясом или рыбой будет скорее редким исключением. В этом плане современный греческий рынок отчасти устойчиво сохраняет античную традицию. Исследовательница древнегреческой культуры М.В. Скржинская отмечала, что:

продавцами и покупателями на греческих рынках были в подавляющем большинстве мужчины. <...> Женщинам вообще считалось неприличным появляться в городской толпе, но это правило неукоснительно соблюдалось в состоятельных семьях. В бедных семьях, где умерли взрослые мужчины, женщины покупали на рынке все необходимое и зарабатывали торговлей, продавая чаще всего пряжу собственного изготовления и сплетенные венки и гирлянды из цветов, трав и ветвей (*Скржинская* 2000: 81).

На уличном рынке нередко торгуют понтийские гречанки или представительницы этнических меньшинств. К тому же среди женщин-продавцов редко встретишь продавцов-производителей, так как в Греции сельскохозяйственное производство, рыбная ловля, животноводство — преимущественно мужские сферы деятельности.

Несмотря на неизменность на протяжении столетий отдельных составляющих народного рынка, основной клиент с античности изменился коренным образом. Сейчас поход на рынок считается женским делом. Мужчины поджидают своих дам в кофейне или выступают в роли носильщиков тяжелых сумок и пакетов, пока женщины ходят между рядами со снедью, прицениваются, выбирают товар и торгуются. Время от времени встречаются мужчины, покупающие что-либо на рынке по списку, составленному женой или матерью. Даже в учебниках греческого языка или стандартных аудиокурсах для иностранцев типичный диалог *Στη λαϊκή* (“На уличном рынке”) часто разворачивается между продавцом-мужчиной и покупательницей-женщиной. Информант Елевтериос из Патр (83 года) подтвердил существование такого гендерного стереотипа, правда, заметил, что когда-то на патрасских рынках мужчина мог купить рыбу, но чистила и готовила ее всегда женщина, покупка живых животных также была мужским делом, тогда как мясо покупала женщина (ПМА 2018).

О том, что приобретение товаров на рынке — женская обязанность, лишний раз свидетельствуют и зазывы торговцев. Некоторые тексты могут содержать откровенно эротический подтекст; спелость, свежесть, формы фруктов сравниваются с различными прелестями потенциальной покупательницы: “сладкие и круглые яблочки, как грудки” (*γλυκά και στρογγυλά τα μηλάκια σαν τα βυζάνια*). Иногда в процессе продажи торговец-мужчина позволяет себе шутливый флирт с клиенткой, например, зовет ее замуж, прекрасно зная, что та давно состоит в счастливом браке. Некоторые комментарии вслед проходящим мимо женщинам иногда кажутся слишком фривольными. По утверждению самих продавцов, они рассыпают подобные “комплименты” только тем женщинам, которые их “ждут”: одеты в откровенную одежду или сами провоцируют в шутливой манере такие “ухаживания”. Тем не менее в последнее время подобный тип общения уходит в прошлое, так как вызывает протесты греческих феминисток и трактуется как разновидность домогательства. При этом уменьшительно-ласкательные обращения в духе “моя хорошая” (*χαλή μου*), “моя сладкая” (*γλυκιά μου*) не несут в себе никакого интимного подтекста, а просто маркируют типичную для греков неформальную манеру общения. В такой же манере к клиенту-мужчине продавец или продавщица может обратиться “дитя мое” (*παιδί μου*), “мой друг” (*φίλε μου*), тем более, как было замечено ранее, в среде греческого народного рынка часто складываются постоянные, теплые взаимоотношения.

Сегодня на народных рынках в качестве покупателей нередко можно увидеть мужчин преклонного возраста, которых привлекают более низкие цены на товары и привычный тип покупки и продажи, базирующийся на живом непосредственном общении и взаиморасчетах наличными.

Λαϊκή αγορά и поколение зумеров

Стереотипы о возрасте и уровне образования торговцев, о которых было сказано выше, не всегда подтверждаются. Хотя греческие СМИ время от времени бьют тревогу, утверждая, что на уличных рынках мало молодых как среди торговцев, так и среди покупателей, что молодые поколения (особенно так наз. зумеры) рано или поздно отдадут предпочтение онлайн-торговле, картина не столь пессимистична. С середины 1990-х годов в ЕС развивается дискурс “органического земледелия” и “натурального продукта”, связанный с проблемами здорового питания и защиты окружающей среды. Этот дискурс о методах сельскохозяйственного производства, доходящий иногда до настоящей “биомании”, превращается в новый вид философии, формирующей новый образ жизни. К определению народного рынка иногда добавляется избыточное прилагательное *βιολογική* (“биологический”), хотя чаще понятия “народный рынок” (*λαϊκή αγορά*) и “биологический рынок” (*βιολογική αγορά*) разведены: “биологический рынок” или “эко-рынок” может быть крытым и стационарным; он скорее ориентирован на прогрессивного потребителя с довольно высоким доходом, в отличие от народного рынка, предназначенного для людей менее обеспеченных. Объединяет *λαϊκή αγορά* и *βιολογική αγορά* стремление лишний раз подчеркнуть местную, возможно узколокальную, “идентичность” продуктов и тот факт, что они были выращены в рамках органического, “традиционного”, “как в старину” земледелия, без добавления пестицидов, химических удобрений, стимуляторов роста, а в идеале — в небольшом количестве и без применения современной техники. Но в большинстве случаев народный рынок

в коллективном сознании уже воспринимается как “биологический”, с натуральным продуктом без дополнительных приставок “био” и “эко”. Последние, скорее, используются как элемент коммерческой стратегии, в том числе для привлечения туристов и прогрессивной молодежи.

Следует признать, что молодые люди чаще работают в качестве временных помощников торговцев и по большей части не проявляют желания посвятить свою дальнейшую жизнь фермерству или торговле. Однако в последнее время, в связи с дискурсом органического земледелия, интерес к народным рынкам растет и среди образованной молодежи. Так, в кипрском сетевом издании приводится, например, история двух молодых людей 25 и 27 лет, которые, отучившись — один на психолога, другой на врача-диетолога — стали торговать на уличном народном рынке. Причем к такому решению их подтолкнуло не отсутствие работы по специальности (второй герой статьи совмещает основную работу в клинике с торговлей на рынке) — это их осознанный выбор. Более того, оба молодых человека жалуются на то, что в Греции в этой сфере мало молодых, по сравнению с другими странами, и призывают “изменить сознание” (Reporter 2022).

Среди моих относительно молодых информантов также были те, кто представлял традиционный рынок как модель прогрессивного отношения к собственному здоровью, уютную среду живого общения разных поколений, как подчеркивание достоинств местного продукта и все тот же “маленький праздник каждый день”. Опрошенные молодые люди происходили из семей аграриев или рыбаков. Девушек среди молодых продавцов не встречалось (ПМА 2018).

На “Tripadvisor” типичные посетители рынка района Эксархия описываются так: “По субботам местные панки с соседскими бабушками направляются вдоль улицы Каллидрому, прямо под холмом Стрефи, чтобы купить свежих овощей на традиционном народном рынке” (Tripadvisor 2019). Примечательно, что речь идет о представителях двух поколений, вместе идущих на рынок, — о соседских бабушках и “местных панках”, которыми в Греции часто становятся представители леворадикальной молодежи.

Интернет-технологии по большому счету не сильно повредили традиционным рынкам — были опасения, что онлайн-торговля, особенно развившаяся во время пандемии ковида, сделает их неактуальными. Но здесь нужно иметь в виду, что еще до пандемии некоторые покупатели и продавцы договаривались через “Whatsapp” и другие мессенджеры о доставке нужного товара и о его количестве. В греческой прессе можно встретить заголовки типа “Народный рынок на Facebook без посредников” (*Λαϊκή αγορά στο Facebook χωρίς μεσάζοντες*) — таким образом производители пытаются реализовать идею нулевого километра и самоуправляющегося рынка, а отчасти и избежать государственного регулирования изначально государственной идеи. Впрочем, эти противоречивые тенденции никогда не были чужды греческой торговле: ее тесная связь с официальными структурами и одновременно противостояние им.

* * *

Греческий народный рынок — одно из интересных и репрезентативных явлений современной традиционной греческой культуры; передвижные уличные рынки проводятся еженедельно в разных районах города. Изначально предполагалось, что такие торговые структуры будут работать в крупных городах, но

сейчас можно найти их аналоги и в небольших городках — в этом случае рынок перемещается не по районам, а из одного населенного пункта в другой.

Будучи городским явлением, народный рынок тем не менее осуществляет связь города и деревни через продавцов-производителей, среди которых много сельских жителей, а не только работников агрохолдингов или фермеров из городской среды.

Созданный как способ решения экономических проблем страны в определенный исторический период, уличный рынок, однако, был признан по-настоящему народным, иногда он выступает барометром общественного благосостояния, политической трибуной общественного мнения.

Народный рынок имеет ряд общих черт с греческими праздничными ярмарками как религиозного, так и коммерческого характера. На лингвистическом уровне иногда происходит смешение терминов, особенно в повседневной речи. “Народный рынок” могут называть “ярмаркой” (*εμποροπανηγύρη*), таким образом обозначая отношение к нему посетителей как к чему-то праздничному, выходящему за рамки повседневности. Такому восприятию способствует изменение привычного облика знакомой улицы, красочное расположение товара, элементы перформанса в стратегиях продавцов, живое, праздное общение с соседями по кварталу.

Из наиболее устойчивых архаичных черт, характеризующих современный народный рынок, стоит выделить: постоянство гендерного состава продавцов — сегодня это также только мужчины; сохраняющуюся на пространстве рынка оппозицию “свой—чужой”; расширенные социализирующие функции, по-прежнему выполняемые этими торговыми структурами. При этом клиентами народных рынков (в отличие от посетителей их древних аналогов) сегодня преимущественно становятся женщины. Примечательно, что в Греции не сохранились гендерные стереотипы в отношении того, какой товар покупает женщина, а какой мужчина, как это можно наблюдать в других культурах. Например, в среде понтийских греков, проживающих в России, на Кавказе, покупка мяса считается мужской прерогативой.

Особую роль рынок играет в определении национальной и локальной идентичности, которая может проявляться в межэтнических иерархиях продавцов и покупателей, а также реализовываться через предпочтительный выбор местного товара. При этом под “местным” может пониматься как товар общенационального уровня (произведенный в Греции), так и узколокального (произведенный в конкретном районе).

Если оценивать процент молодых работников и посетителей народного рынка, то можно констатировать, что он невелик. Молодые продавцы, за редким исключением, в основном продолжают дело своей семьи или рассматривают такую работу как временную. Среди молодых покупателей встречаются последователи современных идей правильного питания, органического земледелия или представители левых течений, которые так реализуют свою близость “к простому народу”.

Современные формы торговли на настоящий момент не сильно угрожают греческому народному рынку, а иногда даже способствуют его популяризации.

Примечания

¹Все переводы с греческого языка сделаны автором данной статьи.

Источники и материалы

- ПМА 2006 – Полевые материалы автора. Греция. Афины, Салоники, 2006 г.
ПМА 2011 – Полевые материалы автора. Греция. Касторья, Гревена, 2011 г.
ПМА 2018 – Полевые материалы автора. Греция. Афины, Патры, о-в Кефалония, 2018 г.
Reporter 2022 – Reporter. 27.11.2022. <https://reporter.com.cy/article/2022/11/27/664111/to-biblio-gia-neous-pou-katapianetai-me-te-diaphthora-kai-stelnei-menuma-se-olous>
Tripadvisor 2019 – Tripadvisor. 19.10.2019. https://www.tripadvisor.com.gr/Attraction_Review-g189400-d12706357-Reviews-Laiki_Farmer_s_Market-Athens_Attica.html
Λαϊκή Αγορά 2017 – Λαϊκή Αγορά. 08.10.2017. <https://www.youtube.com/watch?v=x-AtA-G9T3N0>
Λιάμης 2023 – Λιάμης Ι. Τα παζάρια του Σεπτέμβρη // Η Πεμπτούσια. 08.09.2023. <https://www.pemptousia.gr/2023/09/ta-pazaria-tou-septemvri>
Η Χρυσή Αυγή... n.d. – Η Χρυσή Αυγή σε λαϊκή αγορά στο Μεσολογγίου <https://www.youtube.com/watch?v=0LIInoeAjus> (дата обращения: 11.01.2024).
Σκαφίδας 1964 – Σκαφίδας Β. Η εξέλιξις της εμποροπανηγύρεως (Λαογραφικά σημειώματα) // Ηπειρώτικη Εστία. 1964. Τεύχος 151^{ov} (№ 151). Σ. 747–752.
Σκιαδάς n.d. – Σκιαδάς Γ.Κ. Όταν γεννήθηκαν οι λαϊκές αγορές το 1929 για να χτυπηθούν οι κερδοσκόποι // Ο μικρός ρωμύς. <https://mikros-romios.gr/laikesagores> (дата обращения: 22.01.2024).

Научная литература

- Скржинская М.В. Будни и праздники Ольвии в VI–I вв. до н.э. СПб.: Алетея, 2000.
Bell D., Valentine G. Consuming Geographies: We Are Where We Eat. L.: Routledge, 1997.
Βόζικας Γ. Το πανηγύρι της Αγίας Μαρίνας στην Ηλιούπολη. Η σύγχρονη μορφή ενός πολιτιστικού φαινομένου στον ελληνικό αστικό χώρο και κοινωνικό-οικονομικό του πλαίσιο. Αθήνα: Ελληνική Λαογραφική Εταιρεία, 2006.
Βαρβούνης Μ.Γ. Μελετήματα Ελληνικής λαογραφίας. Λαογραφικά, Θεωρητικά, Μεθοδολογικά και Ποικιλία. Ξάνθη: Σπανίδης, 2004.
Ελευσινιώτη Α., Χατζηγιαννίδου Α. Υπαίθριο εμπόριο στο ελληνικό πλαίσιο: χώρος, δρώντες και δραστηριότητες στις λαϊκές αγορές Χολαργού και Πτολεμαΐδας. Θεσσαλονίκη: Αριστοτελείο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2018.
Κούζας Γ.Χ. Ο κόσμος της λαϊκής αγοράς: προς μια κοινωνική ανάγνωση των λειτουργιών και των προετάξεων των σύγχρονων υπαίθριων αγορών // Λαογραφία Δελτίον. Τόμος ΜΒ' (42). Αθήνα: Ελληνική Λαογραφική Εταιρεία, 2013. Σ. 505–558.
Κόντσα Κ. Τοπογραφίες σχέσεων στη λαϊκή αγορά: μια εθνογραφική περίπτωση. Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Ι.Α.Κ.Α., 2007.
Κωνσταντινίδου Μ. Βυζαντινοί δρόμοι – παραδοσιακές πόλεις. Αθήνα: Μέδουσα-Σέλας Εκδοτική, 1996.
Λουκάτος Δ. Σύγχρονα λαογραφικά. Αθήνα: Λαβύρινθος, 1963.
Μερακλής Μ.Γ. Ελληνική λαογραφία. Κοινωνική συγκρότηση – ήθη και έθιμα-λαϊκή τέχνη. Αθήνα: Οδδυσσεύς, 2004.

Research Article

Sidneva, S.A. The Role of *λαϊκή αγορά* (“Street Market”) in Modern Greek Towns [Rol’ *λαϊκή αγορά* (“narodnogo rynka”) v sovremennom grecheskom gorode]. *Этнографическое обозрение*, 2024, no. 3, pp. 13–29. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030027> EDN: BRURYE ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

Svetlana Sidneva | <http://orcid.org/0000-0002-2937-5434> | lucia80@mail.ru | Lomonosov Moscow State University (GSP-1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia)

Keywords

Greek street markets, Modern Greek culture, identity, trade, gender, zoomers

Abstract

The article discusses the phenomenon of “people’s market” in contemporary Greek cities and towns. Historically, the market in Greece has played an important role not only as a place of trade, but also as a concentration of social and political life. The word *αγορά*, derived from the ancient Greek verb *ἀγορεύω* (“to speak publicly”), meant not only a market square but also people’s assembly in Ancient Greece. In modern society, the “people’s market” has almost lost its political function. From a commercial point of view, it should have been replaced by mega-stores, supermarkets, and online commerce, especially during the covid pandemic. However, today in Greece this phenomenon does not lose its relevance and even acquires new functions. In a large city, the “people’s market” is embedded in a new ideology of environmental friendliness of the goods for sale and in the discourse related to the identity of the Modern Greek. In addition, a street market in a city retains the archaic functions of socializing residents, exchanging information, and being a barometer of political sentiment. For rural residents, *λαϊκή αγορά* is an opportunity to sell an agricultural product and exchange information and contact with the urban environment. Internationally, outside Greece, the Greek folk market is sometimes positioned as a distinct brand.

References

- Bell, D., and G. Valentine. 1997. *Consuming Geographies: We Are Where We Eat*. London: Routledge.
- Eleysinioti, A., and A. Khatzghiannidoy. 2018. *Ypaithrio empório sto ellhnikó plaísio: choras, drontes kai drasthrióthtes stis laíkes agores Kholargóu kai Ptolemaídas* [Outdoor Trade in the Greek Context: Space, Actors and Activities at the Popular Markets of Holargos and Ptolemaida]. Thessaloniki: Aristoteleio Panepistimio Thessalonikis.
- Kontsa, K. 2007. *Topografisies skheseon sti laiki agora: mia ethnografiki periptosi* [Topographies of Relationships in the Popular Market: An Ethnographic Case]. Volos: Panepistimio Thessalias, Tmima I.A.K.A.
- Konstantinidou, M. 1996. *Byzantinoi dromoi — paradosiakes poles* [Byzantine Roads — Traditional Towns]. Athens: Medusa-Sellas Publishing House.
- Kousas, G.H. 2013. O kosmos tis laikis agoras: pros mia koinimiki anagnosi ton leitoyrgion kai ton proetakseon ton syngnonon ypaithrion agoron [The World of the Street Market: Towards a Communal Reading of the Functions and Preparations of Modern Outdoor Markets]. *Laografia Deltion* 42: 505–558.
- Loukatos, D. 1963. *Synkhrona laografika* [The Modern Folklore]. Athens: Labyrithos.
- Meraklis, M.G. 2004. *Elliniki laografia. Koinoniki synkrotisi — Ithi kai Ethima — Laiki tekhní* [Greek folklore: Social Constitution-Traditions and Customs-Folk Art]. Athens: Oddiseas.

- Skrzhinskaia, M.V. 2000. *Budni i prazdniki Ol'vii v VI–I vv. do n.e.* [Weekdays and Holidays of Olbia in the 6th–1st Centuries BC]. St. Petersburg: Aleteiia.
- Varvounis, M.G. 2004. *Meletimata Ellinikis laografias. Laografika, Theoritika, Methodologika kai Poikilia* [Studies of Greek Folklore: Folklore, Theory, Methodology and Variety]. Ksanthi: Spanidis.
- Vozikas, G. 2006. *To panigyri tis Agias Marinas stin Ilioupoli. I sinkhroni morfi enos politistikou thenomenou ston elliniko astiko khoro kai koinoniko-oikonomiko tou plaisio* [The Festival of Agia Marina in Ilioupoli: The Modern Form of a Cultural Phenomenon in the Greek Urban Space and Its Socio-Economic Context]. Athens: Elliniki Laografiki Etaireia.

ПОКУПАЯ И ПРОДАВАЯ НА БАЛКАНАХ: КЕЙС КОСОВО

А.А. Новик

Александр Александрович Новик | <http://orcid.org/0000-0002-1123-1109> | njual@mail.ru | к.и.н., заведующий центром европейских исследований, ведущий научный сотрудник | Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера), РАН (Университетская наб. 3, Санкт-Петербург, 199034, Россия)

Ключевые слова

Идеология торговли, покупатель, продавец, албанцы Косово, престижное потребление, национализм, этническое самочувствие

Аннотация

В исследовании в парадигме антропологии анализируется трансформация торговых отношений, торговых сделок, включенности мужчин и женщин разных возрастов, представителей различных этнических групп, конфессий и страт общества в круговорот товаров и услуг на территории Косово/Косово и Метохии на рубеже XX–XXI вв. Из тихой “провинции” Османской империи, королевской Югославии и СФРЮ историческая область превратилась в передовой край противостояния как балканских элит, так и международных сил. Оставляя по возможности в стороне многовекторную дискуссию относительно статуса территории/края/государства, автор фокусируется на социальных и культурных аспектах торговли – вида деятельности и сферы экономики, которые напрямую и остро затрагивают всех без исключения жителей региона: албанцев, сербов, турок, горан или цыган; мусульман или христиан; людей богатых, бедных или среднего достатка. Растущий во всем мире (как в бизнес-сообществе, так и среди профессиональных исследователей культуры и общества) интерес к корпоративной антропологии обусловлен значением этнического фактора для стратегии развития отдельных государств и глобальной экономики вообще, что предполагает сбор эмпирики и попытку оценить риски ведения хозяйственных, торговых, научных и иных проектов, напрямую затрагивающих жизнь людей и влияющих на их социальное самочувствие.

Информация о финансовой поддержке

План НИР МАЭ РАН

Все мы являемся потребителями/покупателями товаров и услуг, а также знаний, опыта, умений, навыков и проч., что также можно рассматривать как товар или услугу. Некоторым посчастливилось (или не посчастливилось?) быть продавцами/трансляторами вещей, идей и мыслей. А некоторым повезло (или опять нет?) быть создателями, творцами, производителями. В классиче-

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Новик А.А. Покупая и продавая на Балканах: кейс Косово // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 30–52. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030033> EDN: BRQKPC

Novik, A.A. 2024. Pokupaia i prodavaia na Balkanakh: keis Kosovo [Buying and Selling in the Balkans: The Case of Kosovo]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 30–52. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030033> EDN: BRQKPC

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>
© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

ской схеме *производство—посредничество—потребление*, как ни странно, очень мало внимания исследователи гуманитарных областей знания уделяют среднему звену (Benson, Ugolini 2006; Brøgger 2009: 318–320; Antrosio, Han 2019). Если производительные силы (нем. *Produktivkräfte*) стали изучаться с чрезвычайным рвением немецкими историками еще в XIX в., а консьюминг (англ. *consuming* — “потребление”) в середине XX в. буквально “порвал” всех конкурентов, претендующих “на роль” объекта исследования социологов (для них консьюминг стал реальным куском хлеба с не менее осязаемым и обильным слоем масла) и социальных антропологов, то посредничество/торговля/обмен/дар/передача оставались долгое время в тени научного интереса. В качестве редких исключений считаю необходимым упомянуть здесь чрезвычайно яркие работы М. Мосса (с его теорией обмена и экономики дарения), Б. Малиновского (основоположника функционализма), К. Гирца (в контексте статьи важны его исследования восточных рынков) и некоторых других (Malinowski 2014 [1922]; Mauss 1923–1924; Jonas et al. 1969; Geertz 1978: 28–32; McCormick 2002; Baumol et al. 2009).

Вместе с тем именно торговля на протяжении тысяч лет являлась двигателем развития человечества. Для жителей урбанистических центров она оставалась основой экономики и главным средством существования/выживания вне зависимости от смены общественно-экономических формаций. Во второй половине XX столетия историк Ф. Бродель обратил пристальное внимание на торговлю и товарно-денежные отношения в Европе в целом и в обширнейшем регионе Средиземноморья в частности, а в три последних десятилетия прошлого столетия глобальная торговля и экономика выступили едва ли не главными движущими силами нашей цивилизации в работах политолога Ф. Фукуямы, предрекшего гибель этой самой цивилизации (Braudel 1979; Fukuyama 1992). В начале XXI в. в рамках складывающегося научного направления антропологии торговли стали появляться любопытные работы, возник, казалось бы неожиданно, интерес к корпоративной культуре и восприятию офисных клерков как особого комьюнити/“корпоративного племени” со своими законами/обычаями, представлениями/верованиями, страхами/предрассудками, карьерным ростом/обрядами перехода и — самое главное — с устойчивой идентичностью, маркирующей положение членов коллектива по отношению к другим сообществам (см., напр., книги норвежской исследовательницы Б. Брёггер и нидерландско-финского тандема Д. Браун и И. Крамер) (Brøgger 2009: 318–320; Braun, Kramer 2019).

Балканы — уникальный оазис сохраняющейся в эпоху глобализма архаики, подверженный благодаря своему географическому и геополитическому положению самым смелым инновациям и экспериментам, диктуемым как извне, так и изнутри — являют собой образец смешения разных форм экономики и торговли, взаимодействия и противостояния производительных сил и социальных институтов, конфликта и попыток гармонизации национальных, общественных и индивидуальных интересов, применения технологий манипулирования и управления коллективным сознанием (Glenny 2001; Новик 2023а: 121–143). Торговля и торговые отношения в странах Юго-Восточной Европы не раз становились предметом исследования: в широкой исторической ретроспективе рассматривались ремесленные организации и рынки в Боснии и Герцеговине и в Албании, городская жизнь в Болгарии и т.д. (Kreševljaković 1958; Shkodra 1973; Тодоров 1976). Как правило, работы историков ограничивались хронологически-

ми рамками: начало XV в. (сложение системы эснафов в Османской империи) — начало XX в. (период распада торгово-ремесленных организаций и зарождения индустриализации). Данные исследования, опубликованные на национальных языках (сербскохорватском, албанском, болгарском и др.), оставались малоизвестными или вовсе неизвестными за рубежом, несмотря на свой порой исключительный научный вес и объем проанализированных первоисточников. Не в малой степени поэтому о темах и проблемах, заявленных как новая “городская” антропология (в отличие от прежней — с “сельской” тематикой), на Западе широко заговорили в 1960-е годы, не подозревая, что городская проблематика (базары, социальная организация торговли, религиозные институты и этническая специфика торгово-ремесленных братств, их культурные инициативы, образовательные проекты и проч.) была неплохо, а в действительности даже отлично для своего времени разработана еще в 1920—1930-е годы Х. Крешевляковичем и др. (*Kreševljaković* 1935). Затем, правда, после 1970-х годов, интерес к данной проблематике стал затухать — тема рынков, торговли, деятельности ремесленников стала немодной, пока к ней не вернулись в 2000-е годы (*Nadin* 2002).

Что касается Косово — то посвященных ему специальных работ по антропологии торговли почти нет. Исключение составляет монографическое исследование Д. Статовци, в котором дан обстоятельный анализ торгово-ремесленной деятельности на территории Косово и Метохии от Средневековья до начала 1980-х годов (*Statovci* 1982). Последующая политическая турбулентность и военное противостояние в границах бывшей Югославии в 1990-х годах редуцировали научные изыскания, направив их в области политологии, конфликтологии и пр. Предлагаемое настоящее антропологическое исследование отношений между *человеком покупающим* и *человеком продающим*, материалы для которого были собраны мной в 1990—2024 гг., является, смею надеяться, исключительно актуальным и своевременным, позволяющим закрыть известную лакуну в изучении общества на Балканах.

От ремесленника к индустриальному рабочему, от лавочника к менеджеру

Основой городской экономики на западе Балкан до начала XX в. оставалась деятельность ремесленников, производивших различные изделия самого широкого назначения, и торговцев, осуществлявших координацию потоков товаров и их реализацию на внутреннем и внешнем рынках. Если до начала промышленной революции, пришедшей в Юго-Восточную Европу значительно позже, чем в большинство регионов Северной, Западной и Южной Европы, общая стоимость сельскохозяйственной продукции значительно превосходила стоимость продукции, создававшейся “индустрией эпохи” — профессиональным ремеслом, то доходы от торговли, прямо включенной во все виды деятельности человека, были исключительно велики в разные периоды (*Shkodra* 1973; *Nadin* 2002; *Иванова* 2006: 192—194). Об уровне развития того или иного урбанистического центра судили не только по числу домовладений, но и по наличию лавок торговцев и мастерских ремесленников (*Pulaha* 1984). Посетивший по заданию султана в XVII в. большинство регионов Османской империи Эвлия Челеби (1611—1682?) оставил после себя значительное эпистолярное наследие; в своих пространственных путевых заметках, в разделах, посвященных городам, он прежде всего фиксировал число магазинов и количество занятых в ремесле людей (*Ham-*

mer 1834–1850). Побывав в урбанистических центрах Косово, Эвлия Челеби отметил их экономическое развитие, оставив в стороне многие вопросы религиозной жизни, этнической принадлежности горожан и пр. Здесь стоит указать на тот факт, что наивысшую степень секретности при султанском дворе присваивали именно экономическим отчетам из провинций огромной империи, а отнюдь не статистическим данным, касающимся армии (числа военных и проч.).

Развитие ремесленного производства и торговли на Балканах имело свою специфику: наиболее распространенной формой производства и реализации ремесленных товаров были *дюкяны* — лавки-мастерские, в которых мастера изготавливали и продавали свои изделия (алб. *dyqan*, *-i* — слово заимствовано из арабского языка через турецкий). Такая система сложилась еще в период византийского правления. Османь, завоевавшие в XIV–XVI вв. территории Юго-Восточной Европы, оценили преимущества существовавшей цеховой организации и сохранили ее, придав ей “ориентальные черты”: поощряя религиозные мусульманские братства, имевшие своих суфийских лидеров, стратифицируя трудовое население по конфессиональной (а соответственно, по большей части и по этнической) принадлежности, продвигая ставшую престижной османскую культуру референтных групп и т.д. (*Shkodra* 1973). В данном контексте торговая система, “предназначенная для всех”, продолжая быть составной частью и важным инструментом экономики, оказывалась вовлеченной в социальные и идеологические игры правящей элиты.

Очень медленное поступательное развитие капиталистических отношений и фабричного производства, сопровождавшееся на рубеже XIX–XX вв. национально-освободительной борьбой балканских народов, а немного позже балканскими войнами (1912–1914) и Первой мировой войной (1914–1918), привело в итоге к созданию независимых государств и сложению нового расклада в экономике. Часть регионов некогда общего государства — Османской империи и территорий бывшей Австро-Венгрии пошла путем стремительного развития товарно-денежных отношений и индустриализации (Центральная Сербия, Воеводина и др.), часть в силу специфики внутреннего развития продолжала сохранять многие формы прежнего экономического уклада и систему торговли (Косово в составе Сербии, Македония и Албания). Особенно большими диспропорции в экономическом и социальном развитии территорий стали после Второй мировой войны, в годы существования СФРЮ. В Косово, где согласно османским *дефтерам* (ежегодным отчетам), индифферентно и без эмоциональной окрашенности фиксировавшим статистические сведения, с середины XIX в., точнее с 1850 г., большинство населения составляли албанцы — мусульмане и католики, а не православные сербы, как было до этого (*Pulaha* 1984). Все последующие десятилетия доля албанцев, преимущественно исповедовавших ислам и имевших многодетные семьи, увеличивалась по отношению к сербам и другим этническим группам, проживавшим в крае.

Югославия, строившая социализм и активно развивавшая промышленность, несмотря на декларацию коммунистических идеалов светлого будущего, весьма искусно использовала возможности двух систем: наряду с созданием коллективных государственных предприятий, правда немногочисленных, сохраняла частную собственность на землю и индивидуальную инициативу в сельском хозяйстве; брала кредиты поочередно то в Советском Союзе, то на Западе; в начале правления Иосипа Броз Тито национализировала предприятия, производ-

ственные площадки и средства производства, а в дальнейшем позволила частное предпринимательство в разных сферах. Торговля входила в число очевидных достижений югославского социализма.

Дефицит? Я, как себя помню, не сталкивалась с дефицитом. Хотя мама говорила, что раньше, одно время тяжело было. Мы – интеллигентная семья. У меня мама была врачом. И всегда носила только итальянскую обувь. Так вот она говорила, что после войны было сложно купить в магазине итальянские туфли. Но она находила возможности. Это же ведь дефицит? Я правильно тебя понимаю? (АМАЭ 2017. Беседа за ужином с научным сотрудником Сербской академии наук и искусств, сербкой 1956 г.р., уроженкой г. Нови-Сад, Воеводина; г. Белград, апрель 2017 г.).

Данные “мемораты” как нельзя лучше характеризуют положение на прилавках магазинов и в экономике страны. Косово как часть Югославии испытало все социально-политические нововведения и получило доступ к благам союзного государства: здесь создавались предприятия (правда, не так много, как в других республиках страны), открывались шахты, возводились торговые центры, бесчисленные точки общепита. В Приштине на главной улице, в наши дни носящей название “Бульвар Матери Терезы”, функционировал крупный универмаг – по примеру республиканских столиц (АМАЭ 2022). Однако эти блага были доступны не всем: в крае сохранялся высочайший уровень безработицы, росла межнациональная напряженность, регулярно вспыхивали межконфессиональные конфликты (Мартынова 1998).

Наша семья жила очень бедно. Работал один отец. Земли у нас было очень мало, а детей много. Всем было сложно прокормиться. Ели мы только то, что могли вырастить сами на своем участке. Ни о каких там походах в магазин и не помышляли. В магазины ходили только сербы, у которых была хорошая работа, и те, у кого родственники были в курбете (алб. *kurbet*, -i – “трудова миграция”. – А.Н.) (ПМА 2015. Беседа с предпринимателем албанцем Косово Якупом Лецай, около 45 лет, из села Топликян под г. Липьян, Косово; г. Липьян, август 2015 г.).

Неравномерное экономическое развитие различных республик и регионов Югославии способствовало сохранению многоукладности системы торговли: в Косово – самом бедном крае Сербии (Косово в СФРЮ так и не смогло добиться статуса субъекта федерации, т.е. признания отдельной республикой) сохранялись реликты османского времени – многочисленные *чаршии* (рынки, организованные по принципу специализации мастеров-ремесленников), базары и лавки, а также магазины различного профиля и форм собственности, супермаркеты, огромные торговые центры и пр. У всех заведений торговли были свои клиенты, которые, в свою очередь, для покупок выбирали те заведения, которые могли себе позволить исходя из финансовых соображений, моральных норм, религиозных и этнических предпочтений (ПМА 1990).

Развитие промышленности в XX в. не привело автоматически к полному “исходу” ремесленников и кустарей из своих мастерских, хотя процесс их перехода на фабрики и заводы был массовым и очевидным. В Косово сохранились ремес-

ла (пусть и без прежней цеховой организации и профессиональной иерархии) в сфере производства традиционной одежды, ювелирных украшений, домашней утвари и пр. (Statovci 1982; Новик 2023б: 379–386). Дюкяны и сегодня остаются ярким маркером урбанистических центров, а чаршии, на которых концентрируются дюкяны, продолжают быть основными местами экономической и общественной жизни главных городов края: Пейи, Гьяковы и др. (ПМА 2019, 2021, 2022). Сохранение этих реликтовых форм торговли до наших дней вызвано не только низкой покупательской способностью населения (как было еще полвека назад), не позволяющей делать покупки в дорогих бутиках и салонах, но и целым рядом других факторов.



Рис. 1. Чаршия. Косово, г. Печ (Пейя). Август 2022 г. Фото автора

В первую очередь это фактор “этнического самочувствия”, конструирующего самосознание индивида и общественную жизнь. Классическим примером индивидуального подхода к производству и торговле является пошив традиционной одежды, сохранявшей исключительно высокий статус до объявления независимости Косово в 2008 г. и продолжающей быть уже не столько этническим, сколько идеологическим маркером в наши дни (Новик 2022: 101–122). Долгие десятилетия борьбы за политическую самостоятельность традиционный костюм у албанцев оставался хорошо узнаваемым знаком принадлежности к *своим*, обозначавшим границу с *чужими* — прежде всего сербами. Традиционная одежда обязательно надевалась по важнейшим поводам: невестой в день свадьбы, гостями обряда обрезания (алб. *dasma e vogël* — “маленькая свадьба”) и др. (Novik 2020: 151–168). Чтобы обеспечить спрос, в Косово функционировало огромное количество ателье по пошиву “народной” одежды, обуви и аксессуаров (АМАЭ 2017). Как правило, заказчики, а преимущественно заказчицы, отправлялись в те мастерские, которые специализировались на костюмах конкретных регионов, городов или отдельных сел. Обращались в первую очередь к мастерам, с которыми заказчиков связывали родственные отношения или хотя бы личное

знакомство. Индивидуальный подход мог обеспечить то качество и тот результат, которые были недоступны фабричному производству и массовой торговле. В самые последние годы, после 2008 г., когда противостояние с сербами в крае перестало быть столь травматичным, роль традиционного костюма стала видимым образом редуцироваться, тем не менее он остается знаковым элементом свадебной обрядности и общественных церемоний: инаугураций, вручения наград и пр. (ПМА 2021, 2022).

Не менее важен религиозный фактор, который в связке *человек покупающий — человек продающий* остается исключительно актуальным¹. Приведу один пример, как нельзя лучше характеризующий ситуацию с покупкой и предложением на рынках косовских городов и сел. Так, до сего дня в крае сохраняют популярность деревянные колыбели для детей, которые по старинным технологиям производят столяры, наследующие свое ремесло из поколения в поколение. В эпоху индустриализации нельзя сказать, что детская кровать или коляска недоступны большинству семей (оставим в стороне маргинальные случаи) — эти предметы можно приобрести в мебельных и иных магазинах, на различных маркет-плейсах, в разных ценовых категориях, новые и бывшие в употреблении. Тем не менее многие отцы отправляются на базары или в мастерские к столярам, чтобы купить традиционную колыбель *дъеп* (алб. *djep*, -i), сделанную вручную и обязательно имеющую выполненную в технике резьбы надпись *Bismillah* (из арабского “Во имя Аллаха”), мусульманскую символику или двуглавого орла — герб Скандербеге (1405—1468) и современной Албании, воспринимаемый как общий для всех албанцев символ, получивший в Косово наравне с этническим религиозный смысл. Ребенок может расти в современном доме, построенном на деньги, заработанные его семьей в течение многолетнего пребывания за рубежом (трудовая миграция является одним из основных источников дохода косоваров с 1960-х годов), его могут окружать самые современные гаджеты и модная утварь, но первой материальной “сцепкой” с жизнью для него будет традиционная колыбель, которую его родители видят обязательным элементом приобщения к *своей* религии, *своему* роду и *своему* народу. Для приобретения *дъеп* посредник в виде “классического” продавца не нужен — торговцем выступает сам производитель. Более того, отправляясь к мастеру, который производит и продает свои изделия, покупатель может быть уверен не только в аутентичности приобретаемого, но и в сакральной действенности нанесенных религиозных речевых формул и знаков, оберегающих жизнь детей и взрослых (АМАЭ 2017).

Не менее значим в отношениях между покупателем и продавцом гендерный фактор (ср.: *Shkodra* 1973; *Brøgger* 2009: 318—320). Не секрет, что Западные Балканы большинством исследователей оцениваются как макрорегион, в котором пока царят достаточно патриархальные порядки (*Tirta* 2006; *Иванова* 2006). Еще в 1990-е годы в Косово, как и в Албании, обычной была такая организация очередей в магазинах, когда с одной стороны выстраивались мужчины, а с другой женщины (ПМА 1990, 1992, 1994). В Косово, не знавшем дефицита товаров даже в годы военного лихолетья, для внешнего наблюдателя эта ситуация была не так очевидна, как в Албании, с трудом преодолевшей последствия плановой экономики, где она всегда бросалась в глаза. Значимые социальные сдвиги, сопровождавшие бурные политические потрясения, “раскрепостили” сферу услуг, включая систему торговли: на рынках, в магазинах, в растущих по всему Косово супермаркетах, универмагах и торговых галереях стали работать на равных пра-

вах с мужчинами албанские девушки и женщины, которые в отличие от сербов прежде были меньше включены в экономическую жизнь. Жены и дочери пришли помогать реализовывать товары в дюкяны к своим мужьям и отцам, в мини-маркеты и кафе, женщин на работу стали массово принимать крупные торговые сети, набирающие силу после объявления независимости (Isufi 2022; Agjensia e Statistikave 2024; Inspektorati 2024). На официальном уровне декларируется полное равноправие женщин во всех видах трудовой деятельности — знаковыми примерами могут служить президенты Косово Атифете Яхьяга и Вьоса Османи. Вместе с тем осторожное отношение к равноправному положению женщин и мужчин в торговле и сфере услуг незримо пронизывает все косовское общество:

Альберт выучился на косметолога. Ему недешево обошлось это обучение, а еще больше будет стоить организация салона красоты. Места у них много, выделит себе помещение в отеле, не проблема (родителям молодого человека принадлежит крупный мотель в Чаклавице, предместье Приштины. — А.Н.). Но ведь нужно и оборудование, и сама косметика. А кто к нему пойдет? Девушки не пойдут. Мы, конечно, свободное общество, без предрассудков. Но девушки у нас не пойдут к мужчине, чтобы он их трогал (ПМА 2012. Информантка — албанка Косово, около 25 лет, из г. Призрен, домохозяйка; беседа записана по-албански в августе 2012 г.).

Вы почему мне первыми подаете руку? (мужчина-горанин, обращаясь к двум девушкам-студенткам из России. — А.Н.). Я мусульманин. И почитаю свои законы. Вы пришли ко мне в дюкян, я к вам вышел из-за своего рабочего места, пожал руки вашим мужчинам, но не намеревался протягивать руку вам — это не допускает моя вера (ПМА 2011. Информант — горанин, около 40 лет, из с. Драгаш рядом с г. Призрен, вышивальщик гайтаном традиционной одежды; беседа записана по-горански в августе 2011 г.).

Новые формы торговли не отменили существовавшие по крайней мере со времени османских эснафов (цехов) социальные правила распределения ролей и включенность институтов семьи и мечети/церкви во взаимодействие продавцов и покупателей. Изменились лишь вывески, лейблы, названия торгующих заведений, товаров, профессий: на смену традиционным *terzi* (с алб. — “портной”; *terzi* — из тур. яз., в албанском яз. с начала XX в. слово чаще используется для обозначения мастера, шьющего традиционную одежду) или *rrobaqepës* (с алб. — “портной”, устоявшаяся в XX столетии номинация мастера, изготавливающего так наз. европейскую одежду) пришли *butik* — “бутик” или *veshje për gra/burra* — “одежда для женщин/мужчин”, в которых продают уже готовую одежду, а также нередко принимают заказы на индивидуальный пошив (зависит от каждого конкретного торгового предприятия). Ассортимент товаров может быть вполне современным, а может повторять (не на 100%, конечно) модельный ряд вековой давности — к примеру, как в магазинах ювелиров-филигранщиков или в тех же салонах свадебных нарядов, специализирующихся на традиционной одежде (Новик 2023б: 379–386). Самой “принципиальной инновацией” стало изменение названия профессии: с “продавца” (алб. *shitës*) на “менеджера” (алб. *menaxher*). Чтобы стать менеджером, т.е. управленцем, руководящим процессами в торговле, нужно прилежно учиться в школе, получить как минимум диплом бакалавра

университета, а желательно окончить магистратуру по экономической специальности. Это в теории. В реальности владельцы и руководители торговых предприятий, не готовые платить высокие зарплаты наемному персоналу, рады подкупить бдительность претендентов на ту или иную должность в торговом зале громким “титолом”, повышающим самооценку, но отключающим критическое мышление. Занимаются такие менеджеры чаще всего тем, что раньше, в период расцвета классического ремесла и торговли, входило в обязанности учеников (но никак не мастеров и даже не подмастерьев): подают и относят обратно ботинки, румяную баклаву или — как теперь — компьютерный софт².



Рис. 2. Уличная торговля. Косово, г. Печ (Пейя). Август 2008 г. Фото автора

Prishtina Mall: престижное или символическое потребление?

Бурная история XX в. принесла на запад Балкан революционные преобразования, в том числе в сфере торговли и торговых отношений. Процессы глобализации затронули как экономические основы производства, реализации и потребления товаров и услуг, так и формы взаимодействия и взаимовлияния всех акторов. В Косово после объявления независимости в 2008 г. стали расти, как грибы после дождя, многочисленные торговые центры, гипер-, супер- и прочие маркеты, финансируемые как местными, так и зарубежными инвесторами (последние, впрочем, также в большинстве являются косоварами, живущими на Западе и заработавшими там свои капиталы). Из 50 крупнейших компаний Косово большинство — торговые сети и предприятия, ориентированные на ритейл (см.: *Isufi* 2022; *Agjensia e Statistikave* 2024; *Inspektorati* 2024).



Рис. 3. В торговом центре “Toptani”. Албания, г. Тирана. Сентябрь 2023 г. Фото автора

Декларируемой вершиной торговых “достижений” современного общества потребления стали моллы — огромные центры реализации товаров и услуг, предлагающие не только самую широкую линейку одежды, обуви, косметики, домашней утвари и проч. от многочисленных производителей, но и различные формы досуга: можно провести время в заведениях общепита (кафе, барах, ресторанах), кинотеатрах, музыкальных салонах, даже на ледовых катках, в СПА, бассейнах — иногда с искусно воспроизведенной морской водой, со специально обустроенными пляжами, с прибоем и ярким искусственным солнцем в течение всего года (последней опции в косовских моллах пока, признаем, к сожалению, нет) (ср.: *Gudeman* 2008; *Brøgger* 2009: 318–320; *Isufi* 2022). Эти гиганты торговли решают целый ряд задач: 1) обеспечивают население крупных городов и округи необходимыми товарами и услугами (предлагая практически весь возможный ряд — от пуговицы до прически); 2) приобщают к ставшим глобальными трендам потребления (спрос на вещи от известных брендов, продукты здорового питания, посещение спортзала и оздоровительных процедур и т.п.); 3) приучают к запрограммированному проведению досуга (визит на весь день всей семьей, включающий шоппинг, перекусы, обед, развлечение в виде просмотра кинофильма или выставки/выставки-продажи работ современных художников), что нередко вызывает очевидную зависимость у части населения и не позволяет строить планы и проводить свободное время иначе, кроме как отправляясь в выходные в молл; 4) идеологизируют жизнь людей, создавая иллюзию приобщения к престижному потреблению (посещение бутиков, салонов и галерей всемирно известных фирм-производителей и отдельных дизайнеров), мировым стандартам культуры питания (трапезничая в сетевых заведениях общепита, опутавших все континенты) и времяпрепровождения (просмотр разрекламированного фильма, как правило голливудского);

5) конструируют восприятие окружающего мира как социально равноправного, демократического и справедливо устроенного (ведь в молле можно встретить и своего соседа, и министра, и миллиардера — к слову, единственного в регионе, и деревенского дедушку, приехавшего полюбоваться невиданными прежде достижениями своей страны); 6) приобщают к западным ценностям и стандартам, что, согласно убеждениям и чаяниям большинства, приближает “светлое будущее” — вхождение Косово в Европейский Союз; 7) в условиях медленных процессов исцеления постконфликтного общества служат местом консолидации нации, куда съезжаются жители не только столицы и крупных городов, но и отдаленной глубинки — албанцы и сербы, горане и турки, мусульмане и христиане, богатые и бедные, воевавшие в “Армии освобождения Косово” (алб. *UÇK*) и активно поддерживавшие власти в Белграде; 8) наконец, позволяют ощутить разницу между югославским прошлым и “независимым” настоящим, в котором моллы, вероятно, остаются едва ли не единственным зримым (но не безусловным) “цивилизационным” достижением (АМАЭ 2022; ПМА 1990–2024).

Возможно, именно поэтому, после долгожданного, сильно заранее проанонсированного и — наконец! — наступившего момента либерализации въезда для граждан Косово в государства Шенгенского соглашения (фактическая отмена виз) в январе 2024 г. социальные сети буквально запестрели постами и мемами косоваров: “Я сегодня выехал за рубеж! Я в Prishtina Mall!” (что можно воспринимать как указание на глобальность самой идеи создания торгового центра [молл = открытая Европа], так и как подчеркивание его чужеродности традиционной системе торговли и привычному укладу жизни) (ПМА 2024). Торговый центр, впрочем, уступал по числу мемов упоминанию аэропорта Приштины (единственного в стране) — изображения огромного числа молодых мужчин с чемоданами у здания аэропорта сопровождалась надписями: “День объявления либерализации визового режима с Европой”; “Молитва косовара” (в последнем случае мужчины молились на коленях рядом со своими чемоданами у аэровокзала) и проч. (Там же).

В любом случае поход в молл с целью совершения покупки является фактом престижного потребления — как правило, в сверкающих глянец огромных торговых центрах прописку получают лишь те участники рынка, которые работают с солидными и качественными товарами: с оригинальными вещами, “фирменной” косметикой, добротными продуктами и т.п. (ср.: *Benson, Ugolini* 2006; *Antrosio, Han* 2019). Точно так же обстоит дело и с покупателями: в моллах “отовариваются” те, чей уровень дохода не ниже среднего по стране. Визит в молл с любой другой целью — посмотреть новинки, приобщиться к роскошной жизни, купить что-то со скидкой, чтобы потом похвастаться перед коллегами, показать достижения страны родственникам из провинции и проч. — требует отдельного рассмотрения.

Собеседница (С.): Я люблю ездить в молл. А Бард (супруг. — *А.Н.*) не любит.

А.Н.: Ты там что-то покупаешь?

С.: Да, конечно! Я там покупаю и себе, и мужу, и детям. У нас в “Prishtina Mall” бутики представлены не хуже, чем за границей. Я очень люблю “Pau... ..hark”. Никогда не прохожу мимо.

А.Н.: Слушай, а мне кажется, что это дорогая фирма. Вещи выглядят просто, а цены, как на самый *luxury* сегмент. Плюс у “Pau... ..hark” никогда не бывает скидок.

С.: А мне нравится! Мне их одежда более симпатична, чем все эти “Hu...

...oss” и пр. (ПМА 2022. Информантка — профессор, декан факультета Университета Приштины, албанка 1975 г.р. родом из Буяновца, Сербия; беседа в августе 2022 г.).

Я вообще ничего в больших торговых центрах не покупаю — в них дорого. Все эти вещи, которые есть там, можно купить в магазинах попроще. Зато мне нравится, что в молл можно всегда заехать на машине, сходить в туалет, бесплатно побрызгаться парфюмом. Я вот сейчас зашел — у них одеколон в уборной стоит, можно освежиться (ПМА 2017. Информант — профессиональный спортсмен, член Европейской гандбольной лиги, албанец Косово, 27 лет, из села рядом с г. Феризай; владеет квартирой в городе, домом в селе, автомобилем; беседа записана в августе 2017 г.).

Несмотря на глубинные трансформации политической, социальной, экономической систем и культурных ориентиров, произошедшие в десятилетия, последовавшие после дезинтеграции бывшей СФРЮ в 1992 г. и объявления независимости Косово в 2008 г., такие архаичные институты и индивидуальные/коллективные представления, как родственные связи, оглядка на мнение окружающих, имидж в глазах близких и т.п., продолжают оставаться в высшей степени актуальными, неприкосновенными и табуированными. Любое нарушение правил в этой области воспринимается как грубое вторжение в заведенный порядок и ритм жизни.

Если обратиться к официальной статистике, как внутренней, так и зарубежной, то Косово предстанет регионом с самыми низкими доходами граждан, в котором, по сути, население должно голодать, а не покупать брендовые вещи (Agjensia e Statistikave 2024). В действительности попадающий в страну впервые несведущий человек удивляется, видя добротные кирпичные дома в сельской местности, растущие жилые комплексы в городах, объекты развлечений, бесчисленные торговые точки, предлагающие еду, одежду и все остальное. Законы экономики говорят: если определенный товар предлагается в этом месте, значит, на него есть спрос. Спрос на товары и услуги в Косово действительно высок, и в значительной мере он поддерживается денежными вливаниями работающих в Германии, Швейцарии и других странах трудовых мигрантов, которые помогают своим семьям и обеспечивают тем самым стабильное движение товаров и услуг. В значительной степени деньги, вкусы и приоритеты албанской диаспоры, приобретенные за рубежом, влияют и на потребление внутри Косово. Скромные ежедневные потребности среднестатистической семьи разбиваются перед необходимостью “сохранить лицо” в дни свадебных церемоний, обрядов обрезания, помолвок и проч., на которые приезжают “богатые родственники”, не скупящиеся на дорогую одежду, обувь, угощения и т.д. (ср.: Gjergji 2002; Novik 2020: 151–168). Когда-то на западе Балкан традиционным периодом заключения браков была ранняя осень, поскольку время окончания сбора урожая и завершения основных сельскохозяйственных работ как нельзя лучше подходило для угощения большого числа гостей (Tirta 2006: 271–284). В последние десятилетия почти все свадьбы и другие семейные праздники в Косово устраивают только в одном месяце — в августе, так как на него приходится массовые отпуска в европейских странах, и трудовые мигранты приезжают провести родственников именно в это время.

На август приходится пик продаж в бутиках и дорогих магазинах готового платья, заказов в ателье, обращений в салоны красоты и пр. (ПМА 2010–2022). Потенциальные покупатели порой обреченно готовятся к горячему сезону “яр-марки тщеславия”, зная, что им предстоит отстоять честь семьи на коллективном смотре достижений мировой моды, стайлинга и амбиций, а реальные продавцы и производители планируют сделать основные продажи года, обеспечив свое существование на долгие “пустые” месяцы до следующего августа. Роли в этих играх символического потребления распределены заранее, все акторы знают правила и принимают их; более того, продавцы и покупатели в течение ритуального года могут меняться отведенными им ролями.

Приближается сезон свадеб, и это катастрофа. Особенно для женщин. У всех нас много родственников. В августе нам надо побывать на трех, четырех, пяти свадьбах. Я не говорю про подарки. Мужчинам легче – надел один и тот же костюм и пошел. А вот женщинам! К каждой свадьбе надо купить новый наряд. И не простой, а дорогой, из хорошего магазина. Раньше можно было иметь пару платьев и – нормально. А теперь все выкладывают фотографии в социальных сетях. Сразу скажут, что в одном и том же платье была на одной, а потом на другой свадьбе. А затем тот современный наряд никуда не наденешь – это не одежда, а фикция какая-то, пшик, символ, что она у тебя есть (ПМА 2021. Информант – научный сотрудник, албанец Косово 1955 г.р. из г. Пейя, живет в Приштине; беседа записана в августе 2021 г.).

Я шью и продаю свадебную одежду. А шить могу любые костюмы. Наш дюкян специализируется на традиционных нарядах. Но я и сама вынуждена покупать – ведь не будешь ходить только в том, что сама производишь. Это неправильно, и другие заметят. Приходится покупать не из-за потребности, а чтобы соответствовать... Чему соответствовать? Не знаю, тому, что принято (АМАЭ 2008. Информантка – албанка Косово, около 50 лет, из г. Приштина, швея и вышивальщица; беседа записана в августе 2008 г.).

Торговля как идеология

В быстро меняющейся системе ценностей институт торговли, который веками трансформировался в попытках противостоять вызовам времени, а потому менял свои формы, чтобы соответствовать новым идеологическим установкам (так, в Косово на протяжении одного лишь последнего столетия одинаково мощное воздействие оказывали мусульманские и христианские проповедники, чиновники султанского и королевского правительств, увлеченные идеей построения нового общества коммунисты и разного рода пропагандисты, борцы за национальное освобождение и интеллектуалы, видящие “светлое будущее” своего народа лишь в политическом присоединении к Европе/Европейскому Союзу, а экономический прогресс – в участии в глобализационных процессах, диктуемых транснациональными корпорациями), неизбежно стал восприниматься частью экономики, социальной системы и современной жизни – той частью, которая может и должна гарантировать “цивилизованное” вхождение в новый политический и государственный союз, в глобальный рынок информации, товаров, технологий и услуг.

Косовское общество, продолжающее оставаться в значительной степени разобщенным по этническим, религиозным, идеологическим принципам, демонстрирует высокий уровень рефлексий во взаимодействиях *человек покупающий — человек продающий*. Недоброжелатели косовской независимости, критикуя “гибельную”, как им видится, ситуацию с экономикой и социальным положением в самопровозглашенном государстве, указывают на катастрофическую ликвидацию индустриальных производств, на смену которым приходят гигантские торговые центры, выкачивающие деньги у населения и из территории в целом:

Провинция, лежащая “под капельницей”, превращается в ничего не производящий супермаркет, поскольку переход на евро в качестве валюты не позволяет защитить местную продукцию от западного импорта, который покупают сотрудники международных организаций на свои заоблачные зарплаты. Около 1000 га пахотных земель ежегодно изымаются из оборота, чтобы построить на них гигантские торговые центры <...> Навязанная МВФ политика жесткой экономии <...> негарантированное право собственности привели к резкому падению продуктивности в сельском хозяйстве и полной деиндустриализации: 90% из почти 500 государственных предприятий больше не работают (Samary 2007; цит по: Димитриевич 2021: 15–16).

Албанцы Косово — и об этом свидетельствуют опросы населения и результаты местных и общенациональных выборов — чаще всего склонны видеть ситуацию в экономике и общественной жизни в более позитивном свете. Для них в условиях постконфликта самыми важными маркерами и чертами независимого развития страны являются: мирная жизнь, открытость внешнему миру (прежде всего Западной Европе и США), интеграция в международные институты, эволюция национальных идей, культуры, языка и проч. в рамках общих глобализационных процессов (Agjensia e Statistikave 2024). Торговля в этой системе координат выступает положительным примером “правильного пути” развития: открытие современных супермаркетов, больших торговых центров, филиалов зарубежных торговых сетей модернизирует жизнь, приобщает к достижениям и опыту международных гигантов ритейла, создает большие возможности карьерного роста, открывает новые вкусы, знания и кругозор. Чтобы сохранить эти достижения и инновации, работает целая идеологическая машина: продуманная политика в информационном поле, бесконечные рекламные кампании, акции, конкурсы и др. (АМАЭ 2022). Торговля в ее современных формах полностью включена в процессы нациестроительства, очень актуальные в стране и влияющие на самосознание общества — именно благодаря тому, что все без исключения его члены выступают в качестве покупателей (ср.: Gudeman 2008).

Для Косово в наши дни весьма злободневны возникающие с высокой степенью частоты акции, направленные против сербских товаров. Как наследие бывшей СФРЮ албанцами Косово воспринимается “засилье” продовольственных, промышленных товаров и сырьевых ресурсов из Сербии: провозглашение независимости не отменило существовавшие на протяжении десятилетий экономические связи, и импорт в большинстве своем поступает из бывшей метрополии (Agjensia e Statistikave 2024; Inspektorati 2024). Регулярно объявляемые правительством Косово меры по ограничению потока товаров из Сербии, введение торговых пошлин, специальных акцизов и проч. не меняют ситуацию

кардинально. В косовских албаноязычной прессе, сегменте интернета, социальных сетях с очевидной регулярностью возникают дискуссии, участники которых требуют запретить ввоз товаров из Сербии: “Не давайте себя обмануть! Не покупайте сербскую минеральную воду! Сербы добавляют туда вредные вещества для того, чтобы наши мужчины были импотентами”, “Сербские продукты опасны! Они убивают наших детей” и т. п. (ПМА 2021–2022).



Рис. 4. “Купи меня — я тебя вознагражу” (алб. *Më blej — të shpërblej*). Соки местного производства на прилавке сетевого магазина. Косово, г. Приштина. Август 2022 г. Фото автора.

Одновременно с этим устойчив тренд на потребление местных продуктов питания, которые по определению полезны, способствуют здоровью и помогают отечественному производителю (данная тенденция фиксируется на всех Западных Балканах начиная с 2010-х годов). В этой идеологической региональной войне за кошелек потребителя в последние годы на первый план выходит переориентация торговых потоков: товары из Сербии или попадающие в Косово через Сербию пытаются заменить товарами из Албании или ввозимыми через Албанию.

Почему на полках наших магазинов все продукты сербские? Если мы бываем в Албании, то видим, что там весь импорт итальянский. Там итальянские продукты! Почему нам не ввозить все необходимое из Италии, чтобы было, как у наших собратьев — мы ведь один народ! Зачем нам кормить сербов, которые нас угнетали веками и не признают нашу независимость? (АМАЭ 2022: 36)

Такие рассуждения находят отклик не только в эмоциональных постах социальных сетей и в медиа, но и в конкретных решениях правительства и хозяйствующих субъектов: «Мы скоро открываем сеть супермаркетов “Conad”, вначале в Приштине, а потом по всему Косово. Вообще непонятно, почему в Албании эта сеть присутствует давно, а в Косово не было ни одного магазина. Мы все исправим» (АМАЭ 2017: 20).

В системе торговли Косово, как мы видим, идеологическая составляющая, педалирующая этническое противостояние, нередко превалирует над экономическими интересами и порой противоречит здравому смыслу. Выбор приоритета торговых связей в пользу таких республик бывшей Югославии, как Хорватия и Словения (членов ЕС и НАТО), но не Сербия или Северная Македония (с последней, как и с Сербией, на официальном уровне ведутся жаркие дискуссии по поводу положения албанского меньшинства), ориентация на Италию как торгового партнера и игнорирование территориально близкой Греции явно указывают на ущербность теории всеобщего глобализма, популярной в последние десятилетия в экономической антропологии, и важность этнических, национальных и проч. факторов в экономике и политике отдельных государств и регионов.

В Косово в отношении *человека покупающего* и *человека продающего* значим, хоть и не так, как этнический, религиозный фактор.

Собеседница (С.): Я ничего не покупаю в “Мег...an” (сеть супермаркетов. — А.Н.). По принципиальным соображениям. Я знаю, кто владеет этим бизнесом, — это мусульманские фундаменталисты.

А.Н.: Я понимаю. У них не бывает сигарет и алкоголя. Табака никакого, даже пива нет.

С.: Я даже не об этом. У них все выглядит вполне современно, как европейский или американский супермаркет. Но доходы от этого бизнеса идут не туда, куда надо.

А.Н.: Я хожу в эти магазины, они удобно расположены — в центре, везде найдешь. И выбор шоколада там большой, и соки, и цены очень приемлемые, даже дешево.

С.: Все так! Вот только покупать у них — отдавать деньги экстремистам, не мечети, а настоящим фундаменталистам (ПМА 2021. Информантка — албанка, родом из Буяновца, Сербия, живет в г. Приштина; беседа в августе 2021 г.).

Такие оценки, иногда слишком эмоциональные, стали фиксироваться все чаще перед лицом растущей роли мусульманского духовенства в косовском обществе. Находившаяся в полутени в СФРЮ и получившая “полную волюницу” после ее дезинтеграции мечеть стала важным религиозным, социальным, культурным и просветительским институтом, пользующимся большим уважением у значительной части албанцев мусульман, что вызывает опасения у ряда “невоцерковленных” граждан и напряженность у светских властей. Тем не менее религиозная тема пронизывает сферу торговли и предпринимательства у албанцев Балкан.

Я вчера видел сон, удивительный. Передо мной лежит книга, большая такая, в кожаном переплете. Это не Коран, а жизнь пророка или что-то подобное — священное. Лежит она на столе, я подхожу, открываю — знаю, что это дорогая книга, может 200 евро стоит. И здесь перед моими глазами предстает сам пророк Мухаммед. Он как выплыл из этой книги. Я вижу, что он во всем белом. Лица не помню, но у него была борода. Я испугался. А он меня — как благословил. Я мусульманин. И верующий. Но такой сон впервые видел, хотя знаю, что другим людям бывают такие явления. Было это дней пять назад — но я тебе не рассказывал. И после этого у меня пошли

продажи — одна сделка за другой, заключаю контракты каждый день. Принимаю, что январь — гиблый месяц, а сейчас все двинулись снимать жилье, в феврале. Но я думаю, что это мне пророк помог, дал мне благословение. Почему книга 200 евро стоила? Не знаю, я видел похожую где-то на ярмарке, она приблизительно столько стоила (ПМА 2024. Информант — агент по недвижимости, албанец из Мальсия-э-Тиранес, 33 года; беседа в WhatsApp записана в феврале 2024 г.).

Возможно, основным в системе отношений *человека покупающего и человека продающего* является фактор семейно-родственных связей. Несмотря на кардинальные трансформации в экономике и торговле, на привлечение глобальных технологий продаж, на приход зарубежных компаний и менеджмента (управленцев разного звена и порой “экзотического” гражданства) и на появление товаров буквально со всего мира, ведущую роль в жизни косовского общества продолжает играть патриархальный уклад (Костенко, Новик 2019: 100–127). Именно на нем во многом базируются сохраняющееся у албанцев показное пуританство и уважение семейных традиций и ценностей. “Жесткие нравы” и правила были обусловлены традицией горцев и прописаны в кодексах права и чести (“Канун Лека Дукагына” и “Канун Скандербег”) (см.: Gjeçovi, Fox 1989). Отучившийся на экономическом или финансовом факультете отечественного или зарубежного университета, прослушавший недешевые курсы бизнес-тренеров и повысивший профессиональную квалификацию в ходе многочисленных стажировок управляющий супермаркетом или директор бутика, после того как даст объявление о приеме на работу дипломированного специалиста, скорее всего, трудоустроит ближайшего родственника/родственницу, после них — сына/дочь соседей и знакомых (за “обучение” всем им зачтутся личная лояльность, преданность, кротость и “невынесение сора из избы”). С начала 2000-х годов маркетологи и бизнес-тренеры в большинстве стран мира утверждают, что на смену экономике технологий пришла экономика впечатлений. В Косово экономика впечатлений и торговля впечатлениями — это прежде всего семейный подряд. Иначе говоря, семейственность и родственные связи — основа цепочки *производство — торговля — потребление* и в наше время, как это было столетия назад:

У нас семейный бизнес. Ювелиром-филигранщиком был мой отец. Я тоже научилась делать филигранные украшения. А потом в лавке стала работать моя дочь. Она научилась ювелирному делу лет в 12. Мы работаем вместе. Нам чужие люди не нужны. Драгоценные металлы требуют внимания и доверия. И свои фамильные традиции мы храним, секреты (ПМА 2022. Информантка — албанка Косово, около 60 лет, владеет ювелирной мастерской и магазином в центре Приштины; беседа в присутствии ее дочери, около 30 лет, записана в сентябре 2022 г.).

* * *

Подводя итоги анализа отношений *человек покупающий — человек продающий*, а также факторов, влияющих на их многоуровневое взаимодействие, определяемое во многом укоренившимися стереотипами и традиционной системой ценностей, присущей культуре народов Балкан, важно указать следующее.

В Косово сохраняется многоукладная система торговли: работают дюкяны — лавки ремесленников-торговцев, труд в которых мало изменился со времени османских эснафов; функционируют рынки и маркеты разного уровня и направленности; в последние годы открываются многочисленные сетевые магазины, принадлежащие как отечественным, так и зарубежным компаниям, торговые центры, моллы и пр. Работа всех этих торговых предприятий не просто подчинена правилам, которые регулируются законами экономической целесообразности (извлечением прибыли — для продавцов и производителей и удовлетворением потребностей с выгодой — для покупателей), она определяется целым рядом экстраэкономических факторов: 1) этническими предубеждениями и стереотипами, лишь усиливающимися в негативном ключе, в том числе в силу непризнания независимости Косово Сербией и рядом ключевых государств — прежде всего Россией и Китаем; 2) религиозными преференциями, стабильно сохраняющимися вопреки декларированию светского пути развития нового государства; 3) патриархальностью родственных отношений, способствующей поддержанию местничества и nepотизма в деловых связях и ведении бизнеса; 4) архаичностью форм собственности и вытекающей из этого слабой инициативой молодежи, не видящей социальных лифтов; 5) энтузиазмом значительной части албанского населения, пока питаемым долгожданным и выстраданным обретением независимости, но требующим и экономических успехов, и материального “вдохновения”.

Албанцы, сербы, турки, цыгане и другие группы населения Косово еще переживают постконфликтный синдром — последствия военных действий с участием местных и зарубежных сил и армий. Рост числа торговых точек — от лавок и базаров до супермаркетов и моллов (последние, учитывая местную специфику, как было показано в исследовании, также можно рассматривать как традиционные рынки, но “торгующие брендовыми вещами”) — создает атмосферу мира и впечатление движения вперед, экономического роста, социального и культурного прогресса. Совершая покупки, люди испытывают “комфортные” чувства благополучия, успеха и приобщения к цивилизации, но чувство истинного удовлетворения — не скрываемое, а скорее декларируемое — они испытывают, покупая товары у продавцов и производителей одной с ними этнической, национальной, религиозной, культурной и мировоззренческой принадлежности.

Примечания

¹ О взаимодействии представителей различных религиозных конфессий (в том числе в сфере потребления товаров и услуг) на примере паломничеств см.: *Dugushina, Novik 2023: 49–67.*

² О триаде этапов профессионального роста у ремесленников *ученик — подмастерье — мастер* в османский период в албанских землях см. фундаментальную работу: *Shkodra 1973.*

Источники и материалы

АМАЭ 2008 — *Новик А.А.* Албанские ремесла в Косово. Полевые записи. Автограф. 17.08.2008—30.08.2008 // Архив МАЭ РАН. К-1. Оп. 2. № 1861. 38 л.
АМАЭ 2017 — *Новик А.А.* Отчет о комплексных экспедиционных исследованиях на Балканах (Албания, Косово, Черногория). Распечатанные компьютерные файлы. 01.08.2018—17.10.2017 // Архив МАЭ РАН. К-1. Оп. 2. № 2286. 25 л.

- АМАЭ 2022 — Новик А.А. Балканская экспедиция — 2022. Этнолингвистические исследования на Балканах. Ч. II: Экспедиционная работа в Косово (г. Приштина; г. Дзяковица; г. Призрен; д. Мамуш (Mamushë); Дечанский монастырь; г. Печ; г. Косовская Митровица). Полевая тетрадь. Автограф. 18.08.2022—27.08.2022 // Архив МАЭ РАН. К-1. Оп. 2. Вр. б/н. 98 л.
- ПМА 1990—2024 — Полевые материалы автора. СФРЮ, Косово, Албания, Северная Македония. 1990—2024 гг.
- Agjensia e Statistikave 2024 — Agjensia e Statistikave të Kosovës. 2024. <https://ask.rks-gov.net>
- Hammer 1834—1850 — [Hammer J. von] Narrative of Travels in Europe, Asia and Africa, in the Seventeenth Century, by Evliya Efendi / Trans. J. von Hammer. Vol. I. Pt. I.; Vol. I. Pt. II; Vol. II. L. 1834 (XVII+185); 1846 (IV+255); 1850 (III+245).
- Inspektorati 2024 — Inspektorati i Tregut. 2024. <https://it.rks-gov.net>
- Isufi 2022 — Isufi A. Gjigantët e supermarketeve “përbijnë” dyqanet e vogla // Kallxo. 26.02.2022. <https://kallxo.com/gjate/gjigantet-e-supermarketeve-perbijne-dyqanet-e-vogla>
- Samary 2007 — Samary C. Le Kosovo après l'échec des négociations: quelle indépendance et quell développement? // Le Courrier des Balkans. 14 décembre 2007. <http://www.paixbalkans.org/contributions/Kosovo%20decembre%202007%20C%20Samary.pdf>

Научная литература

- Димитриевич Д. Косово: современная модель государства с ограниченным суверенитетом // Этнографическое обозрение. 2021. № 2. С. 9—24.
- Иванова Ю.В. Албанцы и их соседи. М.: Наука, 2006.
- Костенко В.В., Новик А.А. Отношение к соседям другой расы: кейсы Албании и Косово // Этнография. 2019. № 2 (4). С. 100—127. [https://doi.org/10.31250/2618-8600-2019-2\(4\)-100-127](https://doi.org/10.31250/2618-8600-2019-2(4)-100-127)
- Мартынова М.Ю. Балканский кризис: народы и политика. М.: Старый сад, 1998.
- Новик А.А. От платка к хиджабу: головные уборы албанок-мусульманок в XX — начале XXI в. // Вестник антропологии. 2022. № 4. С. 101—122. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2022-4/101-122>
- Новик А.А. Базар и дюкян, ярмарка и маркет: эволюция торговли в Албании в начале XXI в. // Вестник антропологии. 2023а. № 3. С. 121—143. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2023-3/121-143>
- Новик А.А. Серебряная филигрань и еврейская традиция в Албании, Косово и Северной Македонии на рубеже XX—XXI вв. // Ювелирное искусство и материальная культура. Сборник статей. Вып. 7 / Сост. И.В. Поскачева при уч. В.В. Киджи, Н.В. Царева. СПб.: Изд-во Гос. Эрмитажа, 2023б. С. 379—386.
- Тодоров Н. Балканский город XV—XIX веков. Социально-экономическое и демографическое развитие / Пер. с болг. Г.К. Венедиктова; отв. ред. и авт. предисл. В.Д. Конобеев. М.: Наука, 1976.
- Antrosio J., Han S. The Editors' Note: Trade, Trading, and Inequality // Open Anthropology. A Journal of American Anthropological Association. 2019. Vol. 7. No. 3. <https://www.americananthro.org/StayInformed/OAArticleDetail.aspx?ItemNumber=25346>.

- Baumol W.J., Litan R.E., Schramm C.J.* Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity. Yale: Yale University Press, 2009.
- Benson J., Ugolini L.* (eds.) Cultures of Selling: Perspectives on Consumption and Society since 1700. L.: Routledge, 2006.
- Braudel F.* Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe–XVIIIe siècle. 3 tomes. Paris: Armand Colin, 1979.
- Braun D., Kramer J.* The Corporate Tribe: Organizational Lessons from Anthropology. L.: Routledge, 2019.
- Brøgger B.* Economic Anthropology, Trade and Innovation // Social Anthropology. 2009. Vol. 17. No. 3. P. 318–333. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8676.2009.00072.x>
- Dugushina A., Novik A.* Christian Shrines as a Space of Ethnic and Religious Interrelations: Two Cases in Kosovo and Albania // Pilgrimage in the Christian Balkan World: The Path to Touch the Sacred and Holy / Ed.D. Dragnea et al. Turnhout: Brepols, 2023. P. 49–67. <https://doi.org/10.1484/M.STR-EB.5.132399>
- Fukuyama F.* The End of History and the Last Man. N.Y.: The Free Press, 1992.
- Geertz C.* Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing // American Economic Review. 1978. No. 68 (2). P. 28–32.
- Gjeçovi S., Fox L.* (red.) Kanuni i Lekë Dukagjinit. N.Y.: Gjonlekaj Pub. Co., 1989.
- Gjergji A.* Mënyra e jetesës në shekujt XIII–XX. Përmbledje studimesh. Tiranë: KOTTI, 2002.
- Glenny M.* The Balkans: Nationalism, War & the Great Powers, 1804–1999. L.: Penguin Books, 2001.
- Gudeman S.* Economy's Tension: The Dialectics of Community and Market. N.Y.: Berghahn Books, 2008.
- Jonas H., Linsbauer W., Marx V.* Die Produktivkräfte in der Geschichte. Bd. 1, Von den Anfängen in der Urgemeinschaft bis zum Beginn der industriellen Revolution. Berlin: Dietz, 1969.
- Kreševljaković H.* Esnafi i Obrti u Bosni i Hercegovini (1463–1878) // Zbornik za narodni život i običaje južnih Slavena. Knj. XXX. Sves. I. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti, 1935.
- Kreševljaković H.* Esnafi i obrti u starom Sarajevu. Sarajevo: Narodna prosvjeta, 1958.
- Malinowski B.* Argonauts of the Western Pacific. L.: Routledge, 2014 [1922].
- Mauss M.* Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques // L'Année Sociologique. 1ère Année, 1923–1924. P. 30–186.
- McCormick M.* Origins of the European Economy: Communications and Commerce AD 300–900. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- Nadin L.* Statutet e Shkodrës / Përktheu P. Xhufi, V. Lisi. Tiranë: Onufri, 2002.
- Novik A.* Rite of Male Circumcision among the Muslim Population in the Western Balkans // Folklore. Electronic Journal of Folklore. 2020. Vol. 80. P. 151–168. <https://doi.org/10.7592/FEJF2020.80.novik>
- Pulaha S.* Popullsia shqiptare gjatë shekujve XV–XVI: studime dhe dokumente. Tiranë: Akademia e Shkencave e RPS të Shqipërisë; Instituti i Historisë, 1984.
- Shkodra Z.* Esnafet shqiptare (Shek. XV–XX). Tiranë: Akademia e Shkencave e R. P. të Shqipërisë; Instituti i Historisë, 1973.
- Statovci D.* Zhvillimi historik i zejtarisë dhe rëndësia e saj bashkëkohore për strukturën ekonomiko-shoqërore të KSA të Kosovës. Prishtinë: Instituti Albanologjik i Prishtinës, 1982.
- Tirta M.* Etnologjia e shqiptarëve. Tiranë: GEER, 2006.

Research Article

Novik, A.A. Buying and Selling in the Balkans: The Case of Kosovo [Pokupaia i prodavaia na Balkanakh: keis Kosovo]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 30–52. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030033> EDN: BRQKPC ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

Alexander Novik | <http://orcid.org/0000-0002-1123-1109> | njual@mail.ru | Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera), Russian Academy of Sciences (3 University Emb., St. Petersburg, 199034, Russia)

Keywords

Trade ideology, buyer, seller, Albanians of Kosovo, prestigious consumption, nation-building, ethnic well-being

Abstract

The study analyzes from the anthropological viewpoint the transformation of trade relations, trade transactions, the inclusion of men and women of different ages, representatives of various ethnic groups, religions and strata of society in the circulation of goods and services in the territory of Kosovo/Kosovo and Metohija at the turn of the 20th–21st centuries. From a quiet “province” of the Ottoman Empire, royal Yugoslavia and the SFRY, the historical region has turned into the forefront of confrontation between both Balkan elites and international forces. Leaving aside, as far as possible, the multi-vector discussion regarding the status of the territory/region/state, the author focuses on the social and cultural aspects of the type of activity and economic sphere that directly and acutely affect all residents of the region without exception – be they Albanians, Serbs, Turks, Gorans or Roma, Muslims or Christians, rich, poor or middle class – namely, trade. Growing all over the world, both in the business community and among professional researchers studying culture and society, the interest in corporate anthropology is due to the importance of the ethnic factor in the development strategy of individual states and the global economy, and this involves the collection of empirical data and an attempt to assess the risks of conducting business, trade, scientific and other projects that directly affect people’s lives and influence their social “well-being”.

References

- Antrosio, J., and S. Han. 2019. The Editors’ Note: Trade, Trading, and Inequality. *Open Anthropology. A Journal of American Anthropological Association* 7 (3) <https://www.americananthro.org/StayInformed/OAArticleDetail.aspx?ItemNumber=25346>
- Baumol, W.J., R.E. Litan, and C.J. Schramm. 2009. *Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity*. Yale: Yale University Press.
- Benson, J., and L. Ugolini, eds. 2006. *Cultures of Selling: Perspectives on Consumption and Society since 1700*. London: Routledge.
- Braudel, F. 1979. *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV–XVIII-e siècle* [Material Civilization, Economy and Capitalism, 15th–18th Centuries]. 3 vols. Paris: Armand Colin.
- Braun, D., and J. Kramer. 2019. *The Corporate Tribe: Organizational Lessons from Anthropology*. London: Routledge.
- Brøgger, B. 2009. Economic Anthropology, Trade and Innovation. *Social Anthropology* 17 (3): 318–333. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8676.2009.00072.x>
- Dimitrijevic, D. 2021. Kosovo: sovremennaia model’ gosudarstva s ogranichennym suverenitetom [Kosovo: A New Model of the State with Limited Sovereignty]. *Etnograficheskoe obozrenie* 2: 9–24.

- Dugushina, A., and A. Novik. 2023. Christian Shrines as a Space of Ethnic and Religious Interrelations: Two Cases in Kosovo and Albania. In *Pilgrimage in the Christian Balkan World: The Path to Touch the Sacred and Holy*, edited by D. Dragnea et al., 49–67. Turnhout: Brepols. <https://doi.org/10.1484/M.STR-EB.5.132399>
- Fukuyama, F. 1992. *The End of History and the Last Man*. New York: The Free Press.
- Geertz, C. 1978. Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review* 68 (2): 28–32.
- Gjeçovi, S., and L. Fox, eds. 1989. *Kanuni i Lekë Dukagjinit* [The Canon of Lekë Dukagjin]. New York: Gjonlekaj Pub. Co.
- Gjergji, A. 2002. *Mënyra e jetesës në shekujt XIII–XX. Përmbledje studimesh* [The Way of Life in the 18–20 Centuries: Summary of Studies]. Tiranë: KOTTI.
- Glenny, M. 2001. *The Balkans: Nationalism, War & the Great Powers, 1804–1999*. London: Penguin Books.
- Gudeman, S. 2008. *Economy's Tension: The Dialectics of Community and Market*. New York: Berghahn Books.
- Ivanova, Y.V. 2006. *Albantsy i ikh sosedi* [Albanians and Their Neighbors]. Moscow: Nauka.
- Jonas, H., W. Linsbauer, and V. Marx. 1969. *Die Produktivkräfte in der Geschichte* [Productive Forces in History]. Vol. 1, *Von den Anfängen in der Urgemeinschaft bis zum Beginn der industriellen Revolution* [From the Beginnings in the Primitive Community to the Beginning of the Industrial Revolution]. Berlin: Dietz.
- Kostenko, V.V., and A.A. Novik. 2019. Otnosheniye k sosediya drugoi rasy: keisy Albanii i Kosovo [Attitude towards Neighbors of a Different Race: Cases of Albania and Kosovo]. *Etnografija* 2 (4): 100–127. [https://doi.org/10.31250/2618–8600–2019–2\(4\)-100–127](https://doi.org/10.31250/2618–8600–2019–2(4)-100–127)
- Kreševljaković, H. 1935. Esnafi i Obrti u Bosni i Hercegovini (1463–1878) [Guilds and Crafts in Bosnia and Herzegovina (1463–1878)]. In *Zbornik za narodni život i običaje južnih Slavena* [Collection of Folk Life and Customs of the Southern Slavs]. Vol. XXX. Pt. I. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
- Kreševljaković, H. 1958. *Esnafi i obrti u starom Sarajevu* [Guilds and Crafts in Old Sarajevo]. Sarajevo: Narodna prosvjeta.
- Malinowski, B. (1922) 2014. *Argonauts of the Western Pacific*. London: Routledge.
- Martynova, M.Y. 1998. *Balkanskii krizis: narody i politika* [Balkan Crisis: Peoples and Politics]. Moscow: Staryi sad.
- Mauss, M. 1923–1924. Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques [Essay on the Gift: Form and Reason for Exchange in Archaic Societies]. *L'Année Sociologique* 1: 30–186.
- McCormick, M. 2002. *Origins of the European Economy: Communications and Commerce AD 300–900*. Cambridge: Cambridge University.
- Nadin, L. 2002. *Statutet e Shkodrës* [Statutes of Shkodra], translated by P. Xhufi and V. Lisi. Tiranë: Onufri.
- Novik, A. 2020. Rite of Male Circumcision among the Muslim Population in the Western Balkans. *Folklore. Electronic Journal of Folklore* 80: 151–168. <https://doi.org/10.7592/FEJF2020.80.novik>
- Novik, A.A. 2022. Ot platka k khidzhabu: golovnye ubory albanok-musul'manok v XX – nachale XXI v. [From Headscarf to Hijab: Headdresses of Muslim Albanian Women in the 20th – Early 21st Centuries]. *Vestnik antropologii* 4: 101–122. <https://doi.org/10.33876/2311–0546/2022–4/101–122>

- Novik, A.A. 2023. Bazar i diukian, yarmarka i market: evoliutsiia torgovli v Albanii v nachale XXI v. [Bazaar and Dyukyan, Fair and Market: the Evolution of Trade in Albania at the Beginning of the 21st Century]. *Vestnik antropologii* 3: 121–143. <https://doi.org/10.33876/2311-0546/2023-3/121-143>
- Novik, A.A. 2023. Serebrianaia filigran' i evreiskaia traditsiia v Albanii, Kosovo i Severnoi Makedonii na rubezhe XX–XXI vv. [Silver Filigree and Jewish Tradition in Albania, Kosovo and North Macedonia at the Turn of the 20th–21st Centuries]. In *Yuvelirnoe iskusstvo i material'naia kul'tura* [Jewelry Art and Material Culture], edited by I.V. Poskacheva, V.V. Kiji, and N.V. Tsarev, 7: 379–386. St. Petersburg: State Hermitage Publishing House.
- Pulaha, S. 1984. *Popullsia shqiptare gjatë shekujve XV–XVI: studime dhe dokumente* [The Albanian Population during the 15–16 Centuries: Studies and Documents]. Tiranë: Akademia e Shkencave e RPS të Shqipërisë; Instituti i Historisë.
- Shkodra, Z. 1973. *Esnafet shqiptare (Shek. XV–XX)* [Albanian Guilds (XV–XX Centuries)]. Tiranë: Akademia e Shkencave e R.P. të Shqipërisë; Instituti i Historisë.
- Statovci, D. 1982. *Zhvillimi historik i zejtarisë dhe rëndësia e saj bashkëkohore për strukturën ekonomiko-shoqërore të KSA të Kosovës* [The Historical Development of Craftsmanship and Its Contemporary Importance for the Economic and Social Structure of the KSA of Kosovo]. Prishtinë: Instituti Albanologjik i Prishtinës.
- Tirta, M. 2006. *Etnologjia e shqiptarëve* [Ethnology of the Albanians]. Tiranë: GEER.
- Todorov, N. 1976. *Balkanskii gorod XV–XIX vekov. Sotsial'no-ekonomicheskoe i demograficheskoe razvitie* [Balkan City of the 15th–19th Centuries: Socio-Economic and Demographic Development], translated by G.K. Venediktov; edited by V.D. Konobeev. Moscow: Nauka.

ТОРГОВЛЯ КАК ФАКТОР КУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: ПРИМЕР САРДИНИИ

А. Мажиа

(пер. с ит. *О.Д. Фаис-Леутской*)

Армандо Мажиа | <http://orcid.org/0000-0002-2920-6921> | maxiaarmando@tiscali.it | PhD, директор | Этнографический музей сардинской горской культуры (Парко Comunale Пастиссу Аритцо, пров. Нуоро, 08031, Италия)

Ключевые слова

Сардиния, горные ареалы, закрытость, торговля, мобильность, торговцы, стереотипы восприятия

Аннотация

В статье в парадигме антропологии и истории рассматривается фактическое зарождение феномена торговли как фактора изменения мировоззрения населения горных районов Сардинии — этого закрытого пастушеского ареала. Автор анализирует специфику кустарной, внутриостровной, преимущественно мелкой коммерции и ее агентов, ассортимент предлагаемой продукции, отношение местных жителей к людям, продающим им товары. В сравнительно-сопоставительном плане осмысляются особенности видения пространства и движения как представителями пастушеской/крестьянской среды, так и торговцами. Различие во взглядах этих групп населения во многом повлияло на восприятие коммерческой деятельности сельским сообществом и на его взаимоотношения с торговым сословием. Исследование основано на полевых материалах автора и отличается новизной, поскольку проблема эндогенных метаморфоз традиционного общества, тем более применительно к Сардинии, не анализировалась ранее в свете торговых процессов; актуальность работы предопределена тем, что многие сложившиеся в древности черты внутренней коммерции прослеживаются в современных торговых явлениях в регионе.

Антропологическое исследование торговли направлено, как правило, в основном на сугубо экономические явления в жизни общества, на проблемы развития коммерции как части хозяйства той или иной группы населения. Не меньшее внимание уделяется и внешним последствиям торговых операций — процессам взаимовлияния культур различных, часто удаленных друг от друга общностей, взаимодействующих в ходе “игр обмена” (если использовать термин Ф. Броделя).

Значительно реже торговля изучается с позиции внутренних эндогенных метаморфоз социума, особенно традиционного. С нашей точки зрения, необходимость в такого рода исследованиях давно назрела. Вследствие привносимых

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Мажиа А. Торговля как фактор культурных изменений: пример Сардинии // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG

Maxia, A. 2024. Torgovlia kak faktor kul'turnykh izmenenii: primer Sardinii [Trade as a Factor of Cultural Change: The Case of Sardinia]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

торговлей инноваций происходят мутации царящих в обществе взглядов, формировавшихся веками психологических, экзистенциальных установок, стереотипов, стандартов видения мира, Себя и Другого, меняются границы и сущности окружающего человека пространства, место индивида и общности в этой вселенной. В своей статье мы обращаемся к примеру Сардинии – консервативного, закрытого сельского региона, воплощающего в себе “органичное единство двух отличающихся, противоборствующих и вместе с тем взаимосвязанных миров: мира крестьянства и пастушества, мира равнин и гор” (Contu 2014: 41), – чтобы проследить на нем обусловленные “играми обмена” глубокие культурные изменения, затрагивающие основы традиционных миропорядка и мировидения населения. В частности, мы хотим остановиться на примере замкнутых пастушеских общин центральной горной области Барбаджа: объектом исследования становятся процессы внутриостровной торговли, постепенно охватывающие территорию всего острова, а в горах стартовавшие лишь в XVI–XVII вв.

Сразу отметим: применительно к Сардинии интересующая нас проблема никогда ранее не была объектом изучения, что предопределяет абсолютную новизну нашего исследования; автор сознательно делает упор преимущественно на полевые материалы – результаты опросов и включенного наблюдения. Особая актуальность работы обусловлена тем, что многие из отмеченных в статье древних торговых феноменов не просто сохранились, они во многом формируют современную специфику внутреннего и внешнего обмена в регионе.

Прежде чем перейти к фактологической части исследования, подчеркнем некоторые принципиальные моменты. В первую очередь отметим, что отношения сардинцев с торговлей – как с “дальней” (за пределами острова), так и с внутренней (на территории Сардинии) – раскрываются исключительно в свете их отношений с доминантами островного пространства – морем и горами. На протяжении истории в обществе и науке утвердились представления о талассофобии (боязни моря) сардинцев и об их орофилии (любви к горам). Это подтверждают и сардинский фольклор, прямо указывающий на море как на источник внешней агрессии и опасности, и – косвенно – теории многочисленных ученых, доказывающих, что “враждебность” жителей островов к морю предполагает поворот к нему спиной и тотальную изолированность от внешнего мира.

Более того, в академической традиции Сардинии господствуют утверждения о “горном характере” культуры региона, вследствие чего остров наделяется гипертрофированной закрытостью, изолированностью, усиливающейся по мере приближения к горам, и тем самым обрекается на определенную, почти генетическую инвариантность развития исторических событий (Brigaglia 1982: 2). В этой связи уместно вспомнить основателя Школы “Анналов” Л. Февра: сформулированная им дихотомия базируется на понятиях “острова-тюрьмы” (фр. *îles conservatoire-prison*), обрекающие и обреченные на состояние физической и психологической изоляции, и “острова-перекрестки” (фр. *îles carrefour*; напр., Сицилия) – открытые для общения и приглашающие к нему, что влечет за собой последующую культурную гибридизацию и изменения (Febvre 1970: 222). Однако очерченная Л. Февром парадигма апеллирует к крайним, полярным утверждениям, своего рода категорическим максимам (тотальная изоляция vs всеобщая открытость), не отражающим конкретные реалии того или иного острова.

Как отмечает М. Бригалья, в сардинском регионоведении утвердилась точка зрения, согласно которой горы суть ареал абсолютной культурной закрытости

и неконтактности (*Brigaglia* 1982: 8). Весьма симптоматично, что и символические представления самих сардинцев об окружающем их пространстве, сводящиеся к противопоставлению *bidda* и *montes*, “деревни” и “гор”, приписывают вторым (горам) господство над территорией за пределами хабитата. В отличие от прибрежных равнин — локуса открытости, цивилизации и рыночной экономики, горный ландшафт в видении населения есть знак натурального хозяйства и изоляции, архаичности его жителей (ПМА). Однако, как указывает антрополог Д. Анджони, утверждение об абсолютной изолированности гор предвзято и некорректно. Так, горным сообществам присущи некие “промежуточные состояния” между тотальным замыканием на себе и открытостью внешнему миру, а также “движения двойной полярности: изоляции—вовлеченности и сохранения—трансформации” (*Angioni* 1982: 6). Эти особенности позволяют учесть и объяснить все присущие конкретным культурным реалиям внутренние различия и противоречия (в том числе, напр., мобильность людей и обмен товарами даже в тяготеющих к интровертности районах).

О торговле в Сардинии до XVI—XVII вв. известно не так много “не столько в силу недостаточного количества источников, сколько в силу слабых позиций торговли, а часто и абсолютного отсутствия полноценных торговых контактов” (*Puddu* 2011: 19), даже если иметь в виду более развитые приморские и равнинные части острова. Если говорить о внутренних районах Сардинии, где до середины XX в. в основном господствовал натуральный внутридеревенский обмен, можно констатировать, что о торговле здесь практически ничего не известно. Есть только фрагментарные сведения о “проникновении” в горы в позднем Средневековье пизанских и генуэзских купцов (*Amat di San Filippo* 1998: 44); начиная с XVII в. документируются осуществляемые мелкими торговцами в портовых городах достаточно редкие торговые операции с Барбаджей (*Seche* 2020: 88–89), порой приобретавшие международный характер. Так, овечья шерсть разного качества, дичь, шкуры крупного рогатого скота, оленей, косуль, кабанов и т.д. из пастушеской, покрытой лесами Барбаджи уходили в Барселону, Неаполь, другие европейские города. Назад же возвращались востребованные локальными элитами и производимые иберийскими и итальянскими мануфактурами дорогие шерстяные, льняные, молескиновые ткани, из которых в горных деревнях шили одежду, а часто и одеяла (*Seche* 2020: 98–100). Привозились и готовые предметы одежды, отвечавшие последней моде: бриджи, плащи, перчатки, обувь и береты, а также ценные сопутствующие товары, например, шелковые подкладки и красящие вещества для тканей.

Эти документально подтвержденные торговые контакты с горными деревнями предполагают наличие социально признанного института местных торговцев и делают несостоятельным бытующий в научной литературе тезис о господстве натурального хозяйства в горных районах Сардинии и о полном самообеспечении населения. Как свидетельствуют источники, завозились не только высококачественные материалы “для богатых”, но и востребованные народными слоями обычные (напр., шерстяные) ткани, которые, очевидно, не производились самими местными жителями (*Seche* 2020: 99).

К этому же периоду, по-видимому, относится появление в сардинском языке термина *biajantes* (от исп. *Viaje* — “странствие”), обозначающего бродячих торговцев и нанятых ими лиц, верхом на лошади развозящих по всему острову товары, произведенные местными жителями, а также дары лесов, чтобы обменять

их на продукцию, которую невозможно найти в родных местах. Эти “развозчики” товара, именуемые также *ventureneris* (от исп. *ventura* — “судьба, удача”), — что подчеркивало рискованность торгового начинания, требовавшего инвестиций и свободных средств (необходимо было содержать лошадей и мулов — основное транспортное средство, строить склады для хранения товаров и т.д.) — вплоть до середины XX в. оставались едва ли не самыми главными фигурами в островной коммерции.

С XVII в. в Сардинии термин *biajantes* все чаще применяют в отношении горцев, которые постепенно втягиваются в процессы торговли, в первую очередь как поставщики снега и льда (*Mannia* 2014: 29). Этот драгоценный товар заготавливали зимой и хранили в земляных ямах, специально выложенных и закрытых папоротником и соломой, а в период с апреля по октябрь ежедневно отправляли караванным путем в Королевский дворец Кальяри и в другие дворянские резиденции, где его использовали для консервации продуктов питания и для охлаждения напитков и шербетов. Часть снега и льда следовала более длинным и сложным маршрутом, требовавшим нескольких дней пути, — на север Сардинии в города Альгеро, Сассари, Плоаге и в равнинные приморские районы, где были сосредоточены виллы аристократии.

Установленная испанским налоговым ведомством исключительная монополия на продажу снега в начале XVII в. самым верховным испанским правителем была предоставлена трем местным жителям одной деревни — Аритцо (Барбаджа), сосредоточившим в своих руках весь этот промысел, и предполагала ряд привилегий. На подхвате у предпринимателей была целая группа *biajantes*, обеспечивавших бесперебойное снабжение снегом и льдом тех мест, где эти товары “не должны были отсутствовать” (*Paba* 1997: 44–47). Отметим, что такие сбытовые цепи действовали до середины XX в., пока добыча льда не была вытеснена его промышленным производством. Таким образом, начиная с XVII в. снег и лед, которые, как правило, ассоциировались в пастушеских сообществах с риском для людей, скота и всей отрасли, в контексте Барбаджи постепенно утверждаются как позитивный символ, как детерминанта самоидентифицирования жителей одной *bidda* и идентифицирования их населением окружающих деревень.

Ко второй половине XIX в. субэтним “жители Аритцо” (сард. *aritzesos*) для большей части острова превращается в известный торговый бренд, за которым стоят как бродячие торговцы — уроженцы этой деревни, так и их специфические товары: помимо снега и льда, это фундук, грецкие орехи, каштаны, а также *carapigna* — кустарное мороженое, эксклюзивная продукция Аритцо, и нуга (сард. *turrone*) — специалитет соседней деревни Тонара, который также сбывали *aritzesos*. Мороженое и нуга были символом всех островных народных торжеств: “...праздник не был настоящим праздником на Сардинии, если на нем не было *carapigna* и нуги из Тонары” (*Angioni* 1976: 65).

Сбыт тех или иных горных товаров в течение года следовал двум торговым циклам. Первого цикла придерживаются до сих пор; это период с весны до осени, как правило, до начала октября. Торговцы, ориентировавшиеся на календарь народных, посвященных святым покровителям деревенских праздников, начинали ездить по острову на следующий же день после Большой Пасхи (сард. *Pascha manna*)¹ (т.е. собственно Пасхи). В это время, помимо льда, продавали нугу, с приходом тепла — мороженое, а также собранный предыдущей осенью фундук, который, в отличие от каштанов, меньше подвергался порче и дольше

сохранялся. Часто в путь пускались сами сборщики орехов, поскольку крупные торговцы, или оптовики (сард. *is compradores*), скупавшие урожай лесной продукции, оплачивали его по “подлой цене” (сард. *a unu minispretziu*).

Второй торговый сезон был связан со сбытом свежего урожая — даров леса: фундука, грецких орехов и, главное, каштанов. Эта продукция достигала даже отдаленных районов острова, но в основном торговцы направлялись в богатые зерном равнины, где продавали или выменивали свой товар на пшеницу и бобовые, не вызревавшие в горах. Сезон открывался с “выезда на всех святых” (сард. *su viaggiu de tott'is santos*) — в начале ноября, после завершения сбора лесных даров и продолжался до конца “рождественского выезда” (сард. *su viaggiu 'e Pasca*) (Angioni 1976: 67), а — если год выдавался особенно урожайным — то и до конца “выезда на Св. Антония” (сард. *su viaggiu de Sant'Antoni*) (17 января), после чего торговля замирала до весны.

Этим отлаженным графиком пренебрегали самые отчаянные, предприимчивые или расчетливые *bijantes*, решавшиеся следовать более эффективной торговой тактике и прибегавшие к практике “откочевок”: покинув родную деревню, они выбирали себе стратегически важную точку, в которой обустроивались, создавали склады продукции на весь сезон и уже из них сбывали товары по *sa pratza* — окрестному ареалу. Некоторые окончательно оседали в новых местах, осваивали дополнительно сбыт древесины и угля и возвращались в родные деревни лишь для проведения выгодных торговых сделок или в большие праздники, также обещавшие прибыль.

С XIX в. торговое измерение приобрели ремесла, процветавшие в Барбадже (кузнечное, столярное дело). Так, по всему острову, наряду с *carapigna* и нугой, горцы-“купцы” развозили *sonaggias* — бронзовые (латунные) ботала для скота², а также деревянную, сделанную вручную утварь: разделочные доски, ковши, кухонные ложки, формы для производства сыра, гигантские уполовники для муки и крупы, хлебные лопаты и т.д. Эти артефакты никогда не были объектами мена (за них всегда платили монетой), торговали ими на специализированных ярмарках скота, где наряду с овцами, волами, лошадьми, коровами предлагали и сопутствующий товар. Подобные торжища, проводимые по случаю религиозных праздников (Сан-Мауро-Ди-Соро в Барбадже, Сан-Лючия в Сарчидано, Сан-Марко в Ольастре и т.д.), предлагали широкий спектр ботал, конских сбруй и удил, а также характерных больших ножей (сард. *leppe*), которые и сегодня куют кузнецы горной деревни Гавои. Торговцы из Изили продавали произведенную местными ремесленниками медную утварь, в том числе котлы для пастухов и “деревенских” — этот товар расходился по всему острову. Жестянщики и лудильщики из Джерджей (торгующие ремесленники), переходя от деревни к деревне, продавали или латали оловом металлические емкости для жидкостей.

К началу XX в. в Барбадже преобладали мелкие “купцы”, располагавшие достаточно скудными товарами и капиталами и передвигавшиеся в одиночку преимущественно короткими маршрутами; примером могут служить горцы, торговавшие древесиной. Это были *massaos*, крестьяне, владевшие *giuo e carru* — повозкой, запряженной тягловыми волами. Регулярно спускавшиеся на равнины для вспашки полей, они перевозили туда для продажи каштановый брус, используемый для различных построек, и гибкие жерди из орешника, из которых делали обручи для бочек. Наряду с *massaos* подобные “торговые миграции” совершали и продававшие свою продукцию ремесленники, например, *buttajos* —

бондари, “специалитет” Аритцо. С середины августа по октябрь они вместе со своим материалом (каштановые доски) и готовым товаром посещали центры виноделия на юге острова, где продавали привезенные бочки, на месте изготавливали новые и ремонтировали изношенные.

Едва ли не самый знаменитый, производимый и сегодня в горах товар — *cascia*, массивные, высокие резные сундуки из каштана, которые по традиции делают только в Аритцо. Входящие в состав приданого невесты и востребованные по всему острову, они веками выполняли функции гардероба. Описывая их, этнограф начала XIX в. А. Ла Мармора отмечал, что “стенки и крышку *cascia* покрывает резьба с изображением птиц и фантастических животных” и что сундуки “привозят для продажи в далекие деревни разобранными, на спине лошади”, в специальных металлических конструкциях, надеваемых поверх седла, а затем собирают на месте (*La Marmora* 1868: 228–229). Как свидетельствуют ответы респондентов, такая техника перевозки и поставки сундуков в деревнях высокогорья Барбаджи сохраняется и сегодня (ПМА).

Уместно задаться вопросом о формах платежа, с которыми сталкивались торговцы на острове. До середины XX в. в Сардинии из-за слабого денежного обращения наличные платежи были редкими. Расплачиваться деньгами могли только те, кто получал фиксированную заработную плату (государственные служащие, учителя, врачи и т.д.), т.е. подавляющее меньшинство населения. Большая же часть транзакций представляла собой сохранившийся и сегодня прямой обмен продуктами (*Maxia* 2003: 154). Существовали жестко установленные нормы обмена, отличавшиеся в разных частях острова и менявшиеся в разные исторические периоды. Так, в некоторых местах вплоть до 60-х годов XX в. мера “с верхом” (сард. *a ciccuru*) каштанов и фундука обменивалась на меру “по горлышко” (сард. *arrasu*) пшеницы (сард. *trigu*), а две меры каштанов на три меры бобов. В более сытые периоды каштаны “шли” наравне с бобами и нутом: одна мера каштанов в обмен на одну меру бобовых (*Ibid.*). В более “щедрых на зерно” областях, таких как Кампидано или Ористано, мера “с верхом” использовалась для пшеницы (ПМА). Универсальных для всех областей мер веса не было: при натуральном обмене торгующие оперировали какой-либо емкостью, используемой в конкретной местности. Однако при денежных платежах замер происходил в литрах, которыми и сегодня в Сардинии по традиции измеряют сыпучие продукты.

Бобы, полученные при обмене, горцы в самом Кампидано часто продавали *carrattoneris* — местным возчикам (в свою очередь сбывавшим их аграрным консорциумам), а часть зерна — другим крупным торговцам, которые реализовывали его учрежденным еще при испанцах и просуществовавшим до 60-х годов XX в. своего рода зерновым банкам (*Monti granatici*), снабжавшим бедных крестьян посевным материалом. Если эти операции удавались, горцы возвращались домой и с денежным заработком, и с частью полученной в обмен продукции, находившей высокий спрос в родной деревне.

В периоды стагнации рынка участники обмена продавали товар (бобы, пшеницу, нут и чечевицу) в родной деревне в розницу (бобы, напр., — частью как пищевой продукт, частью как фураж для скота), а непроданное упаковывалось и (со второй половины XIX в.) отправлялось поездом до ближайших от селения станций, а оттуда доставлялось до места на повозках, запряженных волами.

Стоит отметить, что еще во второй половине XX в. в Барбадже и в целом в Сардинии, как в более архаичные эпохи в других регионах, деньги гораздо чаще

служили мерой подсчета, нежели оплаты (Bloch 1981: 62–63). Даже привозимый с гор уголь на равнине был объектом мена. При этом его цена оговаривалась в денежном исчислении, но оплата фактически осуществлялась зерном, вином, маслом, мелким, а порой и крупным скотом и т.д. Из продуктов питания только *carapigna* и нуга оплачивались деньгами, принося порой такую высокую выручку, что кустарные кондитеры по завершении сезона продаж (если не брались за продажу каштанов) могли наслаждаться заслуженной зимней передышкой.

По свидетельствам как исследователей, так и респондентов, оплата деньгами в целом касалась почти исключительно тех (чаще всего пищевых) товаров, которые потреблялись в эпоху “священного” или праздничного времени (Gallini 2003: 270–281; ПМА). Именно эти товары отмечали символическое вступление в царство равенства, пусть иллюзорного и реализуемого только на ритуально-мифологическом уровне, предполагавшего доступ каждого в том числе и к ценным товарам — в царство, в котором “сингуляризация благополучия искупается переживаемым сообществом наслаждением собственным праздником” (Gallini 1973: 75).

В ходе антропологического анализа роли торговли в горных районах важно рассмотреть взаимоотношения продавцов с социумом (в том числе со своим). Отметим сразу: традиция предполагает осуждение торгующих. Наиболее одиозными фигурами считались *compradores mannos* — крупные оптовики, подвергавшиеся суровому общественному порицанию. Эти сельские “вольноотпущенники”, обычно переезжавшие в город, уже в силу своих занятий бросали вызов всему, что считается хорошим и справедливым в системе деревенских ценностей (Angioni 1986: 163–164). Занятые систематическим выкачиванием местных ресурсов, они раздражали, вызывали осуждение и страх, считались ворами, выскочками, *immusteri* (от исп. *impostor* — “обманщик”) — т.е. лживыми созданиями, которых приходится терпеть. В отличие от *biajante*, у *immusteri* в деревне не было друзей, были в лучшем случае “подельники”, с которыми оптовиков связывали деловые контакты, что делало крупных торговцев еще более непривлекательными для земляков. По народным меркам еще более отвратительно то, что они даже “не свое продают”, а “барышничают” (ПМА). Согласно сохраняющейся и по сей день традиционной логике деревенского мышления непонятно, как могут “прибывать деньги” у лиц, занятых коммерческой деятельностью, тем более масштабной, т.е. у тех, кто ничего не производит, но живет при этом богаче других (Angioni 1986: 164.); к числу этих и сегодня осуждаемых лиц относят крупных торговцев зерновыми, бобовыми, мясом, молочными продуктами, сырами и т.д. (ПМА).

Несколько менее одиозны в народном видении мелкие оседлые торговцы, остающиеся в родной деревне: они предсказуемы в своих действиях и “ближе к остальным” (ПМА), о чем свидетельствует даже общепринятое обращение к ним — “дядя” (сард. *su tziu*); так обычно адресуются к старикам деревни, не являющимся родственниками. Это, правда, не означает, что торговцы свободны от подозрений в возможном обмане (ПМА).

Осуществлявшие небольшие коммерческие сделки бродячие торговцы-горцы — “столпы” сардинской внутренней торговли, хотя и не провоцировали столь резко негативных реакций в традиционном деревенском обществе, были для него, однако, фигурами смутными и малоуважаемыми, им не доверяли. Подобные оценки были обусловлены неопределенностью их перемещений, мобильностью (в корне отличающейся от мобильности пастухов, которые, передвига-

ясь, фактически “уносили с собой свой традиционный мир, не изменяя ему”) (Mannia 2014: 143), уходом от канонов деревни, от раз и навсегда заданного образа жизни, от социального контроля коллектива, а следовательно, и неизбежным пренебрежением ими всеми деревенскими ценностями (Dettori 2014: 10). Весьма показательно, что в некоторых районах Сардинии население и сегодня верит, что прибытие торговцев “с гор” приводит к наступлению непогоды; местные раздраженно называют их *culu bentosos*, буквально “ветряными жопами”, теми, кто “пускает ветры” (ПМА).

В основе этих сохраняющихся и в настоящее время у большинства жителей сельской Сардинии представлений о торговле (а точнее — о торговцах) лежит, очевидно, не столько имеющее религиозные корни моральное осуждение меновой стоимости, клеймящее продажу товара по более высокой цене как противоречащее божеским законам (Le Goff 1977: 3–5), сколько осознание того, что плод твоего собственного труда входит в схему обмена, которая больше не контролируется теми, кто производит (Lai 1996: 102).

Не следует умахать также значимости зависти, царившей в горных сардинских деревнях, уровень жизни в которых был крайне низким. Зависть была и продолжает оставаться триггером негативной интерпретации и осуждения богатства — по мнению большинства местных жителей, оно достигается только воровством или, реже, благодаря случайности, окказиональному фактору, непредвиденному событию, что в любом случае не спасает разбогатевшего от критики и остракизма. Как подчеркивают исследователи и признают сами респонденты, именно зависть представляет собой ту движущую силу, которая давала и дает добро на маргинализацию и осуждение лиц, вышедших за рамки требуемого, но мифического имущественного равенства в деревенском коллективе (тех, кто чрезмерно оскорбляет других, демонстрируя свое благополучие, в том числе и торговцев), и именно она фактически способствовала и способствует сегодня поддержанию равновесия в локальных сообществах (Gallini 1973: 108–112, 18; ПМА).

Что касается самооценки мелкого торговца, равно как и видения его остальным сообществом как фигуры смутной, то истоки такого отношения во многом становятся очевидными в свете социолингвистики. Известно, что социальные, маргинальные, профессиональные группы в определенных ситуациях прибегают к секретным субкодам, социолектам и аргю, т.е. к использованию специальных, отличных от общепринятых средств коммуникации; это явление особенно присуще представителям мигрирующих/мобильных профессий, например, уличным торговцам, странствующим ремесленникам и т.д. (Geremek 1979: 725). При этом создается своего рода эзотерический язык, с помощью которого маргинальная (профессиональная) группа обособляется и пытается сделать непонятным для посторонних общение своих представителей. Такая ситуация присуща и Сардинии, где, наряду с семейными идиолектами, базирующимися на гиперкодированных элементах, к которым прибегали, чтобы в присутствии чужих или подростков говорить о вещах, которые полагалось скрыть, также использовались сленг-модули, именуемые *suspos* (Pira 1982: 69–70).

Выражение “говорить на *suspu*” (сард. *foeddare in suspu*), которое народная этимология, прибегая к гиперкодированному сокращению, выводит от *suspettu* (с сард. “подозрение”, “подозрительный”), подразумевало язык, понимаемый только теми, кто должен понимать (Ibid.: 70). *Suspu*, используемый и *biajantes*, отличался широким набором приемов: от метафор или синонимов, т.е. замены

смысла (в результате смысловой перестановки выражений, как заметил один из пионеров изучения сленга лингвист Г.И. Асколи [*Ascoli* 1861: 102–142]), до средств семантического порядка, предполагающих наличие специфичного, хотя и ограниченного лексического фона, связанного с осуществляемым ремеслом. Наконец, применялось и введение дополнительных букв-, слогов- или суффиксов-“паразитов” для искажения слова: например, к каждому слогу добавлялся новый, образованный фиксированным согласным (скажем, буквой *b*), за которым следовала конечная гласная предыдущего слога. Хотя ключ расшифровки этого секретного идиома легко обнаруживался при тщательном анализе, беглость использования и скорость разговора делали речь непонятной для непосвященных.

Обратимся к примеру *is pistaggiaius* – бродячих торговцев медной утварью из д. Изили и к аргю, который до сих пор использует это профессиональное сообщество. Известный как *arbaresca*³ или *romaniscu*, *pavela romanisca*, но в первую очередь как *arromanisca* (что, очевидно, происходит от слова *arrominaju*⁴ – “медник”), этот идиом, согласно последним научным расшифровкам, в значительной степени увязывается с сильными лексическими влияниями диалекта Кампидано и “загрязнен” неким локально сформированным “хитрым сленгом” (*Dettori* 2014: 18–23). Этот вывод опровергает прозвучавшее в более ранних исследованиях предположение о связи этого идиома с балканским и цыганским языковыми субстратами. Имеющиеся в языке медников албанизмы малочисленны и, по-видимому, обусловлены контактами с мигрировавшими в Сардинию калабрийскими котельщиками, соседствовавшими на родине с албанскими анклавами, а не заимствованы у гипотетических цыганских общин, появившихся-де на острове в XV в.

Этот идиом использовали исключительно торговцы медной утварью, а ее производители им не владели, хотя и понимали сказанное. Отметим, что “на людях” торговцы старались ограничивать код секретности, чтобы не вызвать недоверия у покупателей и не оттолкнуть их (ПМА). Однако к *arromanisca* прибегали не только в целях секретности (чтобы не разглашать собственные дела или чтобы внутренне консолидироваться перед лицом всеобщего осуждения), но порой и в игровых целях – для разрядки напряжения и самоутверждения в какой-то ситуации, чтобы поддеть не понимающих аргю односельчан и “пройтись на их счет”, и наконец, ради сугубо лингвистического удовлетворения и одномоментного чувства превосходства над остальными (ПМА).

Следуя сезонным циклам, торговцы передвигались на запряженной лошадью повозке по всему острову (от внутренних до прибрежных районов), объезжая ярмарки и деревенские праздники, где обменивали привезенные ими товары на другие. Денежная оплата, как отмечалось выше, была редкой и получила распространение весьма поздно, уже в недавние времена. Поездки могли длиться месяцами, а их маршруты и направления варьировались в зависимости от сезона. Пауза наступала только в сезоны дождей и чрезмерной жары. На равнины Кампидано выгоднее было спускаться в период сбора урожая, когда население могло себе позволить приобрести медные сосуды или выменять их на зерно. Осенью и весной, до или после возвращения пастухов с зимних перекочевок торговцы направлялись в районы пастбищ (в Барбаджу, Маргине, Гочеано, Логудоро) и в высокогорные зоны отгонного скотоводства, а зимой – в северные районы острова (в Логудоро и Галлуру). В результате обмена, помимо зерна, *is pistaggiaius*

привозили домой мешки, сыры, шкуры и другие ремесленные изделия из различных районов, например деревянную утварь из высокогорных деревень.

Проблема рациона, во время путешествий в силу бережливости очень скудного даже в середине XX в., решалась использованием продуктов, полученных в обмен на товары, или посещением недорогих таверн, во дворах которых торговцы могли остановиться и провести ночь на своих повозках. В других случаях они ночевали под открытым небом либо, когда им разрешали, в домах или овчарнях в Барбадже, Нурре и Галлуре (зонах традиционного гостеприимства), где с населением, особенно с пастухами, которым *is pistaggiaius* продавали, меняли или латали котлы (сард. *is trattonius*)⁵, их связывали длительные и прочные, из года в год возобновлявшиеся отношения.

Профессиональная мобильность и изоляция в родном сообществе способствовали тому, что торговцы (из соображений солидарности) устанавливали отношения со всеми странствующими и девиантными в глазах социального большинства персонажами. Речь шла не только о других бродячих торговцах (продавцах каштанов, корзин, сит⁶ или деревянных поделок), но и о полностью маргинальных в этическом видении населения лицах — составителях и продавцах гороскопов, гадателях (заявлявших о своем приходе в деревню игрой на аккордеоне), даже о бандитах и беглецах⁷, которые свободно перемещались по сельской местности с оружием в руках. Такое своеобразное окружение приводило к тому, что мнение о торговцах, и так в основном негативное, еще больше ухудшалось.

По сведениям респондентов, товары, предлагаемые *is pistaggiaius*, были настолько востребованы в хозяйстве, что отчасти нивелировали раздражение населения (ПМА). Речь идет о широком спектре изделий — от котлов для коллективного использования, особенно для варки сыра, до домашней утвари: котелков, сковородок, кастрюль, мангалов и грелок для кроватей. Предметы часто были украшены точечным орнаментом с традиционными для Сардинии цветочными, геометрическими, астральными мотивами и служили не только практическим, но и декоративным и обережным целям. Особенно востребованным состоятельными слоями населения было (и остается) *su prattu 'e case* — блюдо для дичи⁸ (своеобразный символ статуса), часто используемое в качестве подарка на свадьбу.

Продавец медных изделий должен был обладать коммерческой жилкой, а в условиях еще недавней низкой грамотности населения еще и умением “прочитать” символические, нацарапанные ремесленником каракули, обозначающие вес и цену изделия. Кроме того, он должен был уметь так отладить *su ganciu furadore* (с сард. “воровской крюк”), т.е. безмен, чтобы вес товара был завышен.

Но самым важным для торговца было умение оценить реакцию потенциальных покупателей в той или иной части острова, а это требовало хорошего знания культурных особенностей и психологии местного населения. Так, в среде бродячих торговцев, да и в целом в Барбадже было распространено представление, что обману проще поддаются обитатели Юга Сардинии, в частности *mauredos*⁹ (от *maurellos* — “берберы”, в V в. переселенные в Сардинию) ареала Сульчис—Иглезиас. Значительно большую бдительность приходилось проявлять по отношению к жителям центральных и северных районов острова, по общему мнению, отличавшихся подозрительностью и вспыльчивым характером (ПМА).

Возвращаясь к своеобразному языку торговцев медными изделиями, подчеркнем, что для них именно арг служит основанием для самоидентификации, а также средством защиты их интересов как “пограничной” группы (ПМА).

Для окружающих же аргю – профессиональное тавро торговцев, знак их маргинальности. Неприятие торговцев и “деревенских” было взаимным. *Pistaggiarius*, отплачивая местным той же монетой, “создавали” пейоративные соционимы для крестьян и пастухов, именую первых *lipponi* (от *lippa* – “густая грязь сточных вод”), а вторых – *pisciarollus* (буквально “тех, кто возится с овечьей мочой”) (*Dettori* 2014: 13).

Как свидетельствуют ответы респондентов из числа торговцев, использование группового лингвистического кода порождает две, на первый взгляд, противоположные, но в реальности взаимодополняющие тенденции. С одной стороны, использование аргю благоприятствует утверждению некоторого чувства превосходства, избранности и т.д., а с другой – способствует усилению комплекса неполноценности, ощущения своей инаковости, несправедливого ущемления прав или заниженной оцененности, подчеркиваемых локальным коллективом и обусловленных перманентной мобильностью торговцев, их несоответствием местным нормам общественной жизни, выпадением из системы отлаженных коллективных связей (ПМА). Не случайно утверждение особого языкового суверенитета, как отмечают исследователи, всегда идет бок о бок с процессом самоопределения (*Geremek* 1979: 743). Все это подталкивает торговцев к самоизоляции и, как следствие, приводит и сегодня к фрустрации и переживаемой моральной и психологической ущемленности, пусть и в меньшей степени, чем ранее (*Rudas* 1999: 263).

Однако антропологический парадокс состоит в том, что именно эти закрытые группы, отторгаемые локальным коллективом и часто сами замыкающиеся в себе, сыграли важную роль в процессах культурного изменения закрытых обществ, к которым они изначально принадлежали. В частности, благодаря им стартовали процессы “разгерметизации” деревень и целых областей Сардинии, их взаимодействия с островным сообществом и, опосредованно, с внешним миром, что привело к изменениям в мировидении и психологии населения.

Обнаруженные нами факты, связанные с торговлей во внутренних районах острова, дают повод усомниться в априори тотальной закрытости горных сообществ и всей Сардинии: мы видим, как начиная с XVI–XVII вв. определенная часть горского населения включалась в интенсивные операции торгового обмена с населением равнин. Полученные данные позволяют осмыслить историю гор в новом ключе, по крайней мере с определенного исторического периода: как динамичный торговый цикл. В свете этого введенные в обращение товары горного происхождения и саму их циркуляцию можно рассматривать как “брешь в этноцентрической сфере, открывающую эту сферу окружающему миру” (*Remotti* 1992: 22–23). Преодоление ограниченности мировоззрения, обусловленной культурным эксклюзивизмом пастушеских сообществ, было “прописано” уже в самом институте *biajantes* (в их путешествиях в “другие пространства”, в их деятельности, основанной на движении), предопределившим антропологическую специфику торговцев как мобильного и связующего сообщества (*Balandier* 1973: 128), расширяющего свое рабочее и социальное пространство и противопоставляющего динамику движения неподвижности и изоляции.

Тяга к внешнему миру получает этнографическое подтверждение благодаря образу пространства за пределами деревни, который можно обнаружить в устной народной традиции Сардинии. В контексте всего острова мы имеем дело с двумя (крестьянской и пастушеской) репрезентативными системами восприятия

этого внешнего пространства, которые базируются на двух различных системах мировидения и представлениях о себе и о движении. Крестьянская вселенная, по традиции, представляет собой чуждое мобильности статичное пространство и объективно противопоставляется враждебному ей кочевому пастушескому миру. Для пастухов же мироздание наполнено движением, а территории отгона — символическая проекция родных мест, микромодель мира происхождения, куда пастухи переносят весь свой традиционный духовный багаж, нормы и правила поведения (Caltagirone 1989: 48).

Как многократно подчеркивали антропологи, из-за перемены мест кочующий пастушеский универсум полон страхов, невзгод и неопределенности, а выплеск “пространственных переживаний” пастуха искупается посредством акта культурного присвоения, заключающегося в реконструкции в новом пространстве территориальной идентичности места исхода (De Martino 1973: 225–239; Eliade 1967: 26–27), в освоении и подчинении этого пространства в целях полного контроля, в том числе и путем символических манипуляций. Это делается не только через воспроизведение специфических материальных признаков оставленного в родной деревне мира (Caltagirone 1989: 48), но и, например, при помощи акта номинализации, равносильного мифическому воссозданию пространства и его освоению, т.е. его формированию наново посредством слова: при помощи такого культурного приема, как перенос на новые территории (земли отгона) “родных” топонимов¹⁰, благодаря чему, как это ни парадоксально, можно перемещаться в неизвестное, находясь в собственном мире (Maxia 2003: 182).

Пожалуй, глагол *istrangiare* (с сард. “отправляться жить на чужбину/к чужакам”) — антропологический коннотат *sa tramuda* (“отгонной перекочевки”) — как никакое другое слово в сардинском языке раскрывает и передает смысл понятий “чужость”, “чужеродность”: это и культурные и социальные трудности, с которыми сталкивается переселяющийся человек, и чувство непринадлежности новой группе, с которой ему приходится сосуществовать, и неассимилируемость с ней, и сопряженное с этим “обострение” собственной идентичности. Очевидно, что ощущение чужеродности соотносится именно с пастушеским опытом: с неопределенностью, опасностью, риском, непониманием, переживаемыми пастухами в новых местах.

Совершенно другим смыслом концепт “чужость” и первичная универсальная оппозиция “внешнее—внутреннее” наделяются в понятийно-эмоциональной системе странствующего торговца (Scarduelli 1989: 102). Для него, в его попытках разграничить понятия “внутри” и “снаружи”, структурирующие оппозицию “мир деревни — мир вне деревни” (сард. *bidda — foras de bidda*), “снаружи” коннотирует отнюдь не с посторонним, чужеродным, вызывающим беспокойство пространством, как это происходит у пастухов. Странствующий торговец, объективно представляющий собой посредника между разными островными вселенными, воспринимает и ощущает внешнее пространство (в том числе благодаря обмену — деятельности, предполагающей “переходность” и транзит товаров) как территорию для временного пребывания, для перемещения, а не для оседания, как “ничейную землю”, на которую он выходит из мира “своих”, чтобы встретить чужака (*s’istragnu*), в свою очередь также удалившегося от “своей” территории, и совершить с ним обмен товарами и ресурсами (зерновые/бобовые обменять на каштаны, соль — на древесину и т.д.), а не вступить в острую конфронтацию. Внешнее пространство, особенно удаленное, не воспринимается

торгующими как место утверждения идентичности, они не оперируют в отношении его категориями недоверия или обороны, понятными для постоянно испытывающих “территориальный голод”, ищущих и осваивающих новые маршруты кочеваний скотоводческих сообществ (Mannia 2014: 153).

Полевой материал позволяет нам сделать вывод, что применительно к центральным районам Сардинии и всему острову в целом бродячая торговля (и ее проекции во внешнем мире) оказалась эффективным средством низвержения традиционных парадигм инаковости и отчужденности, в которых исторически пастушество видит внешний мир и которые задавали тон ментальности населения практически во всех деревнях острова.

Резюмируя, отметим, что, на наш взгляд, в Сардинии именно практики “игр обмена”, осуществляемые торговцами в течение последних полутора веков, оказались едва ли не основным фактором смягчения традиционно настороженного и жесткого отношения к “чужим”, триггером постепенного возрастания внимания и усиления любопытства широких масс населения к новым пространствам и чужим сообществам. Так, именно торговые операции послужили своего рода воротами, через которые предоставляется право входа на закрытые прежде территории чужаку и открывается возможность контактов с ним для местного населения.

Подчеркнем также, что на фоне текущего разворачивания стремящейся все унифицировать глобальной торговли факт сохранения в Сардинии традиционных торговых практик, объектов и ареалов коммерческих операций, лингвистических и этнических стереотипов в отношении покупателей и продавцов, следовательно, различных контекстов социальных взаимоотношений, связанных с торговлей, приобретает особое антропологическое значение. Консервация всех перечисленных выше феноменов тем более значима и показательна, что уже со второй половины XX в. традиционные коммерческие практики, равно как и многие аспекты сельского мира, детерминировавшие спрос на определенные товары, претерпели сильную трансформацию.

Немалое число существовавших веками “горных” изделий из резного дерева, меди, текстиля и т.д., исчезнувших или почти исчезнувших из круга предлагаемых странствующими торговцами товаров, в наши дни получили новое “звучание”, в основном в сфере пляжного туризма или религиозных ярмарок и фестивалей. Предметы, больше не находящие применения в повседневной жизни, сегодня имеют чисто эстетическую ценность или служат своего рода “типичным” символом культурной идентичности. Появились и новые виды промышленно произведенных товаров. При этом абсолютную жизнеспособность сохраняет старая добрая мобильная торговля традиционными продовольственными товарами — кустарными хлебом, сладостями и сырами, мясными продуктами (дичью, окороками и т.д.), каштанами и фундуком, шерbetaми, разнообразными “плодами земли”, которые в новом сценарии жизни непосредственно апеллируют к идее культурной аутентичности гор, к истинной или предполагаемой экологической чистоте и натуральности (ПМА).

Что касается сегодняшних маршрутов этой торговли, то они в значительной степени следуют проложенным в прошлом коммерческим траекториям, в том числе в силу сохранения высокого уровня преемственности и наследования культурной информации в Сардинии. Неизменность векторов торговли связана также с консервацией не утративших силы прежних стереотипов и характери-

стик психологического и поведенческого облика жителей различных областей острова, особенно тяготеющего к традиционности мышления населения высокогорья. Согласно этим стереотипам, горцы отличаются максимальной честностью, не терпят обмана, более бдительны, вспыльчивы, а жители равнин миролюбивы, доверчивы и чаще оказываются жертвой надувательства.

Надо отметить, что мелкая мобильная торговля, появившаяся всего несколько веков назад, все еще остается превалирующей формой коммерции в центральных районах Сардинии. Однако при этом представители новых поколений кочующих торговцев определенно лишены того заряда сдержанности и осторожности, который вдохновлял их предшественников на бродячую жизнь, ускользающую от социального контроля и метафорически ассоциировавшую их с цыганами. В наши дни торгующий человек, оставаясь во многом объектом осуждения, в глазах социума постепенно начинает реабилитироваться, поскольку выступает в роли одновременно и рационализатора, способного делать что-то новое или то, что делалось раньше, но по-новому, и консерватора, защищающего традицию, что не может не импонировать тяготеющему к культурной статике населению (ПМА). Сегодня это малые и средние предприятия, часто семейные, производящие и продающие характерные “горные” продовольственные товары, пользующиеся спросом по всему острову и даже появляющиеся сегодня на итальянском и европейском рынках. Такие “торгующие лаборатории”, создаваемые на гребне экономической и потребительской моды на все аутентичное, остающиеся приверженцами традиции в том, что касается круга товаров и технологий их изготовления, вполне отвечают требованиям современности. С недавних пор эти своего рода малые центры, объединившие разрозненные прежде процессы производства и сбыта (в отличие от предшественников, работавших в отдельные сезоны на ограниченных территориях), включают в сферу своего влияния не только горные районы Сардинии, но и “заморские” регионы – пересекают море, чтобы круглогодично присутствовать на важных ярмарках полуострова (в Вероне, Кремоне, Перудже и т.д.), тем самым решая вечную сардинскую дилемму: море или горы.

Оставаясь малыми фигурами большой коммерции, современные торговцы уже зарекомендовали себя в Сардинии и за ее пределами в качестве нового социального субъекта, знающего, как лавировать между локальным и глобальным и умело сочетающего традиционное и новое; присущие им черты – повышенная креативность, обостренная интуиция, отчаянность и готовность пойти на риск – проявляются ярче, чем у их предшественников, в том числе благодаря расширению бизнеса и рынка. В антропологическом плане фигура торговца в современной Сардинии служит делу преодоления консерватизма и замкнутости сельской, противостоящей изменениям социальной среды и одновременно дает новый стимул грамотному сохранению и поддержанию жизнеспособности традиции, востребованной на острове, и тем самым вносит вклад в укрепление сардинской идентичности (Contarini et al. 2013: 27).

Примечания (Endnotes)

¹ В Сардинии, единственном, очевидно, из католических регионов мира, Пасха в эмическом видении населения обладает большей значимостью, нежели Рождество (возможно, такая традиция – наследие Византии, “из рук” которой остров принял крещение), в силу чего Рождество именуется Пасха (сард. *Pasca*), а собственно Пасха – Большая Пасха (сард. *Pasca magna*).

² Ботала, производимые исключительно в Тонаре, пользовались (и продолжают пользоваться) неизменным спросом из-за постоянного (вплоть до недавнего времени рекордного для Европы) пансардинского роста поголовья овец (*Idda* 1982: 43).

³ Не исключено, что слово происходит от этнонима “арбреш”, поскольку население Сардинии считало, что язык медников имеет албанское происхождение.

⁴ По одной версии, корень *rom* связывается сардинцами с гипотетическим цыганским происхождением медников, по другой – происходит от *rame* (с сард. “мед”).

⁵ Нередко мелкие торговцы обладали и производственными навыками.

⁶ Продавцы сит, и сегодня анонсирующие свое появление, как и прочие бродячие торговцы, своеобразным напевом, пользуются в Сардинии репутацией людей крайне странных, даже “сумасшедших” (сард. *taccu*), а их рекламная песня, по крайней мере в Барбадже, считается причиной потери рассудка детьми (ПМА 1).

⁷ В сельском мире Сардинии, особенно в горах, где до сих пор практикуются скотокрадство и кровная месть и во многом живы нормы обычного права, даже сегодня в лесах скрываются от сил охраны правопорядка *ilbanniu* (с сард. “бандиты”), подобно кавказским абрагам пользующиеся уважением и поддержкой населения (ПМА 1).

⁸ *Su prattu 'e case* появилось в обиходе богатых домов, по-видимому, в XVI в.

⁹ Экзоэтноним *maurellos* в устах жителей других областей острова часто саркастически трансформировался в *meureddos* – от *meura* (“черный дрозд”). *Meura* в эмической трактовке населения Сардинии – символ легковерия; это простофиля, дурачок.

¹⁰ Эти топонимы часто приживаются на новых землях и впоследствии принимаются местным населением.

Источники и материалы

ПМА – Полевые материалы автора. Опросы в Сардинии. 2019–2023 гг.

Научная литература

Amat di San Filippo P. Del commercio e della navigazione dell'isola di Sardegna nei secoli XIV e XV. Sala Bolognese: Forni, 1998.

Angioni G. Sa laurera. Il lavoro contadino in Sardegna. Sassari: Edes, 1976.

Angioni G. La cultura tradizionale // La Sardegna, Enciclopedia. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 5–39.

Angioni G. Il sapere della mano. Palermo: Sellerio, 1986.

Ascoli G.I. Studi critici. V.I. Milano: Editori del Politecnico, 1861.

Balandier G. Le società comunicanti. Introduzione all'antropologia dinamista. Roma: Laterza, 1973.

Bloch M. Lineamenti di una storia monetaria d'Europa. Torino: Einaudi, 1981.

Brigaglia M. La geografia della Sardegna: una chiave di lettura // La Sardegna. Enciclopedia. Vol. 1 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 1–4.

Caltagirone B. Animali perduti: abigeato e scambio sociale in Barbagia. Cagliari: CELT, 1989.

Contarini S., Marras M., Pias G. L'identità sarda del XXI secolo tra globale, locale e postcoloniale. Nuoro: Il Maestrale, 2013.

Contu E. I sardi sono diversi. Sassari: Carlo Delfino, 2014.

De Martino E. Il mondo magico. Torino: Boringhieri, 1973.

Dettori A. Il gergo di mestiere di Isili // Rivista italiana di dialettologia. Lingue dialetti società. 2014. Anno XXXVIII. P. 9–33.

Eliade M. Il sacro e il profano. Torino: Boringhieri, 1967.

Febvre L. La terre et l'évolution humaine: introduction géographique à l'histoire. Paris: A. Michel, 1970.

- Gallini C.* Dono e malocchio. Palermo: Flaccovio, 1973.
- Gallini C.* Il consumo del sacro. Feste lunghe di Sardegna. Nuoro: Illisso, 2003.
- Geremek B.* Gergo // *Enciclopedia Einaudi*. Vol. 6. Torino: Einaudi, 1979. P. 724–746.
- Idda L.* La pastorizia // *La Sardegna. Enciclopedia*. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 43–49.
- La Marmora A.* Itinerario dell'isola di Sardegna. Cagliari: Alagna, 1868.
- Lai F.* Il mutamento culturale. Strutture e pratiche sociali dell'antropologia contemporanea. Cagliari: CUEC, 1996.
- Le Goff J.* Tempo della chiesa e tempo del mercante. Torino: Einaudi, 1977.
- Mannia S.* In tràmuta. Antropologia del pastoralismo in Sardegna. Nuoro: Il Maestrale, 2014.
- Maxia A.* Dal villaggio alla selva. L'umanizzazione dello spazio in una comunità agro-silvo-pastorale della Barbagia. N. 1. Palermo: Tipolitografica Copygraphic, 2003.
- Paba G.* Guida di Aritzo e delle sue montagne. Cagliari: Alfa Editrice, 1997.
- Pira M.* Lingua e civiltà del popolo sardo // *La Sardegna. Enciclopedia*. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 40–119.
- Puddu G.* Il commercio marittimo del regno di Sardegna nel Settecento. Cagliari: CUEC, 2011.
- Remotti F.* L'essenzialità dello straniero // *Lo straniero* / a cura di M. Bettini. Roma: Laterza, 1992. P. 19–38.
- Rudas A.* L'interazione arcana. All'origine della creatività dei sardi // *L'ora dei sardi* / a cura di S. Cubbeddu. Cagliari: Fondazione Sardinia, 1999. P. 255–292.
- Scarduelli P.* Centri rituali // *Centri, ritualità, potere. Significati antropologici dello spazio* / a cura di F. Remotti, P. Scarduelli, U. Fabietti. Bologna: Il Mulino, 1989. P. 45–105.
- Seche G.* Un mare di mercanti. Il mediterraneo tra Sardegna e Corona d'Aragona nel tardo medioevo. Roma: Viella, 2020.

Research Article

Maxia, A. Trade as a Factor of Cultural Change: The Case of Sardinia [Torgovlia kak faktor kul'turnykh izmenenii: primer Sardinii]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

Armando Maxia | <http://orcid.org/0000-0002-2920-6921> | maxiaarmando@tiscali.it | Ethnographic Museum of Sardinian Mountain Culture (Parco Comunale Pastissu 08031 Aritzo, Nuoro, Italy)

Keywords

Sardinia, mountainous areas, closeness, trade, mobility, traders, perception stereotypes

Abstract

The article, based on field research materials, examines from the anthropological and historical standpoints the origins of trade in the inner mountainous regions of Sardinia, considering it as a factor in changing the worldview of the population of this closed pastoral area. I discuss the specifics of artisanal, domestic, and mainly small-scale commerce and its agents, as well as the range of goods, the attitudes of the locals towards the sellers, etc. I further analyze in comparative terms the aspects of the vision of space and movement in the eyes of the pastoral and peasant populations and the merchants. I argue

that the differences between the former and the latter in many ways influenced both the perception of commercial activities in the peasant milieu and the relationship between this milieu and the commercial strata. The research offers novel interpretations, since the issue of endogenous metamorphoses of traditional society, such as that of Sardinia in particular, has not been thoroughly studied up to date in the light of trade processes. Moreover, the research outcomes are relevant due to the fact that many aspects of commerce that had originated in ancient times can be still observed in the present-day trade relations of the region.

References

- Amat di San Filippo, P. 1998. *Del commercio e della navigazione dell'isola di Sardegna nei secoli XIV e XV* [Of Trade and Navigation of the Island of Sardinia over the Centuries 14 and 15]. Sala Bolognese: Forni.
- Angioni, G. 1976. *Sa laurera. Il lavoro contadino in Sardegna* [Sa Laurera: The Peasant Work in Sardinia]. Sassari: Edes.
- Angioni, G. 1982. La cultura tradizionale [The Traditional Culture]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 5–39. Cagliari: Della Torre.
- Angioni, G. 1986. *Il sapere della mano* [The Knowledge of the Hand]. Palermo: Sellerio.
- Ascoli, G.I. 1861. *Studi critici* [Critical Studies], I. Milano: Editori del Politecnico.
- Balandier, G. 1973. *Le società comunicanti. Introduzione all'antropologia dinamista* [The Communicating Companies: Introduction to Dynamic Anthropology]. Roma: Laterza.
- Bloch, M. 1981. *Lineamenti di una storia monetaria d'Europa* [Features of a Monetary History of Europe]. Torino: Einaudi.
- Brigaglia, M. 1982. La geografia della Sardegna: una chiave di lettura [The Geography of Sardinia: A Key to Reading]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 1: 1–4. Cagliari: Della Torre.
- Caltagirone, B. 1989. *Animali perduti: abigeato e scambio sociale in Barbagia* [Lost Animals: Abigeate and Social Exchange in Barbagia]. Cagliari: CELT.
- Contarini, S., M. Marras, and G. Pias. 2013. *L'identità sarda del XXI secolo tra globale, locale e postcoloniale* [The Sardinian Identity of the 19 Century among the Global, Local and Postcolonial]. Nuoro: Il Maestrale.
- Contu, E. 2014. *I sardi sono diversi* [Sardinians are Different]. Sassari: Carlo Delfino.
- De Martino, E. 1973. *Il mondo magico* [The Magic World]. Torino: Boringhieri.
- Dettori, A. 2014. Il gergo di mestiere di Isili [Isili's Trade Jargon]. *Rivista italiana di dialettologia. Lingue dialetti società* XXXVIII: 9–33.
- Eliade, M. 1967. *Il sacro e il profano* [The Sacred and the Profane]. Torino: Boringhieri.
- Febvre, L. 1970. *La terre et l'évolution humaine: introduction géographique à l'histoire* [The Earth and Human Evolution Geographical Introduction to History]. Paris: A. Michel.
- Gallini, C. 1973. *Dono e malocchio* [Gift and Evil Eye]. Palermo: Flaccovio.
- Gallini, C. 2003. *Il consumo del sacro. Feste lunghe di Sardegna* [The Consumption of the Sacred: Long Feasts of Sardinia]. Nuoro: Illisso.
- Geremek, B. 1979. Gergo [The Jargon]. In *Enciclopedia Einaudi* [Encyclopedia Einaudi], 6: 724–746. Torino: Einaudi.
- Idda, L. 1982. La pastorizia [Pastoralism]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 43–49. Cagliari: Della Torre.
- La Marmora, A. 1868. *Itinerario dell'isola di Sardegna* [Itinerary of the Island of Sardinia]. Cagliari: Alagna.

- Lai, F. 1996. *Il mutamento culturale. Strutture e pratiche sociali dell'antropologia contemporanea* [Cultural Change: Social Structures and Practices of Contemporary Anthropology]. Cagliari: CUEC.
- Le Goff, J. 1977. *Tempo della chiesa e tempo del mercante* [Time of the Church and Time of the Merchant]. Torino: Einaudi.
- Mannia, S. 2014. *In tràmuta. Antropologia del pastoralismo in Sardegna* [In Tramuta: Anthropology of Pastoralism in Sardinia]. Nuoro: Il Maestrale.
- Maxia, A. 2003. *Dal villaggio alla selva. L'umanizzazione dello spazio in una comunità agro-silvo-pastorale della Barbagia* [From the Village to the Forest: The Humanization of Space in an Agro-Forest-Pastoral Community of Barbagia], 1. Palermo: Tipolitografica Copygraphic.
- Paba, G. 1997. *Guida di Aritzo e delle sue montagne* [Guide of Aritzo and Its Mountains]. Cagliari: Alfa Editrice.
- Pira, M. 1982. Lingua e civiltà del popolo sardo [Language and Civilization of the Sardinian People]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 40–119. Cagliari: Della Torre.
- Puddu, G. 2011. *Il commercio marittimo del regno di Sardegna nel Settecento* [The Maritime Trade of the Kingdom of Sardinia in the Eighteenth Century]. Cagliari: CUEC.
- Remotti, F. 1992. L'essenzialità dello straniero [The Essentiality of the Foreigner]. In *Lo straniero* [The Stranger], edited by M. Bettini, 19–38. Roma: Laterza.
- Rudas, A. 1999. L'interazione arcana. All'origine della creatività dei sardi [The Arcan Interaction: At the Origin of the Sardinian Creativity]. In *L'ora dei sardi* [The Sardinian Hour], edited by S. Cubbeddu, 255–292. Cagliari: Fondazione Sardinia.
- Scarduelli, P. 1989. Centri rituali [The Ritual Centers]. In *Centri, ritualità, potere. Significati antropologici dello spazio* [Centers, Rituals, Power: Anthropological Meanings of Space], edited by F. Remotti, P. Scarduelli, and U. Fabietti, 45–105. Bologna: Il Mulino.
- Seche, G. 2020. *Un mare di mercanti. Il mediterraneo tra Sardegna e Corona d'Aragona nel tardo medioevo* [A Sea of Merchants: The Mediterranean between Sardinia and Crown of Aragon in the Late Middle Ages]. Roma: Viella.

ИСТОРИЧЕСКИЕ РЫНКИ КАК ОСОБЫЕ ПРОСТРАНСТВА ИТАЛИИ

О.Д. Фаис-Леутская

Оксана Давидовна Фаис-Леутская | <http://orcid.org/0000-0002-2757-2434> | oxana-fais@yandex.ru
| к.и.н., старший научный сотрудник центра европейских исследований | Институт этнологии
и антропологии РАН (Ленинский пр. 32а, Москва, 119991, Россия)

Ключевые слова

Италия, антропология торговли, Сицилия, исторические рынки, популярность, человеческий фактор

Аннотация

Автор в рамках проекта по антропологическому исследованию итальянской торговли рассматривает известный, но фактически малоизученный феномен – исторические рынки. Доживший до наших дней этот древний торговый институт не утратил витальности и пользуется необычайно высокой популярностью у населения. В статье делается попытка обратиться к тем сторонам бытия исторических рынков, которые не представляли еще объектом научного анализа (к гендерной, этнической и социальной их специфике, взаимоотношениям продавцов и покупателей), рассматриваются причины высокого рейтинга этих архаичных торговых структур. Кроме того, проверяется и успешно подтверждается гипотеза, согласно которой исторические рынки – это не просто локусы торговли, это особые социокультурные пространства, своего рода “места памяти”, что отличает их от рынков в обычном понимании. Учитывая слабую изученность данной темы в научном дискурсе, автор широко использует полевые материалы.

Информация о финансовой поддержке

Публикация осуществлена в соответствии с планом НИР ИЭА РАН

Торговля, несомненно, является одним из древнейших универсальных видов экономической деятельности человека, о чем свидетельствует и география ее распространения. Однако даже на фоне глобальной вовлеченности в торговлю всего населения земного шара некоторые точки мира уже много веков назад заявили о себе как об очагах повышенной коммерческой активности. К таким точкам, бесспорно, относится с глубокой древности отличающееся сугубой плотностью международных торговых контактов Средиземноморье, а в его системе координат особого внимания заслуживает Италия. В силу географического положения – стратегически важного пребывания почти в центре этого ареала, “открытости” многим морям и т.д., а также ввиду древних тради-

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Фаис-Леутская О.Д. Исторические рынки как особые пространства Италии // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 71–89. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030057> EDN: BRNYEZ
Fais-Leutskaia, O.D. 2024. Istoricheskie rynki kak osobye prostranstva Italii [Historical Markets as Special Spaces of Italy]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 71–89. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030057> EDN: BRNYEZ

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>
© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

ций коммерции Италия по праву считается “историческим символом и иконой европейской и мировой торговли” (*Pellegrini* 2001: 8).

Несмотря на это, итальянская торговля (как, впрочем, и европейская) крайне редко выступает объектом антропологического анализа. Не в последнюю очередь это связано с тем, что новое и перспективное исследовательское направление *антропология торговли* (см., напр.: *Brøgger* 2009: 318–333; *Lyon* 2021), развивающееся в русле *экономической антропологии*, пока крайне скупо разработано, при том что его основы были заложены еще классиками этнографии и социологии Б. Малиновским, М. Моссом, К. Поланьи. Именно лакуны в этой области во многом обуславливают интерес автора данной статьи к широкому кругу проблем “игр обмена” (если выражаться языком Ф. Броделя). Этот интерес подогревает и тот факт, что торговля, как и любой другой аспект социального бытия, служит символом и маркером происходящих в обществе процессов, «средством передачи и восприятия его смысла, культуры, “абстракции опыта”» (*Geertz* 1973: 89).

В 2023 г. стартовал первый в отечественной науке проект антропологического изучения европейской торговли, наше участие в котором было представлено анализом *saep* — популярных в Италии алиментарных фестивалей, специализирующихся на каком-то одном пищевом артефакте (*Фаус-Леутская* 2023: 144–164). Продолжая в рамках проекта исследование итальянских торговых реалий, мы хотели бы остановиться на таком институте, как *исторические рынки* (ит. *mercati storici*). Отметим: сегодня в Италии на гребне моды на все аутентичное и апробированное временем и традицией этим термином все чаще, особенно в СМИ, обозначают любые торговые инициативы, реализуемые с определенной периодичностью в течение достаточно долгого времени (так, напр., “историческим” часто именуют *Mercato di San Lorenzo* — уличный рынок кожаных изделий во Флоренции, существующий с начала 60-х годов XX в. [*Mercati tipici a Firenze s.d.*]). Однако, как уточняют ученые, термин корректно применять только в отношении специфических торговых институтов, встречающихся лишь в Сицилии (*Buttitta* 2007: 15). Речь идет об очень древних по происхождению городских уличных рынках, преимущественно пищевых, представляющих собой совокупность торговых кварталов в исторических центрах городов; полноценно функционируя, они и сегодня остаются в своих исконных границах. Такие рынки упоминали многие итальянские и европейские исследователи (напр.: *Buttitta* 1995: 2–10, 2007: 15–16; *Calabi* 1993: 145–146; *Hubert* 2006: 50), однако, по признанию ученых, это явление даже в Италии продолжает оставаться слабоизученным и ждет глубокого и разностороннего освещения (*Sottile* 2005: 93).

В 2013 г. в своей статье мы уже касались этого феномена, но наше внимание было сосредоточено на товарах и блюдах рыночной кухни (*Фаус* 2013). В настоящем же тексте делается попытка обрисовать, насколько позволяет материал, “человеческое лицо” этих архаичных торговых структур (продавцов, покупателей и проч.), а также проанализировать, пусть весьма бегло, причины необычайно высокой популярности этого института в социуме, — т.е. обратиться к тем сторонам бытия исторических рынков, которые не были прежде объектом исследования. Мы также стремимся проверить свою гипотезу, согласно которой эти конструкты являются чем-то большим, чем просто “местами торговли”, они фактически и в сознании населения представляют собой некие особые социокультурные пространства Сицилии, что отличает их от рынков в обычном по-

нимании. В силу обращения к сегодняшнему дню исторических рынков важную роль в настоящей работе играют наши полевые материалы¹, позволяющие рассмотреть интересующие нас вопросы в режиме реального времени.

Исторические рынки “живы” во многих городах Сицилии. К числу наиболее древних относятся: *Ballarò* (IX в.), *Capo* (IX в.), *La Kalsa* (X в.), *Vucciria* (XIII в.) в Палермо и *Fera o luni* (1493 г.) в Катании; рыбные рынки: *Antigo Mercado* в Марсале (1315 г.), *A pisciria* (1422 г.) в Ачиреале, *Pischiria* (XV в.) в Катании и *Pischiria* (XVII в.) в Шакке; зеленные рынки, например *Strat’a fogghia* (XVI в.) в Калтаниссете; фруктово-овощные — *Borgo Vecchio* (1556 г.) в Палермо; мясные — в Сант’Агата ди Милителло (1500 г.) и т.д. (*Sorgi* 2007: 60). Существуют и два непищевых исторических рынка, оба в Палермо — *Lattarini* (сегодня там торгуют подержанной одеждой), потомок средневекового рынка тканей, сформировавшегося в X в. в недрах арабского базара специй *Suk-el-Attarin* (*Schirò* s.d.), и *Mercato Sant’Agostino*, с XII в. специализирующийся на торговле дорогими тканями (*Stigliano* 2020).



Рис. 1. Прилавок торговца “морскими гадами” на историческом рынке. Катания. 2023 г. Фото автора

Именно возраст исторических рынков в первую очередь позволяет выделить их в особую категорию: настолько древние и при этом и поныне действующие коммерческие структуры имеют мало аналогов в Италии и Европе (единственное исключение — архаичные, но все же значительно более молодые рынки Испании, например *Mercado de la Calle Feria* в Севилье, *Mercado El Fontan* в Овьедо, *Mercado de la Cebada* в Мадриде и т.д., представляющие собой закрытые, компактные торговые пространства в стенах одного помещения).

Весьма специфичен и облик исторических рынков. В отличие от всех уличных рынков Италии и Европы, они не окружают торговую площадь, охватывая прилегающее к ней пространство (*Calabi* 1993: 145), а подобно восточным базарам, имеют линейную структуру — вытянуты в длину, в прошлом — от одной границы города до другой (*Soltanzadeh* 2004: 29). Кроме того, как и их восточные

аналоги (это убедительно доказывают примеры рынков [сук] “Эль Саида Зейнаб” в Каире, “Сук-аль-Аттарин” в Тунисе, базаров “Махани Иегуда” в Иерусалиме, “Меркато” в Аддис-Абебе, иранских рынков и т.д. [D’Angelo 2007: 127]), они, занимая значительную площадь в городских пространствах, представляют собой совокупность кварталов-базаров, каждый из которых имеет “узкую специализацию” (мясной квартал, рыбный, овощной и т.д.) и локализуется вокруг своего местного центра (площади, перекрестка, двора) (Soltanzadeh 2004: 29).



Рис. 2. Исторический рынок Балларо. Палермо. 2023 г. Фото автора

Ориентальные черты обнаруживают и механизм торговли, и широко применяемые вокальные практики: (*abbanniiate* (от сиц. *abbanniri* – “кричать”, “предлагать товар”) – “голосовая реклама”, хриплые и громкие речитативы торговцев (эти выкрики частично строятся на импровизациях, но преимущественно повторяют архаичные формулы), характерные для восточных базаров и не встречающиеся больше нигде в Италии (Bonanzinga 2007).

Исходя из возраста и облика исторических рынков, многие ученые считают их “наследием арабо-берберского господства” (D’Angelo 2007: 128) или “отголоском арабского культурного влияния” (Aime 2002: 9). Однако корректнее видеть в них прежде всего “живые памятники раннего Средневековья”, “ориентальность” которых обусловлена отнюдь не “только непосредственным присутствием арабов в Сицилии в IX–XIII вв.”, но и в значительно большей степени «давними контактами региона с Магрибом и различными территориями Востока и в целом “принадлежностью к единому полю средиземноморской культуры”»² (La Duca 1994: 71–72).

Исторические рынки обладают и особой социальной спецификой, что дает основание именовать их “городами в городах” (Ariolo 2005: 46), “тотальным со-

циальным фактом в жизни сицилийского общества” (*Sorgi* 2007: 61), вслед за М. Фуко считать их “гетеротопиями”, или “пространствами внутри пространства” (*Cusumano* 2012: 122; *Settineri* 2020: 7), а согласно концепциям Ж. Делёза и Ф.П. Гваттари, — и “ризомой” (*Settineri* 2020: 7). Эти сравнения, равно как и признание того, что исторические рынки, как “никакие другие рынки в Италии или Европе”, представляют собой “живущие по своим законам автономные социальные организмы” (*Ibid.*: 8), в основном не аргументированы: выделение рынков в особую категорию часто сделано “вслепую, интуитивно, без опоры на факты и проведенный анализ” (*Sottile* 2005: 93), а вопросы управления рынками, рыночного персонала и т.д. удивительным образом никогда не выступали объектом научного анализа и остаются крайне слабо изученными (*Sorgi* 2007: 62). Согласимся с мнением антрополога А. Кузумано, считающего, что подобное “отсутствие информации по поводу глубинных сторон существования *исторических рынков*” и даже “отсутствие интереса к этим вопросам, причем и в академических кругах” обусловлено вполне органичными для Сицилии историческими традициями отношений общества с его различными субъектами, построенных на принципах невмешательства первого в дела последних: социум следует “установленным самими рынками нормам уважения их автономности” (*Cusumano* 2012: 134–135). На сегодняшний день исторические рынки для окружающего, в том числе и научного мира во многом продолжают оставаться своего рода *terra incognita*: ученые ограничиваются лишь констатацией того факта, что не имеющая аналогов в Италии и Европе “человеческая специфика” рынков восходит к древности, а ее сохранение объясняется глубокой архаичностью Сицилии (*Sottile* 2005: 93).

В силу этого наши знания об акторах торговли на исторических рынках базируются преимущественно на интервью “рыночных”, что, однако, требует определенных оговорок. Так, при обнаруженной готовности торговцев к разговору — по мнению сицилийских исследователей, уже достаточно удивительной — степень их откровенности, о чем нас предупреждали коллеги-антропологи, сильно лимитирована; “рыночные” демонстрируют большую селективность в выборе тем беседы. Перед началом интервью оговаривалась табуированность ряда сюжетов, например проблем внутренней структуры рынков и механизма их управления, до сих пор остающихся белыми пятнами в науке не из-за криминального характера этих сторон рыночного существования, а в силу соблюдения вековых принципов их замалчивания (*Sorgi* 2015). Приходится констатировать, что о многих аспектах деятельности рынков мы можем рассуждать очень приблизительно; так, то, что на исторических рынках существует некий правящий “совет старейшин”, известно от представителей правоохранительных органов (ПМА 2), а не от “рыночных”.

Более всего в научной литературе освещена гендерная специфика этих архаичных торговых структур. Дело в том, что и сегодня исторические рынки представляют собой мужские миры: сильный пол составляет абсолютное большинство как продавцов, так и покупателей (ПМА 1). Торгующих женщин встретить сложно (редчайшее исключение, дань современности — единичные мигрантки на *Capo* и *Ballarò* в Палермо); пришедшие за продуктами покупательницы как феномен “родились” лишь очень недавно и на сегодняшний день остаются в радикальном меньшинстве. Подобная картина, при всей ее необычности для Италии и Европы, вполне органична для Сицилии — “маскулинного” (или фал-

лоцентричного, если выражаться языком философа Ж. Деррида [Derrida 2014: 291]), т.е. управляемого мужчинами общества, где и сегодня, согласно архаичным канонам, сильный пол составляет большинство покупателей, особенно в народных кварталах (Billitteri 2003: 163).

Сложно сказать, когда установились такие поведенческие принципы. Одни исследователи предполагают, что они бытуют с эпохи раннего Средневековья, т.е. со времен тотальной маргинализации женщин в социуме (La Duca 1994: 44). Другие напрямую увязывают их с периодом арабского завоевания и довлечением постулатов ислама (Giacomarra 2007: 78) — однако, как возражают оппоненты, на базарах в мусульманских регионах, например в Магрибе, женщины и в прошлом, и сегодня нередко вполне активно участвуют в торговле. Существует версия, что господство мужчин на рынках восходит к мужским союзам — древнейшему общественному институту, уходящему корнями в первобытнообщинный строй (Giallombardo 2003: 127); это косвенно подтверждает и факт существования в Сицилии древней уличной (мужской) кухни (Ibid.: 127–135). Тем не менее, каким бы ни было происхождение такой моногендерности, она, на наш взгляд, немало способствует цементированию архаичности исторических рынков.

Меньше известно о других сторонах акторов торговли. Суммируя разрозненные сведения, констатируем, что можно говорить о потомственных торговцах, “реликтах” древнего цеха (особого братства, касты, средневековой торговой конгрегации), сохраняющих и сегодня свои древние атрибуты: штандарты, символы и даже храмы³. Преемственность обеспечивается жесткой эндогамностью сообщества исторических рынков — элиты торгового мира в Сицилии. Отметим также, что торговцы каждого рынка имеют свой, складывавшийся десятилетиями и веками социолект, как правило, недоступный для прочих “людей торговли” (ПМА 1; Ariolo 2005: 51). Торговцы составляют некий закрытый круг, в который крайне сложно попасть человеку со стороны (ПМА 1), и это рождает проблему пополнения персонала исторических рынков⁴; к соискателям предъявляются жесткие требования. Во-первых, они должны быть из числа “своих”. Как рассказал университетский профессор биологии, решивший, подобно отцу и брату, стать продавцом рыбы на рынке *Vucceria* (Палермо), он был “допущен” лишь потому, что происходил из династии работавших на этом же рынке торговцев (ПМА 3). Рассматривается и происхождение претендента: согласно неписаному кодексу, на рынках должны преобладать “чистокровные сицилийцы” (ПМА 1). Однако, как показали расспросы, любопытна трактовка этой “чистоты”: приоритетным оказывается не “состав крови”, а культурно-психологическая принадлежность локальной почве, обусловленная органичной связью с местным контекстом. В силу этого запрещено привлекать, например, сицилийцев, родившихся или долго живших за рубежом, но дозволено допускать до работы любых “инородцев” (“даже евреев”, как уточняют респонденты), лишь бы они были местными уроженцами и разделяли ценности локальной культуры (ПМА 1).

Тем более удивительно то, что в последние десятилетия на гребне миграционного кризиса, с прибытием в Сицилию обширного потока “чужаков”, им, в основном африканцам и магрибинцам, на исторических рынках отводят место для торговли характерной для их диаспор пищей. “Рыночные” не комментировали факт такого допуска, только отмечали, что с мигрантов не взимается дань (ПМА 1).

Но сколь скудными ни были бы сведения об акторах торговли, даже они позволяют понять, что речь идет об очень архаичных, восходящих к эпохе Средневековья, законсервировавшихся сообществах, сохранивших во времени многие древние черты.

Исторические рынки примечательны не только своей “человеческой” спецификой, но и особой повышенной популярностью у населения, не имеющей ничего общего с рейтингом других локальных сбытовых структур или обычных рынков где-либо в Италии (*Pellegrini* 2001: 82–83). Так, по свидетельству 100% наших респондентов, представителей различных социальных слоев города и деревни, все они, независимо от посещения других торговых точек в основном рядом с домом, регулярно, несколько раз в неделю наведываются на исторические рынки. Многие при этом тратят значительное время и преодолевают большие расстояния, пересекая практически весь город либо совершая “паломничество” из деревень (ПМА 4). Такая необычно высокая частота визитов на рынки отмечена именно в Сицилии и не типична для всей остальной Италии (*Cirelli* 2019: 19). Это подтверждают и исследовавшие периодичность посещения различных сицилийских торговых точек социологи: они отмечают, что исторические рынки в регионе характеризуются “индексом повышенной частотности”⁵ (*Sorgi* 2015). При этом анализ состава посетителей показывает, что речь идет обо всех strata общества (включая высшие) и обо всех возрастных категориях (не только о людях старшего и среднего возраста, как в среднем по Италии, но и о молодежи, что само по себе “в масштабах страны уже является социологическим исключением” [*Sorgi* 2015]).

В первую очередь популярность исторических рынков обусловлена сугубо экономическим фактором: цены там всегда ниже, чем в остальных торговых точках региона. Такая ценовая политика продиктована давно выбранной стратегией: торговцы и поставщики отпускают товар по более низким (по сравнению с общегородскими) ценам, компенсируя это значительно большими объемами продаж (*Cirelli, Graziano* 2019: 99). Утром цены выше, но начиная с полудня (по мере увядания свежего товара — овощей, фруктов, зелени, а также рыбы и мяса, по архаичной традиции выкладываемых не в холодильниках, а на подложке изо льда), они снижаются⁶. Меняется и социальный состав посетителей: утром превалируют более состоятельные клиенты, те, кто может позволить себе купить продукты посвежее, к середине дня наблюдается максимальный приток стремящихся сэкономить малоимущих покупателей (бедняков, пенсионеров, выходцев из народных слоев) (*Cirelli* 2019: 20).

Исторические рынки в Сицилии предлагают не только самый дешевый, но и самый свежий товар. Это связано с системой организации их снабжения, опирающейся на типичную, сугубо “сицилийскую модель слаженных, отработанных десятилетиями, а иногда и веками устойчивых контактов между династиями торговцев и поставщиков, каждое поколение которых наследовало от предков уже сложившиеся рабочие взаимоотношения с определенным проверенным партнером” (*Giacomarra* 2007: 77).

Кроме этого, необычайная привлекательность исторических рынков для сицилийцев связана с тем, что в области — регионе абсолютного гастрономизма⁷ и абсолютной приверженности всех слоев населения *prodotto nostrano* (с ит. “нашему”, т.е. “местному продукту”) — именно они максимально отвечают запросам большинства. Следуя древним традициям, они свободны от ка-

ких-либо “чужих” (ПМА 4), импортированных (в том числе “континентальных” итальянских) товаров и предлагают не просто исключительно сицилийские, но, в отличие от других точек сбыта, именно локальные товары, произведенные в данном городе или провинции (*Bonanzinga* 2007: 85–88).

Отметим, что мало где в Италии или Европе отношения потребителей с местами сбыта выходят за рамки сугубой коммерции и приобретают характер культа, как это происходит с историческими рынками, которые в видении населения предстают чем-то значительно большим, нежели просто торговые точки. Это отмечают как исследователи (*Cirelli* 2019: 23–24; *Cirelli, Graziano* 2019: 91), так и наши респонденты (ПМА 4). Последние подчеркивают, что далеко не всегда визиты на рынок объективно мотивированы и продиктованы реальными нуждами (так, примерно 90% опрошенных указывали на некую искусственность ауто-стимуляции своих частых походов на исторические рынки, когда материальный повод визита придумывается и “подгоняется” под желание просто “посетить это место”), и утверждают, что исторические рынки воспринимаются ими как некое “особое пространство” (ПМА 4).

Перечисляя факторы, делающие это пространство притягательным, респонденты, например, указывают, что на рынках (как и на саграх), в отличие от любых других торговых площадок, до сих пор в ходу только “живые, а не виртуальные деньги”, “наличный расчет, а не кредитные карты”, что “передача денег из рук в руки” способствует “девиртуализации обстановки”, “сохранению человеческих, межличностных контактов”, поддержанию “человечного духа начинания” и “неформальной атмосферы”, помогает противостоять “современным обезличивающим тенденциям” (ПМА 4). Такие ответы вполне типичны: Сицилия не только не является итальянским “флагманом цифровых преобразований”, она больше, чем другие области страны, тяготеет к отторжению цифровизации во всех формах и проявлениях (*Cirelli* 2019: 16), оставаясь тем самым “благословенно-отсталой” (*Sorgi* 2015). Как подчеркивали опрошенные, исторические рынки – “апогей сицилийского неприятия расчеловечивания” (ПМА 4), обусловленного “переводом всех экономических и социальных процессов в цифровой формат”: они остаются “очагами противодействия процессам дегуманизации социального общения” (*Cirelli* 2019: 23). Хотя такие настроения разделяют все жители региона, гегемонию наличного расчета на рынках положительно оценивают (помимо торговцев) в первую очередь респонденты “из народа”, руководствующиеся «классовым, древним, крестьянским доверием к осязаемым, материальным деньгам (которые можно пощупать и спрятать) и непреодолимым недоверием к их “эрзацам” – ценным бумагам, чекам, пластиковым картам, не говоря уже о виртуальных расчетах» (*Billitteri* 2003: 107).

Таким образом, в представлении сицилийцев исторические рынки – это некий “островок (финансовой) свободы”, место, где можно на время отгородиться от неприятных и негативных реалий современности, забыть о них, почувствовать себя комфортно, а также – пусть и в латентной форме – отторгнуть то, что кажется нежелательным.

Не менее привлекательно и сохранение на исторических рынках столь ценного в Италии, особенно в южных ее регионах, “живого” и “прямого” межличностного контакта продавца и покупателя, не опосредованного банкоматом, кассой или присутствием кассира (*Pellegrini* 2001: 82). В процессе “игр обмена” население с радостью претворяет в жизнь ту традиционную, предпочитаемую

в Сицилии социальную модель деловых взаимоотношений, которую К. Гирц, исследуя базар в марокканском г. Сефру, назвал “клиентелизацией” (считая ее неотъемлемой частью торговых отношений, присущих крестьянской экономике восточных базаров). Она предполагает существование устойчивых, продолжительных отношений между одними и теми же покупателями и продавцами, оптимизирует торг, делая его продуктивным (стороны конкретизируют частные аспекты сделки, не отвлекаясь и не расходуя время и силы на “подходы” друг к другу), и превращает толпу в устойчивое сообщество хорошо знакомых партнеров (*Geertz* 1978: 30). Стоит отметить в этой связи, что на исторических рынках сегодняшние продавцы и покупатели – часто потомки многих поколений давних рыночных контрагентов и что клиентелизация скрепляет многовековые торговые взаимоотношения не отдельных индивидов, а целых кланов.

Эта модель отношений органична для сицилийцев, поскольку воплощает в себе традиционные для них основы мироздания. В социуме, где каждая уважающая себя семья и сегодня продолжает обращаться к услугам “своих” врача, нотариуса, адвоката, бакалейщика и т.д. и даже “своей”, “доверенной” проститутки, где основополагающим принципом ведения дел и существования в общественном пространстве по-прежнему остается поиск “нужного”, а точнее – “знакового” лица, в силу довлениия векового приоритета “живого” межличностного контакта над абстрактным официальным (*Billitteri* 2003: 104), клиентелизация подразумевает превращение любого незнакомого социального пространства, потенциально чуждого и враждебного, в “свое”, освоенное, контролируемое. Это освоение пространства представляет собой один из реликтовых архетипов средневекового мышления, столь сильных в консервативной Сицилии, и психологически импонирует посетителям исторических рынков (*Randazzo* 1985: 52).

Показательно, насколько по-разному трактуют понятие “свое пространство” представители различных страт общества, говоря о рынках. Респонденты из “народа” ощущают их “своими”, так как в лице и торговцев, и населения рыночных кварталов имеют дело с классово-близкой средой, в которой исповедуются близкие им морально-этические и культурные ценности (ПМА 4). Представители среднего и высшего классов, а также интеллигенция апеллируют к “культурному иммунитету” рынков, видя в них «сгустки “своей”», т.е. сицилийской традиционной, культуры, не деформированной итальянизацией либо американизацией, а также “арену архаичных культурных проявлений, где прошлое ощущается сильнее всего” (Там же). Распросы показывают, что под “своей культурой” понимается целый ряд сохраняющихся “привычных” и “типичных”, “связанных с прошлым” традиционных культурных составляющих (социовербальных, визуально-изобразительных, тактильных, поведенческих и т.д.), которые, по горькому признанию респондентов, постепенно размываются в современном социуме и уходят из “внерыночного” пространства (Там же).

В ходе опросов прозвучало лингвистическое обоснование привлекательности этих архаичных торговых структур для населения: все без исключения респонденты крайне высоко оценивают тот факт, что исторические рынки являются территорией абсолютного господства сицилийского языка, а это, по их мнению, позволяет ощутить “свою принадлежность к единому народу”, “противопоставить себя итальянцам и остальному миру” и т.д. (Там же). Монолингвизм исторических рынков отмечают и проводившие там полевые исследования ученые, подчеркивающие, что языковой фактор тесно связан с идентитарны-

ми настроениями, доминирующими сегодня в сицилийском социуме и достигающими своего апогея именно на рынках (*Sottile* 2005: 93). Лингвистическая монолитность рынков становится особенно ценной в условиях сегодняшнего ослабления позиций сицилийского идиома не только и не столько под давлением итальянского языка, сколько под натиском “современной унифицированной интернациональной массовой культуры, вербальной культуры глобализма и компьютерных технологий” (*Ibid.*: 95).

Обсуждая причины притягательности исторических рынков, респонденты (60% опрошенных) указали, что перспективы широкого социального общения в рыночном пространстве (“выход на люди”, “возможность пообщаться”, “погружение в живую человеческую атмосферу”) привлекают не меньше, чем “выгодная покупка” (ПМА 4). Эта склонность к общению, занимающая важное место в системе традиционных ценностей и поведенческих стереотипов всех итальянцев, по мнению ученых, обусловленная такими чертами национального характера, как “повышенная контактность и коммуникабельность, открытость, эмфатизированная склонность к коллективно переживаемым впечатлениям и опыту” (*Censis* 2013: 104), в Сицилии достигает своего апогея и порой кажется утрированной (*Bilitteri* 2003: 64). Отметим, что особенно сильно эта тяга к “существованию в толпе и растворению в ней”, как обозначили данную психологическую и поведенческую черту исследователи (*Pregnoiato Rotta-Loria* 1998: 104), проявляется сегодня после вынужденных ограничений общения в эпоху пандемии.

При этом понятие “общительность” порой своеобразно интерпретируется некоторыми респондентами: под ним подразумевается “телесная контактность” и “тактильность” (ПМА 4). Поясним: как показали проводившиеся в различных регионах Италии антропологические исследования локальных стереотипов проксемики, Сицилия обнаружила, в первую очередь в среде городских низов, явную склонность к “тесноте” и к повышенной физической контактности. Иными словами, тесное физическое соседство и пребывание в толпе не только не вызывает отторжения у сицилийцев, но и оказывается для них психологически комфортным (*Pregnoiato Rotta-Loria* 1998: 104). Это подтвердили и региональные исследования границ межличностных дистанций и степени допустимой физической контактности. Было выявлено, что на городских “народных площадках” (в кварталах обитания низших классов социума, на исторических рынках и т.д.) больше, чем в местах локализации других социальных слоев, население положительно оценивает резкое сокращение дистанции в межличностном общении и пребывание в окружении большого скопления людей, считая такие условия оптимальными для себя. Такой выбор исследователи трактуют как своеобразное атавистическое проявление инстинкта самосохранения, поскольку присутствие толпы и чувство локтя в прямом и переносном смысле дарует ощущение безопасности (*Ariolo* 2005: 54–56). Именно поэтому исторические рынки с их толчеей, в согласии с народными идеалами проксемики, особенно высоко оцениваются респондентами и оказываются своего рода местами повышенной комфортности (ПМА 4).

Такая группа респондентов, как представители интеллигенции и люди с высоким культурно-образовательным уровнем (34% опрошенных), перечисляя причины притягательности для них исторических рынков, к числу приоритетных относили и эстетическую привлекательность этих торговых институтов. Речь идет о яркости самой снеди, ее подсветке, о характерном, веками отрабо-

танном красочном оформлении товаров (напр., выложенную на лед рыбу традиционно украшают красными гвоздиками, мясо — белыми), о прилавках, каждый из которых представляет собой натюрморт, а в совокупности они создают неповторимый, порой варварский, но зрелищный и привлекательный хроматический ансамбль, а также о разноцветных тентах над ними (Там же).



Рис. 3. Прилавок с овощами. Исторический рынок Капо. Палермо. 2023 г. Фото автора

Отмечалась и некая нарочитая сценичность, задающая тон поведению продавцов и покупателей, вовлекаемых в действие и осознанно или бессознательно начинающих “подыгрывать” общему постановочному сценарию происходящего. По признанию респондентов, многих посетителей рынка манит возможность стать зрителем или активным участником “игр обмена” во всей их полноте (ПМА 4).

При том что всем рынкам присуща театральность⁸, именно на исторических рынках, как отмечают антропологи, она “проявляется с необычайной силой” (Buttitta 2007: 16). Это обусловлено тем, что повышенная вербальная и поведенческая экспрессивность сицилийцев, эмфатизированный характер присущих им эмоций и их аффектированного выражения, помноженные на балаганную природу рынков в целом и на “сохранившиеся в Сицилии и закрепленные в веках средневековые культурные традиции и каноны поведения”, а также на “законсервированные в культурной памяти населения архаичные сценарии народных шутовских представлений”, определяют атмосферу, царящую на исторических рынках с их диалогами, шутками, солеными репликами и т.д., и превращают «рыночных акторов торговли и сторонних участников в “актеров” и “со-участников” происходящего — этого *par excellence* карнавального действия» (Bonanzinga 2007: 100–102).

Как мы полагаем, существует еще одна, на наш взгляд, приоритетная, причина притягательности исторических рынков. Она связана с понятием бес-

сознательного, сенсорияльного оптимума — существующего у всех общностей набора факторов, который способен вызвать у индивидов положительные эмоции и ощущение полного физического, психологического и эмоционального благополучия, комфорта и принадлежности к чему-то “своему” (этот феномен детально исследовал антрополог Д. Ле Бретон). Основными детерминантами этого оптимума являются хроматико-визуальные, ольфакторные, акустические, гастические, тактильные факторы (увиденные краски, цвета; ощущаемые запахи; услышанный звук, мелодия, речь; почувствованный “на языке” вкус; физическое соприкосновение с другим человеком или предметом) (*Le Breton* 2006: 43–100, 223–350), которые могут дополняться социальными (лингвистико-акустическими или визуальными: характерные реплики, шумы; увиденные сценки, человеческие фигуры, пейзажи и т.д.) факторами (*Ariolo* 2005: 48–53; *Bonanzinga* 2007: 85–95). Переживания, обусловленные совокупностью этих факторов (или некоторыми из них), даруют человеку ощущение чего-то “родного” и “безопасного” и способствуют достижению состояния внутреннего покоя и комфорта.

Характерный звуковой фон, красочность выложенных на всеобщее обозрение товаров, острые запахи и живописная грязь исторических рынков (не случайно они зачастую именуются “грязными рынками” [сиц. *mircatu ri grascia*]), расположенных в наиболее древних городских районах, среди средневековых построек, а иногда и среди развалин⁹, ассоциируются не только у сицилийцев, но и у стороннего наблюдателя¹⁰ отнюдь не с жизнью европейского региона эпохи постмодерна, они коннотируют с реалиями других регионов и культур и других хронологических пластов, порой очень древних.



Рис. 4. Прилавок зеленщика. Исторический рынок Вуччерия. Палермо. 2022 г. Фото автора

Учитывая, что в Сицилии, регионе крайней консервативности, существует “культ былого” и что “сицилийцы весьма преданы ему — порой больше, чем настоящему и будущему” (*Billitteri* 2003: 189), а население массово обнаруживает ту “коллективную ностальгию по прошлому”, которая, согласно А. Аппадурай, есть фактор этнической/национальной консолидации общности (*Appadurai* 2001: 28), не удивительно, что именно на исторических рынках, этих пространствах “замершего времени”, “вневременных или, по крайней мере, далеких от сегодняшнего дня конструктах, перенесенных в условия современности” (*Barilaro* 2009: 11), благодаря концентрации привычных “элементов бытия” (красок, вкусов, запахов, фигур, звуков и т.д.) многие глубоко погружаются в былое, в воспоминания детства, в пространство, описанное еще родителями и дедами, в мир, который и сегодня остается неизменным, обнаруживающим иммунитет к современным метаморфозам и течению времени (ПМА 4). Можно с полным основанием считать, что исторические рынки в эмическом видении населения суть не только торговые площадки, но и “места памяти” (*Nora* 1984—1992) — т.е. точки, где память активизируется, где сосредоточена тоска по былому, где воссоздается прошлое и сконцентрировано сохраненное традиционное духовное и материальное начало (ПМА 4). Именно это делает столь популярными среди сицилийцев исторические рынки и принципиально отличает их от обычных рынков в Сицилии, в Италии или в других странах.

Подводя итог исследованию, отметим, что мир исторических рынков не следует идеализировать. За привлекательным для туристов и для многих сицилийцев фасадом традиций и архаичной самобытности часто скрывается не менее традиционное “пространство негативного своеобразия” (*Cusumano* 2012: 122). На территории этих торговых структур, например, регулярно нарушается закон, заключаются теневые сделки, процветают черная экономика, бытовая преступность и азартные игры, здесь скрываются от правоохранительных органов разыскиваемые, осуществляется наркотрафик, находят приют нелегальные мигранты и т.д. (*Cusumano* 2012: 132; *Settineri* 2020: 7—10). Как подчеркивают сами “рыночные” и подтверждают представители силовых структур, “рынки не синонимичны мафии” и не входят в число объектов ее контроля (ПМА 1, 2), однако они «представляют собой особенные территории с устоявшимися во времени альтернативными нормами права и принципами существования “по понятию”, далекими от общепринятых» (*Settineri* 2020: 7). При этом ситуации правонарушений на территории исторических рынков или разрешаются силами самих “рыночных” (так, у обворованных туристов велики шансы получить назад украденное), или — в случае серьезного деяния — виновные передаются в руки правоохранителей только после “предварительного дознания”, проведенного “внутри” рынков» (ПМА 1).

К сожалению, ни объем полевого материала, ни рамки статьи не позволяют во всей полноте раскрыть социокультурную модель исторических рынков. Однако очевидно, что для сицилийцев эти древние структуры являются особыми (не просто торговыми) пространствами, они представляют собой архаичные микро- и макрокосмы внутри сицилийского общества, по традиции сохраняющие свою автономию и культуру. По отношению к ним вполне применимы слова автора работ по символической антропологии, исследователя повседневности развитых обществ Запада М. Оже, утверждавшего, что “город (под которым понимается не только населенный пункт, но и любая значимая социальная структура в его составе. — О.Ф.-Л.) всегда имел хронологическое существование, часто выходящее за рамки пространственного и придающее ему выдающееся положение”, и что “это пространство

представляет собой реалию, иллюзию и аллюзию” (Augè 2007: 74, 76) — последнее, на наш взгляд, как нельзя более точно отражает суть исторических рынков.

Сегодня, в условиях пост- и неоглобализма, когда даже в таком консервативном регионе, как Сицилия, сдвинулись с мертвой точки и пришли в движение феномены, которым, казалось, суждено было оставаться неизменными на века, когда под давлением ЕС и под натиском приходящих извне инноваций стали исчезать многие традиционные культурные явления и виды хозяйственной деятельности, сохраняющие витальность исторические рынки остаются квинтэссенцией и одним из оплотов прошлого, занимающего важное место в системе мировидения сицилийцев. В отличие от большинства итальянских и европейских рынков, эти структуры объективно и субъективно являются не только локусами торговли, но и сконцентрированными сгустками “своей” культуры, очагами привычности, “местами памяти”, позволяющими окунуться в былое. Поэтому потребность сохранить эти институты испытывают и те, кто их “населяет”, и те, кто “припадает к ним” в поисках материальной, духовной, культурной традиции. Абсолютная востребованность этих архаичных торговых структур обуславливает их витальность. Значимость исторических рынков как олицетворения и средоточия “локального” и “архаичного” — для сицилийцев двух приоритетных категорий — еще больше возрастает в условиях современной переоценки ценностей, растущей преданности “своей” культуре и “сильнейшей интенсификации идентитарных настроений в регионе, заставляющих все чаще обращать пристальное внимание на органичные культурные местные институты и на сохранение их жизнеспособности” (Sorgi 2015).

Примечания

¹ Особую ценность представляют интервью рыночных торговцев (ПМА 1) — очень закрытого сообщества, а также представителей правоохранительных органов (ПМА 2).

² Уместно в этой связи вспомнить тот факт, что в Средние века понятие “Магриб” интерпретировалось не только как совокупность территорий Западной и Северной Африки, но включало и мусульманскую Испанию (Аль-Андалус), а также другие владения арабов в западной части Средиземноморья, в том числе и Сицилию, Сардинию, Балеарские острова.

³ Например, церковь Св. Козьмы и Дамиана на рынке *Capo* в Палермо.

⁴ Эта проблема актуализировалась сегодня, когда нарушается традиция и далеко не все сыновья торговцев готовы продолжать дело отцов, что ставит вопрос о “воспроизводстве” торгующей стороны.

⁵ Этот индекс частоты посещений стал еще выше в эпоху пандемии: в силу своей открытости исторические рынки оказались единственными торговыми структурами в Сицилии, которые власти сочли возможным не подвергать санкциям и ограничениям (это в итоге привело к тому, что приток на рынки людей невероятно увеличился) (Controlli anti Covid 2020).

⁶ Такая практика редко встречается где-либо еще в Италии: на рынках, не говоря уже о магазинах, цена товара остается неизменной, какими бы ни были время продажи, уровень сбыта и состояние товара (Pellegrini 2001: 92).

⁷ Традиции пищевого патриотизма очень сильны во всех регионах Италии, делая эту страну в масштабе Европы лидером защиты своей алиментарной самости; при этом они усиливаются по мере продвижения с Севера страны на Юг и достигают своего апогея в Сицилии (Cappati, Montanari 2000: 35).

⁸ Об этом писали и М.М. Бахтин, трактовавший торжища, праздники и площади как места средоточия смеховой культуры (Бахтин 1990: 9–10), и историки народного театра в Сицилии (см., напр.: De Felice 1956), и исследователи исторических рынков (см., напр.: Bonanzinga 2007: 85–118).

⁹ Напомним, что в 1943 г. союзники подвергли бомбардировкам многие населенные пункты Сицилии, в некоторых из них до сих пор сохраняются руины.

¹⁰ В последние десятилетия исторические рынки превратились в неперенный объект туристических паломничеств, куда гиды массово приводят гостей острова.

Источники и материалы

- ПМА 1 – Полевые материалы автора. Опросы в Сицилии (2012–2023 гг.). Опросная группа – 19 человек.
- ПМА 2 – Полевые материалы автора. Опросы в Сицилии (2023 г.). Опросная группа – 6 человек.
- ПМА 3 – Полевые материалы автора. Опросы в Сицилии (2023 г.). Информант Руджеро Мансуэто (Ruggero Mansueto). 1965 г. р.
- ПМА 4 – Полевые материалы автора. Опросы в Сицилии (2012–2024 гг.). Опросная группа – 156 человек.
- Billitteri* 2003 – *Billitteri D.* Homo Panormitanus. Cronaca di un'estinzione impossibile. Palermo: Sigma, 2003.
- Censis 2013 – Censis. I valori degli italiani. Venezia: Marsilio, 2013.
- Controlli anti Covid 2020 – Controlli anti Covid nei mercati storici, chiusi tre esercizi commerciali // *Cataniatoday*. 08.08.2020. <https://www.cataniatoday.it/cronaca/controlli-fiera-mercati-storici-coronavirus-comune-catania.html>
- De Felice* 1956 – *De Felice F.* Storia del teatro siciliano. Catania: Giannotta, 1956.
- Mercati tipici a Firenze s.d.– Mercati tipici a Firenze // *Aboutflorence.com*. <https://www.aboutflorence.com/firenze/mercati-tipici-a-Firenze.html> (дата обращения: 13.11.2023).
- Schirò* s.d.– *Schirò S.* I Lattarini, l'antico mercato arabo di Palermo // *Palermoviva.it*. <https://www.palermoviva.it/i-lattarini-lantico-mercato-arabo-di-palermo> (дата обращения: 13.11.2023).
- Stigliano* 2020 – *Stigliano M.-R.* Il Mercato di Sant'Agostino // *Ilcantooscuro*. 12.09.2020. <https://ilcantooscuro.wordpress.com/2020/09/12/il-mercato-di-santagostino>

Научная литература

- Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990.
- Фаис О.* “Исторические рынки” в Сицилии как форпосты сохранения традиционной культуры // Очерки о европейской идентичности и многокультурности / Отв. ред.-сост. М.Ю. Мартынова. М.: ИЭА РАН, 2013. Ч. 1. С. 171–258.
- Фаис-Леутская О.* Сагры в Италии: традиции, опыт, социальные аспекты // Вестник антропологии. 2023. № 3. С. 144–164.
- Aime M.* La casa di nessuno – I mercati in Africa occidentale. Torino: Bollati Boringhieri, 2002.
- Appadurai A.* Modernità in polvere. Sesto San Giovanni (MI): Meltemi, 2001.
- Ariolo L.* Il “linguaggio codificato”: suoni-odori-colori-tradizioni // *Calcara M.T. et al.* Il teatro dell'esistenza. Palermo e i suoi mercati. Palermo: Anteprema, 2005. P. 45–61.
- Augè M.* Tra i confini. Città, luoghi, interazioni. Milano: Mondadori, 2007.
- Barilaro C.* I luoghi della memoria e dell'identità culturale. Fiere, mercati e sagre dei Nebrodi // *Geotema*. 2009. N. 38. P. 11–17.
- Bonanzinga S.* Il mercato dell'abbondanza. Pratiche di ostensione nei mercati siciliani // Mercati storici siciliani / a cura di O. Sorgi. Palermo: Regione Siciliana, 2007. P. 85–118.

- Brøgger B.* Economic Anthropology, Trade and Innovation // *Social Anthropology*. 2009. Vol. 17 (3). P. 318–333.
- Buttitta A.* Elogio della cultura perduta // *Nuove Effemeridi*. 1995. N. 8 (32). P. 2–10.
- Buttitta A.* Elogio del mercato // *Mercati storici siciliani* / a cura di O. Sorgi. Palermo: Regione Siciliana, 2007. P. 15–16.
- Calabi D.* Il mercato e la città. Piazze, strade, architetture d'Europa in età moderna. Venezia: Marsilio, 1993.
- Cappati A., Montanari M.* La Cucina italiana. Storia di una cultura. Roma-Bari: Laterza, 2000.
- Cirelli C.* Commercio, consumo e città in Sicilia // *Le strade del commercio in Sicilia* / a cura di G. Cusimano. Milano: Franco Angeli, 2019. P. 15–27.
- Cirelli C., Graziano T.* Le vie del commercio a Catania. Rievocazioni storiche e configurazioni attuali // *Le strade del commercio in Sicilia* / a cura di G. Cusimano. Milano: Franco Angeli, 2019. P. 89–102.
- Cusumano A.* Culture alimentari e immigrazione in Sicilia. La piazza universale è a Ballarò // *Alimentazione, produzioni tradizionali e cultura del territorio* / a cura di S. Mannia. Palermo: Fondazione Ignazio Buttitta, 2012. P. 121–141.
- D'Angelo F.* I mercati di quartiere di Palermo // *Mercati storici siciliani* / a cura di O. Sorgi. Palermo: Regione Siciliana, 2007. P. 127–132.
- Derrida J.* Resistenze. Sul concetto di analisi. Napoli: Orthotes, 2014.
- Geertz C.* The Interpretation of the Cultures. N.Y.: Basic Books, 1973.
- Geertz C.* The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing // *American Economic Review*. 1978. Vol. 68. No. 2 (May). P. 28–32.
- Giacomarra M.* 2007. Il mercato: scambio di merci, scambio de messaggi // *Mercati storici siciliani* / a cura di O. Sorgi. Palermo: Regione Siciliana, 2007. P. 75–80.
- Giallombardo F.* La tavola, l'altare, la strada. Scenari del cibo in Sicilia. Palermo: Sellerio, 2003.
- Hubert H.* Alimentazione // *Dizionario di Antropologia ed Etnologia* / a cura di P. Bonate, M. Izard. Torino: Einaudi, 2006.
- La Duca R.* I mercati di Palermo. Palermo: Sellerio, 1994.
- Le Breton D.* La Saveur du monde. Une anthropologie des sens. Paris: Métailié, 2006.
- Lyon S.* Anthropological Perspectives on Fair Trade // *Oxford Research Encyclopedias. Anthropology*. 29.10.2021. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190854584.013.521>
- Nora P.* Les Lieux de Mémoire. 3 vols. Paris: Gallimard, 1984–1992.
- Pellegrini L.* Il commercio in Italia. Bologna: Il Mulino, 2001.
- Pregolato Rotta-Loria F.* Antropologia e prossemica. Udine: Campanotto, 1998.
- Randazzo S.B.* Sicilianità. Subcultura, tradizioni, ethos e comportamenti, tendenzialità. Palermo: EDI OFTES, 1985.
- Settineri D.* Migrations, Power and Urban Spaces in Sicily Though an Ethnografic Case Study // *Вестник антропологии*. 2020. № 4 (52). С. 7–19.
- Soltanzadeh H.* Iranian Markets. Tehran: Cultural Research Center, 2004.
- Sorgi O.* I mercati siciliani tra persistenza e cambiamento // *Mercati storici* / a cura di O. Sorgi. Palermo: Regione Siciliana, 2007. P. 59–84.
- Sorgi O.* I mercati di Palermo fra storia e attualità. Un fenomeno di lunga durata // *Dialoghi Mediterranei*. 2015. N. 12. <https://www.istitutoeuroarabo.it/DM/i-mercati-di-palermo-fra-storia-e-attualita-un-fenomeno-di-lunga-durata>
- Sottile R.* Il mercato in città: contesti comunicative-relazionali a Ballarò e al Capo di Palermo // *Dialecti in città* / a cura di G. Marcato. Padova: Unipress, 2005. P. 93–98.

Research Article

Fais-Leutskaia, O.D. Historical Markets as Special Spaces of Italy [Istoricheskie rynki kak osobye prostranstva Italii]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 71–89. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030057> EDN: BRNYEZ ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

Oxana Fais-Leutskaia | <http://orcid.org/0000-0002-2757-2434> | oxana-fais@yandex.ru | Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences (32-a Leninsky prospect, Moscow, 119991, Russia)

Keywords

Italy, anthropology of trade, Sicily, historical markets, popularity, human factor

Abstract

The article undertakes an anthropological examination of Italian historical markets which are well known but, surprisingly, have been little studied to date. This ancient trade institution has not just survived through the present day, but in fact it has not lost its vitality and still enjoys unusually high popularity among the locals. I attempt to address the aspects of its existence that had not previously been given enough research attention: the human components of markets, their gender, ethnic, and social composition, the relationships between sellers and buyers, as well as the reasons these rather archaic trading structures continue to enjoy high social ratings. I argue that these markets are more than just places of trade; they represent special social and cultural spaces in the context of communal life — certain places of memory — which distinguishes them from regular markets in the usual sense. In this study, I make extensive use of field materials, given the lack of scholarly publications on the subject.

References

- Aime, M. 2002. *La casa di nessuno — I mercati in Africa occidentale* [Nobody's House-Markets in West Africa]. Torino: Bollati Boringhieri.
- Appadurai, A. 2001. *Modernità in polvere* [Modernity in Powder]. Sesto San Giovanni (MI): Meltemi.
- Ariolo, L. 2005. Il “linguaggio codificato”: suoni-odori-colori-tradizioni [The “Coded Language”: Sounds-Smells-Colors-Traditions]. In *Il teatro dell'esistenza. Palermo e i suoi mercati* [The Theater of Existence: Palermo and Its Markets], by M.T. Calcara, et al., 45–61. Palermo: Antepima.
- Augè, M. 2007. *Tra i confini. Città, luoghi, interazioni* [Between Borders: Cities, Places, Interactions]. Milano: Mondadori.
- Bakhtin, M.M. 1990. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaia kul'tura srednevekov'ia i Renessansa* [The Oeuvre of Francois Rabelais and the Folk Culture of the Middle Ages and Renaissance]. Moscow: Khudozhestvennaia literatura.
- Barilaro, C. 2009. I luoghi della memoria e dell'identità culturale. Fiere, mercati e sagre dei Nebrodi [Places of Memory and Cultural Identity: Fairs, Markets and Sagre of Nebrodi]. *Geotema* 38: 11–17.
- Bonanzinga, S. 2007. Il mercato dell'abbondanza. Pratiche di ostensione nei mercati siciliani [The Market of Abundance: Practices of Display in Sicilian Markets]. In *Mercati storici siciliani* [Historic Sicilian Markets], edited by O. Sorgi, 85–118. Palermo: Regione Siciliana.
- Brøgger, B. 2009. Economic Anthropology, Trade and Innovation. *Social Anthropology* 17 (3): 318–333.

- Buttitta, A. 1995. Elogio della cultura perduta [Praise of Lost Culture]. *Nuove Effemeridi* 8 (32): 2–10.
- Buttitta, A. 2007. Elogio del mercato [Praise of the Market]. In *Mercati storici siciliani* [Historic Sicilian Markets], edited by O. Sorgi, 15–16. Palermo: Regione Siciliana.
- Calabi, D. *Il mercato e la città. Piazze, strade, architetture d'Europa in età moderna* [The Market and the City: Squares, Streets, Architecture of Europe in the Modern Age]. Venezia: Marsilio, 1993.
- Cappati, A., and M. Montanari. 2000. *La Cucina italiana. Storia di una cultura* [Italian Cuisine: History of a Culture]. Roma-Bari: Laterza.
- Cirelli, C. 2019. Commercio, consumo e città in Sicilia [Commerce, Consumption and Cities in Sicily]. In *Le strade del commercio in Sicilia* [The Roads of Commerce in Sicily], edited by G. Cusimano, 15–27. Milano: Franco Angeli.
- Cirelli, C., and T. Graziano. 2019. Le vie del commercio a Catania. Rievocazioni storiche e configurazioni attuali [The Ways of Commerce in Catania: Historical Reenactments and Current Configurations]. In *Le strade del commercio in Sicilia* [The Roads of Commerce in Sicily], edited by G. Cusimano, 89–102. Milano: Franco Angeli.
- Cusumano, A. 2012. Culture alimentari e immigrazione in Sicilia. La piazza universale è a Ballarò [Food Cultures and Immigration in Sicily: The Universal Square is in Ballarò]. In *Alimentazione, produzioni tradizionali e cultura del territorio* [Food, Traditional Products and Culture of the Territory], edited by S. Mannia, 121–141. Palermo: Fondazione Ignazio Buttitta.
- D'Angelo, F. 2007. I mercati di quartiere di Palermo [The Block Markets of Palermo]. In *Mercati storici siciliani* [Historic Sicilian Markets], edited by O. Sorgi, 127–132. Palermo: Regione Siciliana.
- Derrida, J. 2014. *Resistenze. Sul concetto di analisi* [Resistences: On the Concept of Analysis]. Napoli: Orthotes.
- Fais, O. 2013. “Istoricheskie rynki” v Sitsilii kak forposty sokhraneniia traditsionnoi kul'tury [“Historical Markets” in Sicily as Outposts for the Preservation of Traditional Culture]. In *Ocherki o evropeiskoi identichnosti i mnogokul'turnosti* [Essays on European Identity and Multiculturalism], edited by M.Y. Martynova, 1: 171–258. Moscow: IEA RAN.
- Fais-Leutskaia, O. 2023. Sagry v Italii: traditsii, opyt, sotsial'nye aspekty [The Sagras in Italy: Traditions, Experience, Social Aspects]. *Vestnik antropologii* 3: 144–164.
- Geertz, C. 1973. *The Interpretation of the Cultures*. New York: Basic Books.
- Geertz, C. 1978. The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review* 68 (2): 28–32.
- Giacomarra, M. 2007. Il mercato: scambio di merci, scambio de messaggi [The Market: Exchange of Goods, Exchange of Messages]. In *Mercati storici siciliani* [Historic Sicilian Markets], edited by O. Sorgi, 75–80. Palermo: Regione Siciliana.
- Giallombardo, F. 2003. *La tavola, l'altare, la strada. Scenari del cibo in Sicilia* [The Table, the Altar, the Road: Food Scenarios in Sicily]. Palermo: Sellerio.
- Hubert, H. 2006. Alimentazione [Feeding]. In *Dizionario di Antropologia ed Etnologia* [Dictionary of Anthropology and Ethnology], edited by P. Bonte and M. Izard. Torino: Einaudi.
- La Duca, R. 1994. *I mercati di Palermo* [The Markets of Palermo]. Palermo: Sellerio.
- Le Breton, D. 2006. *La Saveur du monde. Une anthropologie des sens* [Flavor of the World: An Anthropology of the Senses]. Paris: Métailié.

- Lyon, S. 2021. Anthropological Perspectives on Fair Trade. In *Oxford Research Encyclopedias. Anthropology*. 29.10.2021. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190854584.013.521>
- Nora, P. 1984–1992. *Les Lieux de Mémoire* [The Places of Memory]. 3 vols. Paris: Gallimard.
- Pellegrini, L. 2001. *Il commercio in Italia* [Trade in Italy]. Bologna: Il Mulino.
- Pregolato Rotta-Loria, F. 1998. *Antropologia e prossemica* [Anthropology and Proxemics]. Udine: Campanotto.
- Randazzo, S.B. 1985. *Sicilianità. Subcultura, tradizioni, ethos e comportamenti, tendenzialità* [Sicilianity: Subculture, Traditions, Ethos and Behaviors, Bias]. Palermo: EDI OFTES.
- Settineri, D. 2020. Migrations, Power and Urban Spaces in Sicily Though an Ethnographic Case Study. *Vestnik antropologii* 4: 7–19.
- Soltanzadeh, H. 2004. *Iranian Markets*. Tehran: Cultural Research Center.
- Sorgi, O. 2007. I mercati siciliani tra persistenza e cambiamento [The Sicilian Markets among Persistence and Change]. In *Mercati storici* [Historical Markets], edited by O. Sorgi, 59–84. Palermo: Regione Siciliana.
- Sorgi, O. 2015. I mercati di Palermo fra storia e attualità. Un fenomeno di lunga durata [The Markets of Palermo between History and Current Events: A Long-Lasting Phenomenon]. *Dialoghi Mediterranei* 12. <https://www.istitutoeuroarabo.it/DM/i-mercati-di-palermo-fra-storia-e-attualita-un-fenomeno-di-lunga-durata>
- Sottile, R. 2005. Il mercato in città: contesti comunicative-relazionali a Ballarò e al Capo di Palermo [The Market in the City: Communicative-Relational Contexts in Ballaro and Capo di Palermo]. In *Dialetti in città* [Dialects in the City], edited by G. Marcato, 93–98. Padova: Unipress.

“ДИСПЕРСНЫЙ” РЫНОК: ПРОДАЖА ОВОЩЕЙ В КВАРТАЛЕ ОВОЩЕВодов Бамберга

Ю.В. Бучатская

Юлия Валерьевна Бучатская | <https://orcid.org/0000-0001-9139-0179> | julia.butschatskaja@yahoo.de
| к.и.н., старший научный сотрудник | Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого
(Кунсткамера), РАН (Университетская наб. 3, Санкт-Петербург, 199034, Россия)

Ключевые слова

торговля, рынок, овощеводство, культура потребления, городская аутентичность

Аннотация

В статье на основе полевых наблюдений, бесед, персональных интернет-страниц и информационных изданий детально рассмотрена торговля бамбергскими овощами в традиционном овощеводческом квартале. Автор задается вопросами: почему, несмотря на логистические и транспортные неудобства, покупка овощей у производителя пользуется спросом и популярна в сегодняшней Германии? что могут противопоставить удобству супермаркета и что предложить искушенному жителю состоятельного немецкого города продавцы, сами вырастившие свою продукцию? Собранный полевой материал показывает, что продажа/приобретение овощей в лавках на “дисперсном” рынке занимает определенную нишу в культуре потребления горожан и реализует специфический, эмоционально нагруженный покупательский опыт, говорящий о превращении торговли в культурное событие (об *ивентизации* торговли). Этот иной опыт потребления конструируется целенаправленно как укорененный в традиции и отсылающий к некому идеализируемому прошлому и представлениям о родине, а также к концепту городской аутентичности.

Германия как часть Европы имеет почти тысячелетнюю историю ярмарочно-базарной торговли. Базары не только играли важную роль в развитии собственно торговли, культуры и практик потребления в Германии, но и стимулировали рост городов, вносили вклад в интеграционные процессы в Европе в Средние века.

Достаточно часто эти торговые структуры оказывались в фокусе исторических и этнологических исследований (см., напр.: *Kusch, Langsenkamp* 2014; *Denzel* 2016; *Pauly* 2007; *Bergner* 1993).

В прошлом рынки располагались в сердце немецкого города — перед ратушей (*ратхаус*), в центральных, самых доступных местах, чтобы легче было подвозить продукцию подводами. Об этом свидетельствуют названия почти всех централь-

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Бучатская Ю.В. “Дисперсный” рынок: продажа овощей в квартале овощеводов Бамберга // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 90–113. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030068> EDN BRKDLС

Butschatskaja, J.V. 2024. “Dispersnyi” rynek: prodazha ovoshchei v kvartale ovoshchevodov Bamberga [The “Dispersed” Market: Trading Vegetables in Bamberg’s Vegetable-Growing District]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 90–113. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030068> EDN BRKDLС

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

ных площадей в малых и средних городах Германии: *Marktplatz* — “рыночная площадь”. Слово *Markt* (с нем. “рынок”) — достаточно распространенная часть географических названий не только в Германии, но и в других странах Европы. Оно указывает на характер места в прошлом как торгового; в Средние века такой город получал “рыночное право”, которое позволяло ему устраивать регулярный рынок (*Mauerer* 1971).

До XIX в. еженедельные рынки в немецких землях выполняли важную функцию снабжения горожан продуктами питания: в средних и больших городах торговля овощами и фруктами велась почти исключительно на рынках (небольшая доля приходилась на частных торговцев с переносными лотками). В XIX в. по ряду причин начался упадок еженедельных рынков. Сказывался недостаток места в центральных районах городов: сотни скапливавшихся перед рынками подвод и повозок перекрывали дорогу и представляли существенную помеху растущим потокам транспорта (*Spiekermann* 1999: 201; *Stierand* 2007: 56). Сельское население до начала XX в. само обеспечивало себя овощами и фруктами, а рынки снабжали людей остальными товарами, в том числе непродовольственными.

В 1900-х годах магазин стал основной инновацией общества потребления, и еженедельный рынок превратился в сезонный. Магазины ежедневно предлагали широкий ассортимент товаров, в том числе консервированные продукты и продукты длительного хранения, подвергшиеся специальной обработке, рынки же торговали лишь сезонными овощами и фруктами. В городах рынки стали восприниматься как отсталое деревенское явление, не соответствовавшее духу начинающегося XX в. ни в техническом, ни в санитарном, ни в культурном отношении (*Spiekermann* 1999: 186, 190; *Stierand* 2008: 55; *Erlebach* 2019; *Kienitz* 2011: 44).

В первые десятилетия XX в. супермаркеты начинают вытеснять не только рынки, но и магазины розничной торговли. Сара Эрлебах, говоря об отличиях супермаркета от рынка, обращает внимание на такую, казалось бы, незаметную деталь, как назначение списка продуктов (нем. *Einkaufszettel*). Европейская культура повседневности и потребления сегодня такова, что в наши дни список необходим только для того, чтобы просто не забыть взять продукты с полки, поскольку возможность приобрести все необходимые товары в любое время в любой день — это норма. Часы работы, местоположение, доступ к парковке способствуют формированию практики неограниченного потребления — одной из характерных черт современной повседневности (*Erlebach* 2019).

В конце XX — начале XXI в. рынки в высокоразвитой индустриальной Германии перестали быть необходимым и неизбежным элементом повседневности горожан и сельских жителей. Согласно статистике Общества по исследованию потребления (нем. *Gesellschaft für Konsumforschung*) лишь 25% немцев утверждают, что посещают еженедельные рынки, а средняя частота походов на них — 12,7 раз в год, т.е. приблизительно раз в месяц, что не сравнится с частотой покупок в супермаркетах или дискаунтерах — почти каждый немец заходит туда чаще раза в неделю (*Oenning* 2015). За 2022 г., по данным Торговой ассоциации Германии (*Handelsverband Deutschland*), торговый оборот “традиционных” еженедельных рынков в стране снизился на 7% (*Schröder* 2023), их число сократилось до 3300, а общее количество базарных дней составило 250 тыс. при числе торговцев 50 тыс. (*Erfolgreiche Wochenmärkte* 2020). При этом нельзя забывать и о новых формах рыночной торговли, появившихся в послевоенной Германии: это так наз. этнические рынки, занявшие одну из экономических ниш гетеро-

генных в культурном отношении крупных городов Европы (см.: *Kaschuba* 2015), или постсоциалистические глобальные базары с участием транснационального капитала, как, например, вьетнамские базары в Восточном Берлине, которые исследовала Гертруд Хювельмайер (*Hüwelmeier* 2013).

Сегодня тенденция в Германии такова, что уменьшается количество семей (в том числе с детьми), в которых сохраняется домашнее приготовление пищи, включающее полный цикл обработки продуктов. Работающие и студенческие пары обедают вне дома – в столовых и кафетериях, а на завтрак и ужин предпочитают блюда, которые не нужно готовить и в которых не используются сырые продукты – как раз то, что продается на рынках (*Мартынова, Фаус-Леутская* 2020: 251–252). Поэтому успешность базаров в сегодняшней Германии зависит от многих факторов: от месторасположения, от структуры населения окружающих кварталов, от достатка людей, стиля их жизни и потребления, от транспортной доступности и наличия парковочных мест, от предлагаемого ассортимента. Маркетологи в Германии по заказу торговых палат федеральных земель проводят регулярные исследования рынков, отслеживая уровень заинтересованности покупателей в таких торговых структурах, а также покупательские тренды (*Hübsch* 2011).

Для самих торговцев работа на рынках по большей части невыгодна: ранний подъем, тяжелый ручной труд, который порой не окупается скромными доходами от продаж. Помимо этого, с каждым годом увеличивается бюрократическая нагрузка. Так, желающие продавать свои овощи и фрукты в типичных бумажных кульках должны подавать сведения об объемах закупленной бумаги и возмещать расходы на последующую переработку отходов, а процедура продажи востребованных биопродуктов усложняется написанием отчетов для контролирующих организаций и различными формальностями:

Если ты минимально обрабатываешь [удобрениями] свои овощи, нужно доказывать это, писать и заполнять формуляры, контролировать, и далее, когда мы свой товар поставляем, тогда его еще раз контролируют, прежде чем допустят к продаже. Берут пробы, даже во время продажи уже. Это не то, что я только стою за прилавком и продаю, это еще большая предварительная работа и последующая работа – за письменным столом (*Schröder* 2023).

Рынки в городах сворачиваются и закрываются из-за нерентабельности, людям удобнее и дешевле покупать в супермаркете. Тем не менее каждое подобное изменение в городском торговом ландшафте вызывает протесты у населения, пытающегося своими петициями сдержать этот неизбежный процесс и апеллирующего к концепту устойчивого развития и экологичности, который связывают с торговлей региональными биопродуктами на локальных городских рынках. Парадокс, однако, в том, что протестующие граждане не становятся более активными покупателями товаров на рынках (*Lasarzik* 2019), и этим архаичным структурам отводится некая другая роль в культуре потребления, нежели стандартное жизнеобеспечение.

Материал, на котором строится эта статья, был собран довольно давно в Бамберге, городке с населением в 70 тыс. человек на севере федеральной земли Бавария. Главным образом это наблюдения и спонтанные беседы, но есть и несколько интервью; я анализировала также публикации в локальной прессе и все доступные информационно-рекламные издания, посвященные продвижению местных рынков.

В 2008–2010 гг. я находилась в Бамберге и занималась полевыми исследованиями. В своем дневнике я фиксировала в том числе открытие в городе разных рынков/ярмарок. На центральной площади Маркусплац проводились Ярмарка интернациональных недель (где предлагались специфические продукты, вещи и блюда стран, которые представляют сегодняшние бамбержцы с миграционным прошлым) и Осенний базар с авторскими изделиями (одежда, кожгалантерея, цветочные композиции и ремесленные товары) и продуктами. Соседняя площадь Грюнер Маркт в течение лета и осени также была заполнена торговцами, предлагающими товары производителей из региона: свежие овощи, фрукты и цветы. В предрождественское время в локальной прессе стали появляться объявления и реклама сезонных предпраздничных мероприятий и главным образом рождественских рынков (в Бамберге было четыре довольно крупных, постоянно действующих рождественских базара, в дополнение к которым в округе функционировали маленькие однодневные базары). В преддверии важных праздников — двенадцатых, престольных дней и дней почитания святых — во многих городках и селах Франконии открывались воскресные базары, которые очень активно посещались. В течение года я проводила наблюдения на разных рынках, базарах и ярмарках в Бамберге, Хиршайде, Эрлангене, Петтштадте, Нюрнберге, Эберманштадте, Поппендорфе, Айхенбиркике, Цоггендорфе и других местечках. В 2011, 2012, 2019 гг. я возвращалась в Бамберг, посещала своих информантов, проводила наблюдения; в последующие годы ввиду недоступности поля обращалась к городским информационным интернет-ресурсам, сайтам практикующих успешных молодых овощеводов, отслеживала новости в локальных интернет-изданиях, радио- и телерепортажи местных СМИ, просматривала аккаунты бамбергских сообществ в соцсети *Facebook**.

На основе собранного материала я детально рассмотрю торговлю местными овощами в традиционном овощеводческом квартале Бамберга и постараюсь ответить на вопросы: почему, несмотря на логистические и транспортные неудобства, покупка овощей у производителя пользуется спросом и популярна в сегодняшней Германии? что могут противопоставить удобству супермаркета торговцы своими овощами? что они могут предложить искушенному жителю состоятельного немецкого города?

Рынки и торговля овощами в Бамберге

Рыночная торговля в Бамберге некогда была основой жизнеобеспечения города, об этом говорят названия площадей: Хольцмаркт (Holzmarkt), Хоймаркт (Neumarkt), Обстмаркт (Obstmarkt), Грюнер Маркт (Grüner Markt). Продажа овощей и фруктов здесь имеет уходящие в глубь веков корни и исторически всегда была важной статьёй городского бюджета. Это связано с феноменом ремесленного сословия городских овощеводов и с их особой профессиональной культурой, получившей в конце XX — начале XXI в. повышенную символическую ценность и превратившейся в значительный капитал Бамберга¹. Яркая и пестрая рыночная торговля овощами — это одна из визитных карточек города, который рекламирует локальную специфику “живых” традиций, гастрономической культуры и пресловутого “регионального производителя” в туристическом

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ с 22.03.2022

ландшафте Германии, усиливая тренд на региональность: “Бамберг — это город овощеводов и садовников, и поэтому у нас каждый день рыночный” (Der Bamberger Wochenmarkt 2022). Внешне все выглядит так, что возникает предположение: город с такими торговыми традициями должен демонстрировать торжество местного производителя на своих рынках.

С XIV в. бамбергские овощеводы (*гэртнеры*) выращивали для городского рынка овощи, причем разнообразие продукции было весьма большим, оно показывало искушенность горожан и их гастрономические предпочтения: много зелени, разные виды салатов, фасоли, корнеплодов, лука, лекарственных и пряных трав, капусты; ряд сортов был специфически локальным. Еще в начале XX в. ремесло гэртнеров успешно развивалось, их число достигало 450 человек, и рыночная торговля овощами, выращенными на городских огородах Бамберга, служила основой формирования продуктовой корзины горожан. Торговали овощами женщины — либо жены гэртнеров (нем. *Gärtnersfrauen*, диал. *a Gärtnera* — букв. “гэртнерша”), либо нанятые торговки (нем. *Marktfrauen*, диал. *Markthök'n*) — на городской площади Грюнер Маркт, где за каждой из них была закреплена торговая точка и куда они приезжали на телегах каждое утро со своим товаром, уложенным в широкие корзины *шенце* (см. Рис. 1). Эти женщины выглядели специфически, их сразу можно было выделить в толпе горожан. Сложившийся в старину образ гэртнерши поддерживается и сегодня благодаря растиражированным старым фото²: широкая полосатая юбка и фартук, белая рубаша и характерно повязанный на голову белый хлопчатобумажный платок со складкой спереди. Сегодня этот костюм музеефицирован, а у фонтана с питьевой водой на Грюнер Маркт установлена небольшая скульптура торговки в “рабочем костюме гэртнерши”. Именно Грюнер Маркт по сей день остается единственным местом, где организуются регулярные еженедельные рынки.



Рис. 1. Торговки овощами на рынке Грюнер Маркт в г. Бамберге. Открытка 1902 г.

В послевоенное время, в 1950–1960-е годы, и позднее – в так наз. годы экономического чуда торговля бамбергскими овощами на рынке Грюнер Маркт, а также в импровизированных торговых лавках во дворах гэртнеров занимала важную нишу торговой жизни города и была обычной повседневной практикой западногерманского общества в период восстановления экономики и городской инфраструктуры. Люди готовили дома, и в таких малых городах, как Бамберг, традиционные формы быта довольно долго не подвергались изменениям, а потому рыночные продукты, предназначенные для полного цикла обработки, продолжали пользоваться спросом. В эти десятилетия гэртнеры привлекали покупателей и рекламировали свой товар слоганом “Свежие овощи из Бамберга”. Слом в сложившихся торговых и производственных традициях города произошел к началу 1970-х годов.

В 1970 г. на долю рыночной продажи овощей гэртнерами – на городском рынке или в собственных дворах – приходилось лишь около 8%; стало очевидно, что старые формы торговли овощами и их производство более не рентабельны. Такое положение дел привело, во-первых, к значительному сокращению числа овощеводческих хозяйств, в том числе за счет перепрофилирования в цветоводческие, а во-вторых – к поиску новых форм сбыта продукции. К 1980-м годам основной объем продукции сбывался оптовым закупщикам в городе или продавцам иногородних оптовых рынков (*Becker et al.* 1986: 67).

К моменту моих полевых исследований 2008–2009 гг. количество семейных предприятий гэртнеров уменьшилось до 18, традиционный механизм поколенной преемственности и передачи знаний уже не работал, и во многих хозяйствах овощеводством продолжали заниматься только представители старшего поколения (1930–1940-х гг.). В 2010–2011 гг. в центре города сохранялась лишь одна торговая точка гэртнеров – это прилавок супругов Петера и Биргит Шумм на ул. Хауптвахштрассе (Hauptwachstraße), где по вторникам и пятницам они торговали свежей зеленью и овощами со своего огорода (см. Рис. 2). Все остальные многочисленные прилавки со свежими овощами, зеленью и фруктами на рыночной площади Грюнер Маркт, где некогда сидели *хумзеры*³ с корзинами, принадлежат крестьянам из деревень и городков округа Бамберг (деревни Хальштадт, Меммельсдор, Дёрфляйнс) или торговцам, вообще не связанным с сельским хозяйством, которые разбавляют региональный ассортимент импортными фруктами и овощами и часто – домашними яйцами производства местных фермеров.

Торговля бамбергскими овощами сосредоточена в настоящее время во дворах и на огородах гэртнеров в их историческом квартале – на улицах Миттельштрассе (Mittelstraße), Хайлигграбштрассе (Heiliggrabstraße), Зихенштрассе (Sichenstraße), Шпигельграбен (Spiegelgraben), Эгельзештрассе (Egelseestraße), Нюрнбергер штрассе (Nürnberger Straße) – или в новых районах на севере Бамберга, где в 1970–1980-е годы строили дома непосредственно вблизи своих полей те семьи, места для которых в старых овощеводческих кварталах не хватало. Плотность таких домашних лавок овощеводов и их сетевое расположение внутри “города гэртнеров”, как называется северная часть Бамберга, при отсутствии единого централизованного места продажи позволяет говорить о них как о своеобразном “дисперсном”⁴ овощном рынке, составляющем городскую специфику Бамберга.

В 2000-е годы развитие продажи овощей “со двора” подверглось дальнейшему давлению со стороны расширяющихся сетей супермаркетов, к которым присоеди-



Рис. 2. Прилавок П. и Б. Шумм. Бамберг, ул. Хауптвахштрассе. 2009 г. Фото автора

нились специализированные, оборудованные удобными парковками биомаркеты, предлагающие (как и гэртнеры) свежие, экологически чистые овощи, зелень и фрукты — все в одном месте. Но именно в эти годы проявили себя молодые потомственные гэртнеры с современным образованием и международным опытом, хозяйства которых оказались рентабельны. Кроме того, намечавшаяся в 2012 г. общеземельная аграрная выставка в Бамберге (нем. Landesgartenschau) для города с богатой историей аграрного производства стала своеобразным вызовом, стимулировавшим как ревизию сохранности самой традиции семейных овощеводческих предприятий, благодаря которым город был включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, так и поиски путей активизации этой традиции и интереса к ней. Как раз в ходе реализации проектов по оживлению овощеводческой культуры и подготовке к аграрной выставке пространство торговли во дворах квартала гэртнеров оформилось как специфический бамбергский “дисперсный” рынок.

Торговля бамбергскими овощами в контексте городских рынков и рекламы

Немецкие антропологи, исследовавшие феномен еженедельного рынка в эпоху сетевых супермаркетов, обратили внимание на характер и сферу продвижения крестьянских базаров: они предлагаются как своеобразный фольклорный аттракцион главным образом в туристическом сегменте экономики (*Erlebach* 2019: 5; *Kienitz* 2011). В современном городском индустриализированном обществе потребления все крестьянское (в том числе и рынки) априори воспринимается как традиционное и успешно продается приезжим. С антропологической точки зрения интересно, как это все инсценируется и как функционирует спектакль под названием “базар”. Романтические идилические картины, свя-

занные с крестьянским рынком, вызывают ощущение перемещения во времени: возвращения в более радостные времена, связанные с детством, а зачастую и с родиной – путешествие в “как тогда”. Это “как тогда” – некое неопределенное *раньше* – воспринимается как лучшее, чем *сейчас*, и идеализируется. Концепт родины в популярной культуре современной Германии является знаковым, вызывающим особые чувства (Bausinger 2008), он инструментализируется в коммерческих практиках: в поддержке локального производителя; в рекламных кампаниях региональной продукции, в соответствующих слоганах (зачастую адресуемых не только туристам, но и местным жителям). Торговля продуктами на еженедельных рынках встраивается именно в эти практики демонстрации и продвижения регионального, одновременно подаваемого и воспринимаемого как “экологически чистое”, с “контролируемым происхождением”, что отвечает двум трендам: моде на “био” и запросу на “родину”. Бамбергский материал отчасти подтверждает тезисы Сары Эрлебах и Сабине Киниц о базаре как спектакле, но демонстрирует специфические практики инсценировок традиционного, связанные с уникальностью истории городской торговли овощами.



Рис. 3. М. Гютляйн с покупательницей в своей лавке. Бамберг, ул. Эгельзештрассе. 2009 г. Фото автора

Торговля овощами “со двора” (нем. *ab Hof*) происходит в импровизированной лавке на придомовой территории. Так, у супругов Андреаса и Марии Гютляйн продукция выставлена в пластиковых ящиках, которые обычно используют для транспортировки, а иногда и вовсе не выложена. Продажей занимается Мария – в рабочей одежде и резиновых сапогах она периодически отправляется за овощами в теплицу или на огород и приносит клиенту только что срезанный кочан салата, охапку шпината или пучок зелени (см. Рис. 3).

Мария общается с покупателями, отвечает на их вопросы (“Это у меня не капуста, это у меня такой салат айсберг”), принимает заказы от клиентов на следующую неделю. Большие партии товара и крупные овощи (картофель в сетках или большие кочаны капусты) взвешивает на грузовых весах Андреас, тоже в резиновых сапогах и рабочей спецовке. Как позже комментировала эту ситуацию сама Мария, “быть садовником приятно — благодарность клиентов, похвала, радость, которую мы приносим своими свежими овощами клиентам, по-моему, это достойное вознаграждение за тяжелый труд” (ПМА 2009: M.G.). Гютляйны иногда даже приглашают покупателя в теплицу, чтобы он сам мог выбрать овощи. Вес товара и сумму оплаты Мария округляет в пользу клиента, а порой, что-то ласково приговаривая, вручает ему лишний кочан или пару корнеплодов. Когда я закончила интервью и уходила, Мария снабдила меня овощами (салатом, скорцонерой, морковью). Я спросила, сколько должна за них. Женщина ответила: “Ничего не должна, все в порядке. Дарим мы охотно” (АМАЭ 2008–2009: 123).

Общение Марии и покупателей походило на *small talk* знакомых, между расчетами и заказами спрашивающих о здоровье, интересующихся семейными новостями и обсуждающих события, для которых приобретаются овощи. Мария может не только рассказать о том или ином овоще, дать совет, как его готовить⁵, но и буквально впустить покупателя в “инсайдерское поле”, позволить ему поучаствовать в процессе торговли, предложив выбрать товар (дать увидеть и пощупать происхождение покупаемого овоща). При таком подходе клиент не просто покупает товар, выращенный продавцом, стороны вступают в личный контакт, выходящий за рамки собственно экономической транзакции. Получается, что коммуницируют “свой клиент” и “свой торговец”, устанавливается эмоционально позитивная связь, которая опосредует производство, покупку и потребление — в рекламе это называется “индивидуальным подходом”.

Киниц в своем исследовании, посвященном знаменитым рынкам Гамбурга, пишет об ощущении *истинной близости* (нем. *wahre Nähe*), которое обеспечивает и объясняет успех и символическую ценность рынков. Имеется в виду близость пространственная (к дому) и социальная (прямой контакт клиент—продавец/производитель) (Kienitz 2011). При этом восприятие социальной близости как ценности — достаточно новое явление, применительно к практикам рыночной торговли о нем можно говорить лишь с середины XX в. В конце XIX в. перенаселенность, кучность, теснота от сотен лотков и торговцев, от тысяч товаров, да еще и от перекупщиков, наоборот, вызывали отторжение у состоятельных горожан именно из-за нежелания вступать в прямой контакт с продавцами (Spieker-mann 1999: 190). То, что рекламные брошюры говорят сегодня об индивидуальном подходе и эксклюзивности покупки на рынке, веком ранее в полной мере относилось к магазинам. Карл Хентце в 1913 г. писал, что только там можно оказать покупателю максимум внимания и сформировать доверительные отношения между ним и продавцом (Hentze 1913: 49). “Близость” и “индивидуальное отношение” разыгрывались в защищенном пространстве и были предсказуемы.

Продукты собственного “штучного” производства априори воспринимаются как качественные и индивидуальные, с ними ассоциируют региональность, ремесленное искусство, личную связь и так наз. биографичность (“я знаю продавца/производителя”). Очевидно, что эти продукты сегодня не попадают на полки массовых магазинов и противопоставляются представленной там продукции, а ме-

стами реализации фермерской продукции остаются базары производителей (нем. *Erzeugermarkt*) или такой “дисперсный” рынок-квартал. Более того, представление, будто потребитель знает всю цепочку производства и потому доверяет качеству, некритически переносится на любые товары, продающиеся на еженедельных рынках в немецких городах, и привлекает покупателей, придерживающихся прежде всего здорового образа жизни. Доверие к качеству и происхождению овощей, как сообщали мои информанты, приводит к тому, что даже небольшие недостатки продукции вроде некалиброванности, червоточин, неровностей и пр. переопределяются как достоинства: они сигнализируют о естественности природной формы плода, о неиспользовании инсектицидов при выращивании и об отказе от так наз. косметики для придания товарного вида перед продажей. Семенной материал у гэртнеров свой, его до сих пор производят согласно профессиональным традициям, которых не коснулась геновая инженерия, и для требовательных и щепетильных потребителей это особенно важно. Получается, что социальная близость, вызывающая особые эмоции от процесса покупки (по большому счету рутинной практики), а также доверие к качеству и происхождению овощей оказываются теми ценностями, из-за которых люди согласны на значительно более высокую цену и большие затраты времени, на неудобные часы работы торговых точек и невыигрышные условия подъезда и парковки в старом квартале.

Лавочки гэртнеров не имеют броской рекламы, не занимают выгодного положения (например, на центральной рыночной площади), не являются ярким пятном в городском пространстве (и, соответственно, выпадают из картины и характеристики современного города общества потребления) и тем не менее находят своего регулярного покупателя. В распространении информации о торговле свежей продукцией в квартале овощеводов важную роль играют личные связи (знакомые и соседи гэртнеров), а также информационные издания и брошюры (результат вышеупомянутых проектов 2012 г.). Если рассматривать предлагаемые тексты сквозь призму концепции “рынка как близости”, можно увидеть, что через отбор и подачу информации, через используемую риторику читателя настраивают на восприятие предстоящей покупки как “опыта потребления с доверием”:

Садоводство Нойбауэр, Хайлиграбштрассе (Heiliggrabstraße) 32. Больше двухсот лет назад представители рода Нойбауэров поселились на этой улице. Многие годы сельское хозяйство было важной частью семейного предприятия, в частности выращивание овощей. Сегодня два поколения семьи работают бок о бок: дочь Юлия, которая выучилась на овощевода и сдала экзамен на мастера в 2010 г. и [ее родители] Хайнрих и Анна Нойбауэр выращивают свежие овощи в центре Бамберга. Их сын Георг тоже помогает в хозяйстве, он занимается упаковкой овощей. <...>

Садоводство Себастиана Нидермайера. Миттельштрассе (Mittelstraße) 42. Имя Нидермайеров говорит о более чем 400-летней традиции овощеводства в Бамберге. <...> Себастиан Нидермайер, как и его отец, воспитанный в семейных традициях и любви к земле, пошел по стопам предков и открыл свое дело после сдачи экзамена на звание мастера-садовода в 2011 г. Его страсть — экологически чистое овощеводство. Салаты разных цветов, редис, огурцы и целая палитра локальных сортов капусты, картофеля и то-

матов выращиваются на огороде в центре Миттельштрассе и на полях на севере Бамберга. Многие региональные сезонные овощи производятся из собственного семенного материала. <...>

Садоводство Шуммов. Уже в 19 веке прадед Петера Шумма выращивал овощи на своем огороде на улице Шпигельграбен в Бамберге. Поэтому и сегодня в ассортименте хозяйства Петера и Биргит Шумм есть и старые бамбергские сорта овощей, унаследованные через поколения и приумноженные (Bamberger Gärtnereien 2015).

Авторы брошюр не просто рекламируют свежесть и качество овощей на этом своеобразном “дисперсном” рынке. Они посвящают потенциального покупателя в историю семей и семейных хозяйств, буквально приглашают их в гости. Так создается эффект близкого знакомства с продавцом/производителем, его семьей и даже порой с целой династией. Концептуализированное Киниц понятие близости не просто условно обозначается с помощью такого “рекламного захода”, оно называется прямо, заранее обещая эксклюзивный опыт покупки эксклюзивного товара: “...близость, многообразие, профессионализм, опыт, свежесть”. Говоря о продуктах, “выращенных вручную согласно традициям садовников”, рекламные тексты отсылают и к ассоциациям с ремесленным искусством, которым некогда и была профессия гärtнера (до XIX в. бамбергские гärtнеры были объединены в ремесленный цех со всеми цеховыми традициями и знаковыми объектами) и которое сигнализирует об уникальности и напоминает о бодрийеровском определении “ремесленной вещи” — она обладает особым “обаянием сотворенности” объекта, так как в ней “запечатлен труд человека” (Бодрийяр 1995 [1968]: 64). Эти рассуждения восходят к теории праздного класса Торстейна Веблена, отмечавшего, что “следы ручного труда оказываются престижными, и товары, в которых такие следы налицо, становятся сортом выше, чем соответственный продукт машинного производства” (Веблен 1984: 177).

Более того, рекламные тексты о покупке в лавках гärtнеров “играют” с очень важными для городского брендинга элементами: “Наши огороды и традиции — это часть культурного наследия нашего родного города, и пока живы типичные бамбергские огороды, живо и наше наследие”; “Мы находимся в центре культурного наследия ЮНЕСКО” (Bamberger Gärtnereien 2015). Статус, полученный благодаря сохранению традиции городского овощеводства в старых кварталах, является существенным ресурсом для формирования туристической марки “Бамберг” и одновременно греет душу и накладывает обязательства на всех причастных к этому — и на гärtнеров, и на представителей городского маркетинга, и на управленцев (см.: Бучатская 2018).

Отвлечемся ненадолго от бамбергской торговли овощами. В 2000 г., будучи в Северной Германии в составе экспедиции МАЭ, мы с коллегами оказались в порту Гамбурга на известном рыбном базаре “Фишмаркт”, где с 6 часов утра велась бойкая торговля свежим уловом угрей, моллюсков, лосося, сельди, камбалы и прочих даров Северного моря. Колоритные продавцы в мокрых фартуках, картузах и перчатках, домохозяйки с корзинками, яркие картины рыночной торговли (связки угрей, а неподалеку прилавки с хризантемами и розами, местными и тропическими фруктами и овощами) — все это произвело на нас незабываемое впечатление, так как являло собой очень этнографичное зрелище,

обещающее богатый материал для описания традиционных практик торговли в центре современного европейского делового мегаполиса. Но прежде всего запомнилось (и было отмечено в полевых записях всех членов экспедиции) наше эмоциональное восприятие атмосферы, которую мы приняли за спонтанно сложившееся, естественное течение вещей. Помимо визуального образа рынка, поразил и звуковой ландшафт — крики и поведение аукционистов: “Продавцы рыбы — опытные торговцы. Они практически артисты. Каждый представляет за прилавком театр одного актера. У каждого свои шутки-прибаутки, свои способы заманить покупателя” (Мыльников и др. 2009: 378).

Спустя 11 лет после нашего посещения рынка в Гамбурге было опубликовано упомянутое выше исследование Киниц, посвященное Фишмаркту: было показано, из чего состоит этот рынок, как возникает “особая атмосфера”, на которую сразу среагировала и наша исследовательская группа в 2000 г. Киниц приходит к выводу, что “атмосферу” рынка целенаправленно “производят” с помощью определенных образных средств и самого торгового (городского) пространства (Kienitz 2011: 73).

Возвращаясь к практикам торговли овощами в Бамберге, я предлагаю проанализировать, какими средствами торговцы-овощеводы “производят” атмосферу и формируют впечатление “близости” и “эксклюзивности” в самом торговом пространстве, за пределами рекламных текстов.

Перформативные практики в торговле овощами

Во-первых, “близость” создается уже упомянутыми приемами коммуникации между торговцем-гэртнером и клиентом. Форма коммуникации типична для рынка (к примеру, в северном диалекте такая беседа называется *der Klönschnack* — “болтовня торговца с клиентом”), именно она прежде всего и создает его специфическую атмосферу. То, что в большинстве комментариев служит доказательством индивидуального подхода и близости, как оказалось, относится к профессиональным *know how* торговцев и вырабатывается на курсах повышения квалификации с видеотренингами по коммуникации и языку тела. При этом можно говорить о взаимном интересе представителей маркетинга и науки к производимым ими продуктам и, соответственно, об одном из примеров трансфера антропологического знания: брошюры, издаваемые для повышения эффективности торговли на крестьянских рынках, создаются с опорой на антропологические исследования этих рынков (Kaufkraftbindung... 2019: 23–24).

Гэртнеры в процессе коммуникации с покупателями используют свои техники и приемы создания атмосферы, их можно условно считать “играми профессионалов”, о которых писала Рейчел Шерман (Шерман 2008); и эти игры выстраиваются вокруг традиционного.

Лавка упомянутого выше потомственного гэртнера Себастиана Нидермайера, возродившего семейное овощеводство в 2012 г. после 15-летнего перерыва, располагается во дворе; прилавки под навесом повторяют облик рыночных лотков. Мать Себастиана, моя многолетняя информантка и друг Марлиз (Мари-Элизабет) попала в семью гэртнеров через брак с Михаэлем Нидермайером, по происхождению она не принадлежит овощеводческой династии, что существенно для групповой профессиональной идентичности. Однако Марлиз, помогавшая супругу в работе, освоила необходимые навыки и приня-

ла все важные традиции гэртнеров, в том числе участие в костюмированных инсценировках Союза овощеводов (нем. Untere und Obere Gärtnerverein), репрезентирующих г. Бамберг в европейском и немецком пространствах. Когда Себастиан открыл продажу своей фирменной продукции, Марлиз стала фактически продавцом в лавке сына — она обслуживает покупателей. Марлиз не просто спрашивает постоянных клиентов о семье и делах, но как жена гэрtnера, хозяйка и торговка сознательно конструирует образ “гэртнерши” телесно и вербально: принимает характерную позу (немного вызывающую — подбоченясь, слегка отклонившись назад и набок), громко и быстро произносит фразы, обращаясь к собеседнику на бамбергском говоре верхнефранконского диалекта, вставляет в речь колкие замечания и шутки. Эта манера общения — своего рода знак, который мгновенно прочитывают местные бамбержцы, а также коллеги по профессии, — отсылка к знаменитому персонажу городских легенд и профессионального фольклора гэрtnеров — Хумзере (см. Примеч. 3). Хумзера по роду деятельности была исключительно рыночной торговкой, продававшей чужой товар. Прославилась она вспыльчивым характером, острым языком и вульгарностью, особенно по отношению к капризным покупателям. Так, известный эпизод, о котором не раз упоминалось в различных источниках, по словам современников, произошел на овощном рынке Грюнер Маркт в центре Бамберга: придирчивый покупатель долго приценивался к овощам, выложенным расхваливавшими свой товар торговками; оскорбленная таким отношением Хумзера стала поносить мужчину последними словами и в довершение задрала юбку и показала ему свой зад (Rost 1909: 20; *Wußmann* 2002: 134). Особенностью франконской диалектной речи является сильная редукция предложений и слов, полный отказ от аналитических конструкций с конъюнктивом II, который в литературном языке служит маркером вежливого обращения. В сочетании с обилием хлестких фразеологизмов и приземленной образностью речь гэрtnера производила на “образованного” горожанина впечатление грубой, подчас насмешливо-язвительной, нарушающей все каноны уважительной коммуникации между незнакомыми людьми. Вербальное поведение гэрtnеров пережило трансформацию, подстроившись под правила рыночной экономики, ориентированной на потребителя, и сегодня вряд ли можно себе представить оскорбительные выпады торговца в ответ на чрезмерные претензии покупателя. Однако стигма особого речевого поведения довлеет над образом “типичного гэрtnера”, переместившись в практики инсценировок. Именно в торговой точке, где происходит пересечение профессионала и клиента, происходит сознательное обращение к, казалось бы, нелицеприятному персонажу. Подражая Хумзере, Марлиз Нидермайер во время общения с покупателями говорит на диалекте много, громко, эмоционально, быстро и хлестко, она шутит, болтает на общие темы, вспоминает приватные истории, связывающие ее и клиентов, спрашивает о домочадцах и передает приветы. Речь Марлиз-Хумзеры предполагает включение в диалог клиента и ответное парирование в том же стиле. Это делается и шутки ради в кругу друзей, когда происходит пикировка остротами, — так Марлиз разговаривает со мной после долгой разлуки. Целенаправленная имитация грубоватой речи гэрtnера есть элемент игры профессионала с клиентами, позволяющий последним почувствовать себя в традиционном пространстве, в окружении бамбергских гэрtnеров или — рискуя достроить картину — клиентом “той самой” Хумзеры. Получается, что

процесс торговли в лавке гэртнера есть многослойный культурный феномен: это акт обмена денег на товар и одновременно помещенный в специфическое, символически нагруженное профессиональное коммуникативный акт, звуковое сопровождение которого (речь) вызывает ассоциации и образы, с которыми в сегодняшнем контексте связывается морально безупречное потребление. Эти ассоциации и образы снова отсылают к чувствительному для немцев концепту родины.

Пространство торговли: овощи и не только

Мое внимание привлек и визуальный образ, создаваемый самим пространством лавок овощеводов, в которых происходит коммуникация производителя/торговца и покупателя.

В зависимости от типа дома и от расположения и планировки земельного надела гэртнера оформляется и место, в котором ведется торговля овощами и цветами. Характерные для садоводов и виноградарей отдельно стоящие строения не имеют внутреннего крытого двора-проезда, поэтому с размещением лавки гэртнеры импровизируют: она может быть в непосредственной близости от теплиц, сараев и хозяйственных построек или даже в самой теплице. Несмотря на довольно утилитарное устройство лавки, — весы, калькулятор, касса, доска-прейскурант, стол с канцелярией — каждый гэртнер подходит творчески к оформлению места торговли, используя атрибуты своей профессии и, очевидно, сигнализируя этим о ручном, ремесленном, традиционном характере производства товара: лейки, старые грабли, вилы и лопаты; традиционные корзины шенце, повешенные на стену; таблицы-календари посева и полива; а также букеты цветов, живописные фрагменты природных материалов. Прежде всего, можно говорить о специфическом экспонировании предлагаемых овощей, используемых материалов и объектов. Например, Мария Гютляйн уделяет особое внимание яркости прилавка, сочетая ящики с оранжевыми тыквами, красным редисом, зелеными салатами с темными пятнами невымытых корнеплодов; при этом, например, дайкон всегда моют перед продажей, и он добавляет к овощной палитре белый цвет. В лавке Гютляйнов не все овощи выставлены на прилавке, большинство салатов срезают прямо во время продажи с грядки. Среди демонстрируемого ассортимента всегда есть локальные сорта, они составляют визуальный центр экспозиции, хотя не отличаются “фотогеничностью”: бамбергский сорт длинного картофеля *Bamberger Hörnla*, остроконечная савойская капуста *Bamberger Mirsching*, бамбергский летний белый редис (*Raphanus raphanistrum* L. subsp. *sativus* L.), скорцонера (козелец, черный корень, зимняя спаржа, лат. *Scorzonera*), грушевидный сладкий лук. Акцент на этих овощах объясняется их специфичностью в европейском овощеводческом ландшафте и редкостью: в 2013 г. все бамбергские сорта овощей признаны исчезающими видами, они производятся только гэртнерами, поэтому предложение “эксклюзивной” локальной продукции используется как способ выделить свою лавку на фоне не только сетевых супермаркетов (с их усредненным ассортиментом), но и еженедельных рынков на центральных площадях Бамберга.

Большинство традиционных домов в овощеводческом квартале в районе улиц Миттельштрассе и Хайлигграбштрассе имеет совершенно особую планировку, внутри есть крытый двор (*Durchfahrt*), в который с улицы ведут широкие

ворота, подходящие для проезда крупной сельскохозяйственной техники. В таких домах торговые лавки располагаются именно во дворе, а их оформление — продукт фантазии гэртнера, отражающий то, как он представляет сам и как презентует клиентам фамильное предприятие. Пространство организуется таким образом, чтобы было удобно хозяину (и покупателям), исходя из его предпочтений размещаются необходимые и уместные предметы.

В крытом дворе Петера и Биргит Шумм на улице Шпигельграбен, например, выставлены пластиковые торговые ящики со свежими овощами, и никаких объектов, кроме деревянного распятия на чисто выбеленных стенах нет. Нахождение распятия в торговой лавке гэртнера — очень характерное явление, поскольку глубокая религиозность и приверженность строгому католическому обряду является важным элементом профессиональной идентичности гэртнера, которая в лавке демонстрируется наряду с сертификатами мастера и самой продукцией.

Во внутреннем дворе Георга Демута на Миттельштрассе тоже устроена импровизированная лавка, при этом само помещение двора не претерпело никаких изменений. Оно остается по совместительству гаражом, складом продукции и хозяйственным помещением, где среди прочего хранятся шланги, емкости для сбора и транспортировки урожая, ящики, рабочий инструмент, удобрения и проч. Ремонта в помещении также давно не было, что создает впечатление старого дома, где видны следы времени и реальной, а не инсценированной работы хозяина. Прилавки выставлены вдоль стен, и здесь обращают на себя внимание емкости, в которых выложены морковь, кольраби и те же локальные сорта грушевидного лука, редиса, картофеля, — это не современные удобные пластиковые ящики, а традиционные плетеные корзины шенце, которые сами по себе достаточно колоритны, но для людей, знакомых с бамбергским культурным наследием, это еще и “говорящие” объекты — они сигнализируют вовне о традиционности хозяйства, поскольку именно такими корзинами пользовались гэртнеры до распространения пластиковой тары (см. Рис. 4).

Помимо оформления прилавка и овощей, значимо и сопутствующее оформление самого торгового пространства. В лавке-дворе Элизабет Окс и ее сына Петера (Geisfelder Straße) ящики с овощами расположены в окружении фигур и декоративных деталей с особой для профессии символической нагрузкой, а также антикварных атрибутов, которые продолжают использовать: весы, корзины, тачки; рядом висят старые фотографии представителей овощеводческой династии Оксов (см.: АМАЭ 2008–2009: 109). У Георга Демута на стенах в поле зрения гостей и посетителей также висят в рамках старые групповые фотографии гэртнеров Бамберга, есть даже снимок процессии праздника Тела Христова — главного праздника овощеводов, датированный 1948 г., и гравюра с изображением эпизода из жизни овощеводов XIX в. “Бамбергские гэртнеры утром за погрузкой овощей для отправки на продажу в другие города” и др. (Там же: 176–177).

Если в успешной продаже продукции конечному потребителю большую роль играет коммуникативный фактор, помогающий выстраивать индивидуальные отношения с клиентом, о чем говорили и мои информанты-гэртнеры, то фотографии выступают одним из поводов вступить в беседу и одновременно помогают конструированию “той самой” традиционной среды в процессе коммуникации:



Рис. 4. Г. Демут продает грушевидный бамбергский лук. Бамберг, ул. Миттельштрассе. 2010 г.
Фото автора

Клиенты спрашивают часто, кто это и что это, и особенно про эту, 1948-го, где это и кто это, они хотят многое знать про гэртнеров, как было раньше и как есть сейчас, точно как ты сейчас. И фотографии неотделимы от этого. <...> Не все, конечно, смотрят и спрашивают про фотографии. Но есть некоторые, кто всматривается и говорит: “О Боже, когда же это было?” Да, да, это как бы среда, в которой они покупают, картинки создают рамку (ПМА 2009: G.D.).

Принимая во внимание постоянный информационный фон о гэртнерах как всемирном культурном наследии города, становится очевидно, что с помощью описанных выше подручных средств гэртнеры конструируют историческую обстановку и каждый раз актуализируют в восприятии клиентов свои связи с этим наследием (с традициями и легендарными представителями ремесла), погружая их тем самым в атмосферу традиционности и позволяя получить опыт городской аутентичности/аутентичного потребления.

Старшее поколение гэртнеров (к которому по большей части относятся мои информанты), не знакомое с концепциями городской аутентичности и аутентичного потребления, интуитивно прочитывает современные потребительские тенденции и общественные запросы. Об этом говорит тот факт, что еще в 1980—1990-е годы в их лавках не было инсценировок традиционности, потому что и сам процесс реализации продукции был иным. В то же время молодые гэртнеры, получившие высшее образование и опыт профессиональной социализации в 2010-е годы в других странах, освоившие учебные курсы по менеджменту и маркетингу, осведомлены о принципах и приемах успешной саморепрезента-

ции. Именно поэтому на интернет-странице овощеводческого предприятия Себастиана Нидермайера мы читаем о продолжении им 400-летней истории семейного овощеводства, о традиционных техниках выращивания старых локальных сортов (Sebastian Niedermaier 2023).

Торговля бамбергскими овощами как городская аутентичность.

Заключительные замечания

Я назвала свой текст “дисперсный рынок”, так как, несмотря на то что пространство в квартале овощеводов организовано иначе, чем на базаре или рынке (который предполагает публичность, открытость и коллективность присутствия), взаимодействие с покупателем, инсценирование своей достоверности как производителя, неуниверсальность (по сравнению с супермаркетом) и ограниченная доступность, подчеркивание качества товара и узкий ассортимент (овощи — главный товар еженедельных продуктовых рынков) делают это явление особой локальной разновидностью покупательских практик, очень родственной рынку. В то же время “дисперсный” рынок проявляет черты традиционных ремесленных лавок (производитель продает свой товар) и розничных узкоспециализированных магазинов (торговля происходит в закрытом защищенном пространстве, что исключает текучесть, свойственную рынку, и уязвимость клиентов). Получается, что торговля местными овощами в Бамберге унаследовала черты трех разных форм торговли, исторически присущих городу.

“Базарная” ипостась встраивается в современный тренд: еженедельные рынки в Германии — неотъемлемая часть высоко дифференцированной культуры потребления. Однако, оформленные и воспринимаемые как “крестьянские” базары, они позиционируются и как своеобразный фольклорный аттракцион. Поэтому, рассуждая о причинах живучести рынков, несмотря на их явный логистический проигрыш супермаркетам, нужно понимать, что лавки гэртнеров занимают совершенно определенную нишу в культуре потребления и торговли: они реализуют специфический, эмоционально нагруженный покупательский опыт. Поэтому справедливо говорить об ивентизации торговли — превращении ее в событие массовой культуры. Этот иной опыт потребления конструируется целенаправленно как укорененный в традиции и отсылающий к некому идеализируемому прошлому (собственной или вообще) родины, которая соотносится не с мегаполисом, а именно с сельской местностью или малыми городами. И эти ассоциации — тоже продукт, навязанный образами из рекламы, кулинарных и тревел-блогов и создающий дискурс, внутри которого живут, который воспринимают и транслируют и люди продающие, и люди покупающие, и люди продвигающие новые тренды. Нельзя обойти вниманием и социальный аспект: рынок служит узлом социальности, которая стала осознаваться как ценность в городских обществах после Второй мировой войны. Вместе с товаром у производителя приобретается общение, знание, близость и доверие и, на первый взгляд, это очень важно только для людей пожилого возраста, круг общения которых сокращается по естественным причинам.

Однако из моих разговоров с соседями-студентами, с молодыми семейными парами выяснилось, что поход на рынок для них — не частое и не рутинное, а желанное и в некоторые периоды года обязательное занятие, например перед Рождеством. Так, к молодому гэртнеру Себастиану Нидермайеру приходят его сверстни-

ки, друзья и бывшие одноклассники, чтобы приобрести свежие, специально для них подобранные овощи и заодно пообщаться. Себастиан разработал авторскую схему продвижения продукции: он предлагает абонемент из 14 сезонных овощных ящиков-ассорти, обещая 15 ящик бесплатно — таким образом он “привязывает” клиентов к своей торговой точке, делает их “постоянными”. Набор овощей в “ящике от Себастиана” каждый раз меняется, и это провоцирует неизбежное общение с производителем хотя бы для того, чтобы выяснить принцип формирования “набора на сегодня” и выслушать увлекательный и эмоциональный рассказ автора идеи. Зачастую ящики-ассорти дополняются записками с кулинарными рецептами — что и как можно приготовить из предложенных овощей, особенно если они локальные и не очень хорошо известны. В этом случае покупка и потребление рождает ощущение некой “эксклюзивности” и переопределяют экономический акт обмена в неповторимый индивидуальный опыт. В изменившихся условиях клиентоориентированной экономики XXI в. оказывается востребованным не только предложение качественной продукции и индивидуального сервиса, но и потребление (и производство) впечатлений, которые обещает, например, опыт покупки у “настоящей” гертнерши в инсценировке Марлиз Нидермайер или у настоящего гертнера, только что снявшего для вас свой урожай. Поэтому и рынок, и лавки овощеводов можно рассматривать как своего рода выставочное пространство специфической формы потребления или как театр (Гофман 2000), в котором с помощью определенных перформативных практик разыгрываются и проживаются представления, повествующие о традиционной (крестьянской, ремесленной) производящей культуре. И это возвращает нас к наблюдениям 2000 г. на гамбургском Фишмаркте, в атмосфере которого мы уловили театральное действо.

Целенаправленное инсценирование и игра вокруг традиционности не случайно возникли именно в последние десять лет и совпали с востребованностью покупки как особого проживаемого опыта. Бамбергский кейс торговли овощами хорошо встраивается в концепцию городской аутентичности, которую разрабатывала Шерон Зукин (Зукин 2019) и начало которой положила книга (1961 г.) нью-йоркской журналистки и активистки Джейн Джекобс, сформулировавшей принципы развития городских центров (идеал живого города) (Джекобс 2019). Глобальный тренд изменения пространств повсюду, захлестнувший буквально все города от Нью-Йорка до Москвы, был замечен и “усвоен” в том числе и поколением молодых гертнеров Бамберга.

По мере джентрификации городов образованные жители, накопившие разные виды капитала, все более высоко оценивают то, что они считают “аутентичной” жизнью. Маркерами такой жизни становятся, например, стареющие, утратившие свою прежнюю функцию здания, небольшие лавки, семейные магазины и этнические рестораны, в этом же ряду — крестьянские и фермерские рынки. Эти архаичные элементы, расположенные обычно в городских центрах, создают неповторимость места в противоположность стандартизированным окраинам и пригородам.

Так было не всегда. Когда торговля в лавках овощами и городское их производство были в зоне риска, а профессиональной традиции (и самой профессии) грозило вымирание, появилось такое явление, как *Jammergärtner* (с нем. “причитающие гертнеры”). “Причитающие” тоже владели лавками и довольно долго, еще в 2012 г. у них можно было купить овощи. Но при этом они уже не верили в будущее, в свою нужность и постоянно жаловались клиентам и мне как интер-

вьюеру о бесперспективности гэртнерского дела и скором его закате. К 2019 г. из 18 хозяйств и торговых точек, работавших в 2012 г., осталось девять. Сегодня это процветающие лавки, их успех — результат серьезных организационных усилий разных акторов, накопивших разные виды капитала. В 2009 г. мне довелось наблюдать, как начиналась подготовка к общеземельной аграрной выставке Landesgartenschau-2012, как запускались разные проекты и инициативы, привлекавшие традиционных овощеводов к процессу организации этого события, дающего шанс на новое начало старого бизнеса. Приведенные выше цитаты из рекламных брошюр 2019 г. — это, по сути, достижения, сопровождавшие ярмарку 2012 г.: был преобразован торговый ландшафт квартала гэртнеров, появились новые лица, которых “причитающие” старшие коллеги воспринимали со скепсисом. Молодые гэртнеры вместе с медиа создают дискурс квартала гэртнеров, — в терминах Зукин — “соединяя в своей риторике новое начало с корнями” (Зукин 2019: 338). Квартал огородов и лавок овощеводов хорошо вписывается в применимое и к городскому району понятие терруара, которое Зукин берет за основу городской аутентичности, перенося его из виноделия и прочих сфер производства продуктов на город⁶. При этом в созданных государственными и земельными властями условиях востребованная аутентичность корней, формируемая уже самим материальным пространством этой части города и фактом проживания в нем, дополняется старыми и новыми приемами и практиками гэртнеров (как по выращиванию овощей, так и по их продаже), способствуя их инструментализации, превращению в экономический капитал (лично для гэртнера и в целом для города) в процессе торговли овощами.

Примечания

¹ Сохранившаяся средневековая городская планировка с огородами на правом берегу Майнско-Дунайского канала убедила комиссию ЮНЕСКО в 1993 г. в необходимости признать г. Бамберг объектом всемирного наследия. Использование земель в черте города овощеводами по прямому назначению, начавшееся в XIV в., продолжается и сегодня. В 2014 г. весь район, включая постройки, огороды, живущих и работающих там людей, культурные традиции, религиозные обряды и обычаи, костюм и язык овощеводов, получил собирательное наименование “Внутригородское коммерческое садоводство Бамберга” (нем. “innerstädtische Erwerbsgartenbau in Bamberg”) и вошел в Баварский земельный список нематериального культурного наследия, а в 2016 г. — в федеральный перечень нематериального культурного наследия Германии (Urbaner Gartenbau 2017).

² Старые фотографии служат основой и для почтовых открыток, и для реконструкции культурных событий города.

³ От “Хумзера”. Хумзера — реально существовавшая женщина, жена бамбергского гэртнера Зеемюллера с улицы Хайлигтрайтштрассе 64, по прозвищу Humser.

⁴ “Дисперсный” рынок — рассеянный, раздробленный; лавки гэртнеров “рассеяны” по овощеводческому кварталу Бамберга.

⁵ Как в случае с неизвестной мне скорцонерой: «Это корень, знаете? Это вроде спаржи, зимняя спаржа, такая простая “крестьянская” спаржа. Почистить от кожи, руки будут сразу красные, потом отварить с небольшим количеством уксуса, иначе она покраснеет, и подавать со сливочным маслом или голландским соусом, ну как спаржу» (ПМА 2009: M.G.).

⁶ См., например, рассуждения Зукин об аутентичности корней через связь садовода с землей, в буквальном и метафорическом смысле *укорененного* на земле, которые без изменений можно отнести и к бамбергским гэртнерам: “В ходе процесса приспособления земледельца к климатическим и почвенным условиям своего региона, выстраивания связей и отношений с рынками, торговыми площадками, путями сбыта и государственными системами, отождествление с землей становится таким явным, что производит впечатление буквально стихийной силы” (Зукин 2019: 23).

Источники и материалы

- АМАЭ 2008–2009 – Архив Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН. Бучатская Ю.В. Традиционная сельская и городская праздничная обрядность, бытовая культура и производственно-ремесленный цикл в некоторых регионах Южной Германии. Полевой дневник. 2008–2009 гг. Принтерный вывод. К. 1. Оп. 2. № 1898.
- ПМА 2009 – Полевые материалы автора. Германия (г. Бамберг), 2008–2010 гг. Записи интервью. Информанты: А. и М. Гютляйн (09.03.2009); С. Нидермайер (20.07.2009); М. и М. Нидермайер (09.01.2009, 10.06.2009, 26.07.2009, 18.02.2009); Г. Демут (11.08.2009).
- Bamberger Gärtnereien 2015 – Bamberger Gärtnereien. Einkaufserlebnisse im grünen Herzen Bambergs. 2015. www.gaertnerstadt-bamberg.de. file:///C:/Users/user/Downloads/einkaufsfuehrer-gaertnereien.pdf
- Der Bamberger Wochenmarkt 2022 – Der Bamberger Wochenmarkt // Tasty Bamberg. Kulinarische Entdeckungen. 26.06.2022. <https://tasty-bamberg.de/der-bamberger-wochenmarkt>
- Erfolgreiche Wochenmärkte 2020 – Erfolgreiche Wochenmärkte // Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken. 2020. <https://www.ihk-nuernberg.de/de/Geschaeftsbereiche/Standortpolitik-und-Unternehmensfoerderung/standort-statistik/handel-dienstleistung/hinweise-rechtliche-vorgaben-dokumentation/erfolgreiche-wochenmaerkte>
- Kaufkraftbindung... 2019 – Kaufkraftbindung durch “Lokale Märkte”. Strategie Lokale Märkte – Wissenstransfer – Implementierung Marketingkonzept. Verein “Regionale Kostbarkeiten”, 2019. <https://www.24cities.eu/wp-content/uploads/2022/06/t241-strategiepapier-bauernmaerkte-2019.pdf>
- Lasarzik 2019 – Lasarzik A. “Wir Marktleute sind eine aussterbende Spezies”. Welt online. 23.10.2019. <https://www.zeit.de/hamburg/2019-10/hamburger-wochenmaerkte-mitte-aus-markttage>
- Oenning 2015 – Oenning L. Das Geschäft mit den Wochenmärkten // Wirtschaftswoche. 18.10.2015. <https://amp2.wiwo.de/unternehmen/handel/trend-regionalitaet-das-geschaeft-mit-den-wochenmaerkten/12347718.html>
- Schröder 2023 – Schröder A. Wochenmärkte unter Druck: weniger Umsatz, mehr Papierkram // Deutschlandfunk Kultur. 24.09.2023. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/wochenmaerkte-unter-druck-weniger-umsatz-mehr-papierkram-dlf-kultur-23057b2a-100.html>
- Sebastian Niedermaier 2023 – Sebastian Niedermaier. Hier wächst mein Gemüse / Herzlich Willkommen bei der Bioland Gärtnerei Sebastian Niedermaier? // Über uns. <http://sebastian-niedermaier.de> (дата обращения: 19.11.2023).
- Urbaner Gartenbau 2017 – Urbaner Gartenbau. Bambergsmaterielle Kulturerbe // Zentrum Welterbe Bamberg. 2017. <https://welterbe.bamberg.de/de/projekte/urbaner-gartenbau>

Научная литература

- Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995 [1968].
- Бучатская Ю.В. “Город мечты”: культура и атмосфера как ресурсы формирования имиджа городов (на примере южнонемецкого города Бамберг) // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. № 21 (4). С. 130–153.

- Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000.
- Джекобс Д. Смерть и жизнь больших американских городов. М.: Новое изд-во, 2019.
- Зукин Ш. Обнаженный город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств / Пер. с англ. А. Лазарев, Н. Эдельман. М.: Изд-во Института Гайдара, 2019.
- Мартынова М.Ю., Фаис-Леутская О.Д. (отв. ред.) Вкус Европы: антропологическое исследование питания. М.: Кучково поле, 2020.
- Мыльников А.С., Иванова-Бучатская Ю.В., Новик А.А. В лесах Северной Германии: по следам исчезнувших славян. Т. 1. СПб.: Наука, 2009.
- Шерман Р. Игры в отелях класса люкс: автономия, идентичность, согласие // Этнографическое обозрение. 2008. № 5. С. 3–17.
- Bausinger H. Heimat in einer offenen Gesellschaft. Begriffsgeschichte als Problemgeschichte // Empirische Kulturwissenschaft. Eine Tübinger Enzyklopädie / Hg. R. Johler, B. Tschöfen. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde e.V., 2008. S. 351–366.
- Becker H. et al. Gemüse aus Bamberg. Zur aktuellen wirtschaftlichen Bedeutung der Bamberger Gärtnerei // “Denn was a rechta Gärtinä is...” Festschrift zum 125jährigen Vereinsjubiläum des Oberen Gärtnervereins Bamberg 1863–1988. Bamberg: Oberer Gärtnerverein Bamberg e.V., 1988. S. 49–71.
- Bergner E. “Der Markt hat etwas” – aber was? Wochenmärkte in Hamburg // Ethnologie der Arbeitswelt: Beispiele aus europäischen und außereuropäischen Feldern. Bonn: Holos, 1993. S. 11–41.
- Denzel M.A. Märkte und Messen im vorindustriellen Alpenraum: ihre Bedeutung für den trans- und inneralpinen Handelsverkehr // Histoire des Alpes = Storia delle Alpi = Geschichte der Alpen. 2016. T. 21. S. 43–62. <https://doi.org/10.5169/seals-630456>
- Erlebach S.G. Was is(s)t Tirol? Sich zu ernähren zwischen globalem Markt und regionaler Lebensmittelproduktion. Wie die Besonderheiten von Bauernmarkt und Supermarkt die persönliche Lebensmittelversorgung beeinflussen. 2019. https://www.uibk.ac.at/projects/was-isst-tirol/erlebach-sarah-galadriel_supermarkt-und-bauernmarkt_2019.pdf
- Hentze C. Marktplätze und Märkte // Hamburg. Heimatkunde für Schule und Haus. Hamburg: Boysen, 1913. S. 39–66.
- Hübsch H. Wie zukunftsfähig sind Wochenmärkte. Aktuelle Zahlen über Einkaufs- und Konsumverhalten. Nürnberg, 2011. <https://www.ihk-nuernberg.de/de/media/PDF/Standortpolitik-und-Unternehmensfoerderung/Standortpolitik/VA-Erfolgreiche-Wochenmaerkte/Vortrag-1-Wie-zukunftsfahig-sind-Wochenmaerkte.pdf>
- Hüwelmeier G. Postsocialist Bazaars: Diversity, Solidarity, and Conflict in the Marketplace // Laboratorium: Russian Review of Social Research. 2013. № 5 (1). С. 52–72.
- Kaschuba W. Vom Wissen der Städte: Urbane Räume als Labore der Zivilgesellschaft // Berliner Blätter. Heft 69, Urbane Aushandlungen. Die Stadt als Aktionsraum / Hg. W. Kaschuba, D. Kleinen, C. Kühn. Berlin: Panama-Verlag, 2015. S. 13–29.
- Kienitz S. Wahre Nähe. Ein kulturwissenschaftlicher Gang auf den Wochenmarkt // Volkus. 2011. T. 21. H. 1–2. S. 34–52.
- Kusch A.-K., Langsenkamp M. Die Rolle des Einzelhandels für die Stadtentwicklung: die Bedeutung der Wochenmärkte und die Auswirkungen des Online-Handels. Münster: Aschendorff, 2014.

- Mauerer R.* Entwicklung und Funktionswandel der Märkte in Altbayern seit 1800. München: Wölfle, 1971.
- Pauly M.* Jahrmärkte in Europa vom 14. bis zum 16. Jahrhundert. Regionale Untersuchungen und der Versuch einer Typologie // Messen, Jahrmärkte und Stadtentwicklung in Europa: Foires, marchés annuels et développement urbain en Europe / Hg.F. Irisigler. Trier: Porta-Alba-Verl., 2007. S. 25–40.
- Spiekermann U.* Basis der Konsumgesellschaft: Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850–1914. München: Beck, 1999.
- Stierand P.* Stadt und Lebensmittel. Die Bedeutung der städtischen Ernährungssystem für die Stadtentwicklung. Diss. zur Promotion zum Dr. rer. pol. Technische Universität Dortmund, 2008.
- Wussmann W.* Ein Zwiebeltreter bin ich gern. Bamberg und seine Gärtner. Roth: Geniges Verlag, 2002.

Research Article

Butschatskaja, J.V. The “Dispersed” Market: Trading Vegetables in Bamberg’s Vegetable-Growing District [“Dispersnyi” rynok: prodazha ovoshchei v kvartale ovoshchevodov Bamberga]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 90–113. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030068> EDN BRKDLIC ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Julia Butschatskaja | <https://orcid.org/0000-0001-9139-0179> | julia.butschatskaja@yahoo.de | Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera), Russian Academy of Sciences (3 University Emb., St. Petersburg, 199034, Russia)

Keywords

trade, market, vegetable production, consumer culture, urban authenticity

Abstract

Based on field observations, interviews, personal websites and news publications, the article takes a detailed look at the trade in Bamberg vegetables in a traditional vegetable-growing district. I ask the following questions: why, despite logistical and transportation inconveniences, buying vegetables from the producer is in demand and popular in today’s Germany? what can the convenience of the supermarket be opposed to? and what can sellers who have grown their own produce offer the sophisticated resident of a wealthy German city? The collected field material shows that the sale/purchase of vegetables in the stalls of the “dispersed market” occupies a certain niche in the consumption culture of the city dwellers and realizes a specific, emotionally loaded purchasing experience, which speaks of the eventization of trade. This different experience of consumption is purposefully constructed as if it is rooted in tradition and referring to some idealized past and notions of homeland, as well as to the concept of urban authenticity.

References

- Baudrillard, J. 1995 (1968). *Sistema veshchei* [The System of Objects]. Moscow: Rudomino.
- Bausinger, H. 2008. Heimat in einer offenen Gesellschaft. Begriffsgeschichte als Problemgeschichte [Home in an Open Society: Conceptual History as Problem History]. In *Empirische Kulturwissenschaft. Eine Tübinger Enzyklopädie* [Empirical Cultural Studies: A Tübingen Encyclopedia], edited by R. Johler and B. Tschöfen, 351–366. Tübingen: Tübingen Vereinigung für Volkskunde e.V.

- Becker, H., et al. 1988. Gemüse aus Bamberg. Zur aktuellen wirtschaftlichen Bedeutung der Bamberger Gärtnerei [Vegetables from Bamberg: The Current Economic Importance of Bamberg's Garden Center]. In *“Denn was a rechtä Gärtinä is...” Festschrift zum 125jährigen Vereinsjubiläum des Oberen Gärtnervereins Bamberg 1863–1988* [“Denn was a rechtä Gärtinä is...” Festschrift for the 125th Anniversary of the Oberer Gärtnerverein Bamberg 1863–1988], 49–71. Bamberg: Oberer Gärtnerverein Bamberg.
- Bergner, E. 1993. “Der Markt hat etwas” – aber was? Wochenmärkte in Hamburg [“The Market has Something” – But What? Weekly Markets in Hamburg]. In *Ethnologie der Arbeitswelt: Beispiele aus europäischen und außereuropäischen Feldern* [Ethnology of the World of Work: Examples from European and Non-European Fields], edited by S. Helmers, 11–41. Bonn: Holos.
- Buchatskaja, J. 2018. “Gorod mechty”: kul’tura i atmosfera kak resurs dlja formirovaniia imidzha gorodov (na primere yuzhnonemetskogo goroda Bamberg) [“The Town of Dream”: Culture and Atmosphere as Resources for the City Image (On the Example of the Southern German Town of Bamberg)]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* 21 (4): 130–153. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.4.6>
- Denzel, M.A. 2016. Märkte und Messen im vorindustriellen Alpenraum: ihre Bedeutung für den trans- und inneralpinen Handelsverkehr [Markets and Trade Fairs in the Pre-Industrial Alpine Region: Their Significance for Transalpine and Intraalpine Trade]. *Histoire des Alpes = Storia delle Alpi = Geschichte der Alpen* 21: 43–62. <https://doi.org/10.5169/seals-630456>
- Erlebach, S.G. 2019. *Was is(s)t Tirol? Sich zu ernähren zwischen globalem Markt und regionaler Lebensmittelproduktion. Wie die Besonderheiten von Bauernmarkt und Supermarkt die persönliche Lebensmittelversorgung beeinflussen* [What is Tirol? Feeding Yourself between the Global Market and Regional Food Production: How the Special Features of Farmers' Markets and Supermarkets Influence Personal Food Supplies]. https://www.uibk.ac.at/projects/was-isst-tirol/erlebach-sarah-galadriel_supermarkt-und-bauernmarkt_2019.pdf
- Gofman, E. 2000. *The Presentation Self in Every Day Life*. Moscow: Kanon-Press-Ts; Kuckovo Pole.
- Hentze, C. 1913. Marktplätze und Märkte [Marketplaces and Markets]. In *Hamburg. Heimatkunde für Schule und Haus* [Hamburg: Local History for School and Home], 39–66. Hamburg: Boysen.
- Hübsch, H. 2011. *Wie zukunftsfähig sind Wochenmärkte. Aktuelle Zahlen über Einkaufs- und Konsumverhalten* [How Sustainable are Weekly Markets? Current Figures on Shopping and Consumer Behavior]. <https://www.ihk-nuernberg.de/de/media/PDF/Standortpolitik-und-Unternehmensfoerderung/Standortpolitik/VA-Erfolgreiche-Wochenmaerkte/Vortrag-1-Wie-zukunftsfaehig-sind-Wochenmaerkte.pdf>
- Hüwelmeier, G. 2013. Postsocialist Bazaars: Diversity, Solidarity, and Conflict in the Marketplace. *Laboratorium: Russian Review of Social Research* 5 (1): 52–72.
- Jacobs, J. 2019. *Smert’ i zhizn’ bol’shikh amerikanskikh gorodov* [The Death and Life of Great American Cities]. Moscow: Novoe izdatel’stvo.
- Kaschuba, W. 2015. Vom Wissen der Städte: Urbane Räume als Labore der Zivilgesellschaft [The Knowledge of Cities: Urban Spaces as Laboratories of Civil Society]. *Berliner Blätter*. Vol. 69, *Urbane Aushandlungen. Die Stadt als Aktionsraum*, edited by W. Kaschuba, D. Kleinen, and C. Kühn, 13–29. Berlin: Panama-Verlag.

- Kienitz, S. 2011. Wahre Nähe. Ein kulturwissenschaftlicher Gang auf den Wochenmarkt [True Closeness: A Cultural-Scientific Trip to the Weekly Market]. *Vokus* 21 (1–2): 34–52.
- Kusch, A.-K., and M. Langsenkamp. 2014. *Die Rolle des Einzelhandels für die Stadtentwicklung: die Bedeutung der Wochenmärkte und die Auswirkungen des Online-Handels* [The Role of Retail in Urban Development: The Importance of Weekly Markets and the Impact of Online Retailing]. Münster: Aschendorff.
- Martynova, M.Y., and O.D. Fais-Leutskaja, eds. 2020. *Vkus Evropy: antropologicheskoe issledovanie pitaniia* [The Taste of Europe: An Anthropological Study of Food]. Moscow: Kuchkovo pole.
- Mauerer, R. 1971. *Entwicklung und Funktionswandel der Märkte in Altbayern seit 1800* [Development and Functional Change of Markets in Old Bavaria Since 1800]. München: Wöflle.
- Myl'nikov, A.S., Y.V. Ivanova-Buchatskaja, and A.A. Novik. 2009. *V lesakh Severnoi Germanii: po sledam ischeznuvshikh slavian* [In the Forests of Northern Germany: In the Footsteps of the Disappeared Slavs]. Vol. 1. St. Petersburg: Nauka.
- Pauly, M. 2007. Jahrmärkte in Europa vom 14. bis zum 16. Jahrhundert. Regionale untersuchungen und der Versuch einer Typologie [Fairgrounds in Europe from the 14th to the 16th Century: Regional Studies and an Attempt at a Typology]. In *Messen, Jahrmärkte und Stadtentwicklung in Europa: Foires, marchés annuels et développement urbain en Europe* [Fairs, Annual Markets and Urban Development in Europe], edited by F. Irsigler, 25–40. Trier: Porta-Alba-Verl.
- Sherman, R. 2008. Igry v otel'ah klassa lux: avtonomiia, identichnost', soglasiie [Games in Luxury Hotels: Autonomy, Identity, Consent]. *Etnograficheskoe obozrenie* 5: 3–17.
- Spiekermann, U. 1999. *Basis der Konsumgesellschaft: Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850–1914* [The Basis of Consumer Society: The Emergence and Development of Modern Retail Trade in Germany 1850–1914]. München: Beck.
- Stierand, P. 2008. Stadt und Lebensmittel. Die Bedeutung der städtischen Ernährungssystem für die Stadtentwicklung [City and Food: The Importance of the Urban Food System for Urban Development]. PhD diss., Technische Universität Dortmund.
- Veblen, T. 1984. *Teoriia prazdnogo klassa* [The Theory of the Leisure Class]. Moscow: Progress.
- Wussmann, W. 2002. *Ein Zwiebeltreter bin ich gern... Bamberg und seine Gärtner* [I Like Being an Onion Treader: Bamberg and Its Gardeners]. Roth: Genniges Verlag.
- Zukin, S. 2019. *Obnazhennyi gorod. Smert' i zhizn' autentichnykh gorodskikh prostranstv* [Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places], translated by A. Lazarev and N. Edelman. Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gaidara.

ИСЛАНДСКИЕ СУВЕНИРЫ: “ВЗГЛЯД ТУРИСТА” VS “МЕСТНЫЙ ВЗГЛЯД”

И.А. Кучерова

Ирина Алексеевна Кучерова | <https://orcid.org/0000-0002-7246-6155> | ikucheroва@gmail.com | младший научный сотрудник центра европейских исследований | Институт этнологии и антропологии РАН (Ленинский пр. 32а, Москва, 119991, Россия)

Ключевые слова

Исландия, туристический бум, сувениры, взгляд туриста, местный взгляд

Аннотация

Статья посвящена послекризисной репрезентации Исландии в сувенирах как результату взаимодействия “взгляда туриста” и “местного взгляда”. На материалах полевых исследований автора и публицистических текстов рассматриваются изменения, происходящие в сувенирной продукции под влиянием туристического бума; местные стратегии продвижения “правильных” исландских сувениров; динамика сдвига наиболее популярных сувениров в “местную” или “туристическую” сторону под влиянием “обоюдного взгляда”.

Информация о финансовой поддержке

Публикация осуществлена в соответствии с планом НИР ИЭА РАН

Путешествие в Исландию для абсолютного большинства туристов начинается в салоне самолета. Ступив на борт воздушного судна “Исландских авиалиний”, они оказываются в образном пространстве Исландии до того, как фактически пересекают ее границу. Надпись на подголовнике кресла сообщает, что пассажиры занимают трон самого Одина (*Хлидскьяльв* — “Высокое сиденье”): “[Один] восседал там на престоле, видел он все миры и все дела людские, и была ему ведома суть всего видимого” (МЭ 2005: 19); самолет превращается в Асгард, а туристы уподобляются скандинавским богам, парящим над странами и океаном.

“Исландия самолета” — не только мифологическое, но и природное пространство. Правила безопасности и действия в экстренных ситуациях (застегивание ремней безопасности, надувание спасательного жилета, экстренная эвакуация по трапу на воду и пр.) иллюстрируются рекламным роликом: молодая пара наслаждается активным отдыхом (застегивает альпинистское снаряжение, надевает спасжилеты для сплава по реке, прыгает с небольшой высоты в озе-

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Кучерова И.А. Исландские сувениры: “взгляд туриста” vs “местный взгляд” // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 114–136. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030079> EDN: BRFIOW

Kucheroва, I.A. 2024. Islandskie suveniry: “vzgliad turista” vs “mestnyi vzgliad” [Icelandic Souvenirs: Tourist Gaze vs Local Gaze]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 114–136. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030079> EDN: BRFIOW

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

ро). На подлете к Рейкьявику часть природы переносится в самолет с помощью технических средств: в салоне приглушается свет, на полках и потолке начинает играть северное сияние — своеобразная “торговая марка” Исландии. В более “благополучные времена” в самолете приобщали к материальной культуре страны: в качестве перекуса подавали скир — традиционный исландский кисломолочный продукт, активно рекламируемый среди иностранцев в самой Исландии и за рубежом. Сейчас пассажиры чаще довольствуются пищей духовной: на борту можно посмотреть исландские художественные и документальные фильмы о природе и культуре страны. Таким образом самолет превращается в “тренировочное” лиминальное пространство (своеобразную Исландию в миниатюре), готовящее туристов к новому опыту.

В настоящей работе, основанной на материалах СМИ и полевых исследованиях (поездки в г. Рейкьявик в 2008–2009, 2015, 2016, 2018 и 2019 гг.), я планирую рассмотреть, как рост туризма повлиял на репрезентацию Исландии в сувенирах. Сразу оговорюсь, что под “сувенирами” я понимаю “сувениры” (*souvenirs*) в классификации Беверли Гордон: как коммерческие товары, производимые специально для продажи, в противоположность “памятным вещам” (*mementos*), которые не являются товарами (Gordon 1986: 135). Таким образом, при всей схожести, купленные в туристическом магазине “пресс-папье” (необработанный кусок вулканического туфа) и постер с изображением северного сияния над фьордами будут принадлежать к первой категории, а найденный на берегу такой же обломок лавового туфа и самостоятельно сделанное фото северного сияния — ко второй. “Памятные вещи” не будут рассматриваться в рамках данной статьи прежде всего потому, что они имеют значение только для конкретного человека, в то время как меня интересуют *сувениры*, считающиеся таковыми группами людей — иностранными путешественниками и самими исландцами.

“Взгляд туриста” и “местный взгляд”

В первой версии своей знаменитой работы “The Tourist Gaze” Джон Урри вводит концепцию “взгляд туриста” — связанный с возникновением массового туризма культурно и исторически обусловленный способ восприятия путешественниками окружающего мира, своего рода “туристическая” оптика (Urry 1990). Книга трижды переиздавалась с изменениями и дополнениями, вызванными как новыми реалиями (напр., значительным увеличением доступности туризма и появлением интернета), так и критикой других исследователей (Larsen 2014). В последней версии (The Tourist Gaze 3.0), написанной совместно с Йонасом Ларсеном, понятие “взгляд” значительно расширяется и включает в себя не только визуальность (хотя она традиционно преобладает), но и другие способы восприятия мира, связанные с телесным опытом; взгляд становится перформативным, он не просто структурируется ситуацией социального взаимодействия туристической поездки, но и сам оказывает влияние на то, что попадает в поле зрения туристов (Urry, Larsen 2011).

Массовый туризм, в свою очередь, влияет на принимающие сообщества. Жители популярных среди путешественников стран также *смотрят* на приезжих, вырабатывая собственную “оптику”, собственные стереотипы и стратегии взаимодействия с ними — “местный взгляд” (*local gaze*), как предлагает называть этот феномен Дарья Маоз (Maos 2006). “Взгляд туриста” и “местный взгляд”,

с одной стороны, противостоят друг другу, с другой — влияют друг на друга, находясь в постоянном взаимодействии и формируя так наз. обоюдный взгляд (*mutual gaze*) (Ibid.).

Соответственно в создании сувениров можно выделить два конкурирующих дискурса, граница между которыми размыта: внешний, туристский, экзотизирующий и внутренний, местный, националистический. В той или иной степени они вынуждены подстраиваться друг под друга. По понятным причинам “глобальное” перевешивает “локальное”, и жителям Исландии приходится отстаивать свой взгляд на то, каким образом их страна должна быть представлена в сувенирах: должен соблюдаться баланс между тем, чтобы оставаться узнаваемыми и репрезентативными для исландцев, и тем, чтобы быть привлекательными для туристов. Таким образом, “обоюдный взгляд” становится пространством, в котором рождаются новые интерпретации и репрезентации национального. Слова Оулёв Гердюр Сигфусдоухтир об исландском дизайне можно отнести и к сувенирной продукции:

Хотя можно возразить, что объекты исландского дизайна вряд ли корректно приравнять к “туристическому искусству” (tourist art) западных обществ со всеми его сложными историко-художественными и колониальными коннотациями, такое сравнение кажется мне полезным. В обоих случаях рассматриваемые объекты можно представить как результат компромисса (negotiation) между производителями и покупателями, в результате которого местные идентичности и иностранные ожидания материализуются в определенных продуктах (*Sigfúsdóttir* 2011: 354).

Туризм и бореализм

Одна из разновидностей “взгляда туриста” — “романтический взгляд”, предполагающий “одинокость, уединенность и личные, почти мистические отношения с объектом взгляда” (*Urry, Larsen* 2011: 19) — особенно характерна для приезжающих в Исландию. Важную роль при этом играет восприятие страны как *северной*. Питер Дэвидсон в своей работе “The Idea of North” описывает это следующим образом:

Два противоположных представления о севере повторяются (и противостоят друг другу) начиная с европейской Античности и до времен исследователей Арктики XIX в.: север — это место темноты и скудости, обитель зла. Или же, напротив, это место сурового блаженства, где добродетельные народы счастливо живут за северными ветрами <...> место очищения, побег от наложенных цивилизацией ограничений (*Davidson* 2005: 21).

Такое романтизированное представление о “Севере” представителей более южных регионов перекликается с восприятием “Востока” западными культурами — не случайно исландский антрополог Кристинн Шрам использует в своих работах термин “бореализм”¹, созданный по аналогии со знаменитым “ориентализмом” Эдварда Саида (см., напр.: *Schram* 2011). Обобщенный и идеализированный Север — одна из тем сувенирной продукции, возникшей под влиянием пропитанного бореализмом “туристического взгляда”: северное сияние на маг-

нитах, постерах и аксессуарах; майки и кружки с надписями “Самая северная столица в мире”; северные олени (завезены в страну в конце XVIII в.) и даже белые медведи (не живут в Исландии, но “обязаны” быть в северной стране²).

Массовый интерес к Исландии возник в XIX в. Путешественников привлекала необычная северная природа и героическая история, описанная в сагах (см., напр., известную книгу У.Г. Коллингвуда и Й. Стефаунссона “Паломничество по местам исландских саг” 1899 г. или издание “Исландия: ее пейзажи и ее саги” 1863 г. С. Бэринг-Гулда с рисунками автора). Берущее свое начало с тех времен представление об Исландии как месте с девственно чистой природой, где живут наследники викингов, поддерживается государством, разделяется многими исландцами и с восторгом воспринимается туристами (см., напр.: *Oslund* 2011: 3–29; *Sæþórsdóttir et al.* 2011). Идея чистоты (крови и родословной исландцев, их языка, пустынных и диких пейзажей) стала своего рода националистическим мифом, который был актуален вплоть до конца XX в. и до сих пор не потерял до конца своей значимости; он активно используется в рекламных кампаниях, нацеленных на повышение привлекательности острова для туристов (*Sigurdsson* 1996).

Новый виток туризма в XXI в. стал следствием мирового финансового кризиса, в 2008 г. почти приведшего к банкротству Исландии. Страна оказалась в крайне тяжелом положении, и чтобы привлечь деньги в государственную экономику, правительство решило сделать ставку на активное развитие туризма. Была запущена рекламная кампания *Inspired by Iceland* (“Вдохновлено Исландией”), продолжающаяся и по сей день. Росту популярности страны способствовал упавший курс кроны, сделавший поездку в Исландию доступной для многих иностранцев. Извержение вулкана Эйяфьядлайёкюдль в 2010 г., на несколько дней парализовавшее авиасообщение на северо-западе Европы, вопреки ожиданиям, также привело к увеличению туристического потока: кадры текущей лавы в новостях по всему миру оказались отличной рекламой (*Benediktsson et al.* 2011).

Политика по привлечению туристов оказалась успешной. Если в 2008 г. страну посетило около 502 тыс. человек, то 2018 г. — уже 2343,8 тыс. Снижение числа путешественников в 2019 г. (2013,2 тыс.) вызвало беспокойство бизнеса и властей, но после ожидаемо низких показателей 2020 и 2021 гг. из-за пандемии COVID-19 в 2022 г. снова наметился рост (*Foreign visitors 1949–2022*), а 2023 г. (по предварительным оценкам) по количеству путешественников из других стран уступил только 2018 г. (*Um 2,2 milljónir* 2024). Практически все иностранцы приезжают в столицу Исландии, и поток туристов (примерно в шесть раз превышающий население страны) оказывает значительный эффект на жизнь рейкьявикцев.

Сувениры: “тупикмаги” и попытки контроля

Одно из самых заметных проявлений действия “взгляда туриста” — повсеместные “тупикмаги”. *Lundabúð* (от исл. *lund* — “тупик” и *búð* — “магазин”) — “народное” название популярных туристических магазинов, заполненных дешевыми фигурками тупиков и викингов в различных вариантах, магнитами, брелоками, майками, кружками и другими китчевыми сувенирами (см. Рис. 1). Появившийся в июле 2015 г. неологизм (*Orðabókin n.d.*) быстро прижился (как и его англоязычная версия — *puffin shop*) и стал настолько популярен, что был вклю-

чен в словари современного исландского языка. Не все сувенирные магазины “удостаиваются” этого названия — только те, что рассчитаны на массового непритязательного туриста, торгуют безделушками, произведенными на фабриках Китая, и имеют слабое отношение к исландской культуре.



Рис. 1. Одна из полок с тупиками в “тупикмаге” Рейкьявика. Фото автора. Рейкьявик, 2018 г.

Пластиковые китайские сувениры ассоциируются с загрязняющими воздух фабриками, непрозрачными условиями труда и деиндивидуализованной и глобализованной массовостью — со всем, чему стремится противопоставить себя Исландия. Однако это не мешает их популярности: путешественников привлекает как более низкая цена, так и непрактичность и странноватость подобных товаров. Как пишет Гордон, «[э]то связано с представлением о том, что многие сувениры характеризуются детскостью (are childish) или ребячеством (child-like)... или играют с “банальным” или “аляповатым”» (Gordon 1986: 138). Гордон объясняет эту связь сувениров с детским, банально-пошлым и с юмором их принадлежностью к “экстраординарному” времени туристической поездки, которая, как и большинство ритуалов, предполагает инверсию обыденного и смену ролей; сувениры же выступают в качестве реквизита (Ibid.). Эту идею развивает Нельсон Х.Х. Грэйберн, считающий чередование работы и отпуска в современных секулярных обществах аналогом чередования профанного и сакрального — в отличие от работы, привязанной к постоянному месту, “правильный” отпуск включает в себя путешествие. Турпоездка, таким образом, предстает аналогом традиционных фестивалей, приуроченных к календарным праздникам, — своего рода обрядом перехода. В течение года люди работают, чтобы позволить себе

путешествие, в котором активно тратят деньги, — траты оказываются неотъемлемой частью отдыха, а сувениры (в т.ч. максимально непрактичные) — способом обозначить отпускной статус и перенести частичку “сакрального” в повседневную жизнь (Graburn 1989).

Несмотря на многочисленные плюсы развития туризма, для местных жителей “тупикмаги” олицетворяют негативную сторону туристического бума (ПМА 2019: D.), означая вытеснение исландского глобальным и превращаясь в символ экзотизации страны туристами — процесса, отчасти возвращающего к колониальным представлениям о стране и ее жителях (Loftsdóttir 2019). Многие рейкьявикцы относятся к “тупикмагам” с раздражением. В комментарии *The Reykjavik Grapevine* Джеффри Тоура Карла Хантингтона Уильямса, владельца нескольких баров и Музея панка в Рейкьявике, читаем:

Куча тупикмагов попросту означает кучу глупцов, у которых отсутствует воображение. Что мы будем делать? Зарабатывать на продаже птичьих задниц? Если мы продолжим так делать, мы 100% загубим эту часть города (центр.— И.К.). <...> Давайте быть оригинальными, позитивными, жить хорошо и в полную силу, и в задницу этих тупиков! (Eliás Þórsson 2017)

Тем не менее “тупикмаги” стали неотъемлемой частью пейзажей страны и не только городских. Один из моих собеседников поделился характерными впечатлениями от поездки к знаменитому водопаду Гудльфосс, входящему в “Золотое кольцо Исландии”:

Я тут съездил к Гудльфоссу. Это просто какая-то... фабрика туристов! ...что-то невероятное [смеется]! <...> Там был самый большой сувенирный магазин, который я когда-либо видел. Просто бесконечный! И, знаете, эти фигурки викингов, все такое. И бреннивин и прочее — все этим заставлено... А когда мы подошли к Гудльфоссу, это выглядело как сцена из фильма про войну или что-то в этом духе. Все шли по одному туристическому маршруту и затем спускались по ступеням. И я такой: о боже мой! [смеется] <...> Это было как в фантастическом кино-антиутопии... И безрадостные лица [туристов]. Так что это было... ну, своеобразно (ПМА 2019: AE).

Для “местного взгляда” огромный “тупикмаг”, своего рода туристический гипермаркет, становится частью почти апокалиптической картины: ряды викингов из полистоуна и бутылок бреннивина, через которые проходят столь же однообразные ряды путешественников, дружно шагающих к водопаду одним и тем же маршрутом. Туристическая индустрия превращается в фабрику: люди уподобляются статуэткам, которые они покупают, товару на конвейере, который не способен ни изменить свою траекторию, ни даже получить удовольствие от процесса. Ирония заключается и в том, что подобный “промышленный” подход резко контрастирует как с самой природной достопримечательностью, так и с ее репрезентацией в рекламных проспектах как части величественной и пустынной Исландии. Вторая метафора, упомянутая в цитате, — война (точнее, ее отображение в кино) — с одной стороны, также связана с отсутствием у путешественников свободы выбора, с другой — превращает поездку по “Золотому кольцу” в фантастический боевик, пародирующий как исторические стереотипы

о Средневековье, так и предкризисную риторику об исландских бизнес-викингах, покоряющих мир (см., напр.: *Loftsdóttir* 2009). Армия туристов захватывает территорию страны, но изменяет ее не по собственному желанию, а согласно моде и требованиям рынка, — на деле викинги оказываются пластиковыми.

Стратегии контроля рынка сувениров. Разногласия между “туристским” и “местным” взглядами приводят к попытке исландцев хотя бы частично контролировать продажу сувениров, чтобы отстоять интересы собственной страны: как чисто экономические (производство и реализация своей, а не иностранной продукции), так и идеологические — не все товары имеют право становиться репрезентацией Исландии. Местные считают, что важно дать приезжим возможность приобщиться к аутентичным исландским сувенирам, а не к дешевым китайским эрзацам, “подделкам культуры”. Наконец, это делается и потому, что у целевой аудитории — опытных и обеспеченных туристов — повышается спрос на нестандартные, пусть и более дорогие вещи и произведения искусства. Согласно исследованию Ноги Коллинз-Крейнер и Яэль Цинс, в последнее десятилетие отношение туристов к покупке сувениров изменилось: по мере того как путешествия становятся все более распространенными, они все меньше воспринимаются как уникальный опыт, который необходимо сохранить с помощью памятных вещей. Сувениры уступают место фотографиям, либо их количество уменьшается в пользу качества: покупается только что-то необычное и эксклюзивное (*Collins-Kreiner, Zins* 2011). Такими и должны стать сувениры, чтобы можно было убедить путешественников приобрести их на память.

Одной из популярных стратегий контроля становится создание особого жанра статей в газетах и блогах, предназначенных для туристов, где рекомендуются конкретные сувениры или приводятся примеры товаров, которых предлагается избегать как слишком банальных, неаутентичных и даже неэкологических. Так, журналисты известной англоязычной газеты *The Reykjavík Grapevine* — исландцы и иностранные резиденты страны — нередко публикуют тексты о не набивших оскомину сувенирах, позволяющие получить представление о том, что считается китчем и вызывает легкую насмешку местных жителей, а также о том, что кажется более оригинальным и может пробудить интерес у “продвинутых” туристов (как, впрочем, и о том, кто готов платить за рекламу). А в юмористической рубрике “Не спрашивай Нанну” Нанна дает ехидные ответы на вопросы читателей:

- Какой самый крутой сувенир купить в Исландии?
- [Ч]то угодно — лишь бы это было в форме Исландии, на нем была бы нарисована Исландия или написано слово “Исландия”, чтобы вы точно не забыли, что в тот самый раз были в Исландии, и чтобы никто из тех, кто увидит ваш сувенир, не подумал, что вместо этого вы поехали в Данию (*Nanna Árnadóttir* 2015).
- Что больше всего раздражает исландцев в туристической индустрии?
- Ну, я просто, на хрен, ненавижу эти фальшивые упаковки сладостей, которые продают сувенирные магазины. Шоколадные конфеты, которые называют “Какашки тупиков”, или розовые карамельки, которые получают название “Раскаленные лавой камни”, такие штуки. Это просто обычные исландские конфеты, которые люди покупают в супермаркетах, а затем рас-

кладывают по китчевым пакетикам и поднимают цену для туристов в 2–3 раза. Я не знаю, что хуже: что этот треш продается туристам или что туристы его покупают (*Nanna Árnadóttir* 2017).

В 2017 г. *The Reykjavík Grapevine* публикует большую серию рекламных статей под общим названием “Buy Shit!”, знакомящих иностранцев с товарами местных производителей. Эти тексты приводят, пожалуй, самый полный список рекомендованных туристам покупок. В качестве альтернативы дешевым сувенирам, изображающим тупиков, предлагаются: постельные принадлежности (подушки, пледы, одеяла из собранного в Исландии пуха); одежда (включая свитера-лопапейса и “66° North”) и аксессуары (кружевные воротники и варежки для пива); мелкая домашняя утварь местных дизайнеров и фирм; керамика; ювелирные украшения и бижутерия; парфюм (“Исландия во флаконе <...> рыбой не пахнет” — туалетная вода производится фирмой, известной своими изделиями из рыбьей кожи [Buy Shit: 08.06.2017]); спиртные напитки — бреннивин, водка, шнапс, крафтовое и йольское пиво; местные продукты — исландская ягнятина и конина, сушеная треска (“лучшая шутка, в которой есть только доля шутки, для друзей” [Ibid: 11.04.2017]), знаменитая ферментированная акула, лавовая соль, сушеный морской огурец, лакричные сладости и шоколад, вегетарианские сосиски в слоеном тесте, свежевыжатые овощные соки, традиционное резное печенье-“хворост” (*laufabraud*) и ролик для его изготовления; популярный в Исландии рыбий жир (*Lýsi*) (“Чтобы по-настоящему вписаться в исландскую жизнь, законом требуется начинать каждый день с ложки Lýsi, т.е. жира из печени трески” [Ibid.: 05.10.2017]); разнообразная косметика местных фирм (в т.ч. набор от похмелья); CD-диски, кассеты и виниловые пластинки исландских музыкантов, книги (от художественной литературы до определителя целебных растений и кулинарной книги), комиксы и литературный журнал о путешествиях (на английском или двуязычные); татуировка с “путеводным” гальдраставом (“архетипическое тату туриста, но по-прежнему привлекательное” [Ibid.: 11.11.2017]); и всевозможные мелочи — статуэтки, старинные открытки, презервативы *Nature* (со стилизованной мужской фигурой и фото различных природных феноменов с фаллическими коннотациями — от гейзера до вулкана), *Pyropets* (“Пиропитомцы” — популярный бренд свечей, сделанных в виде стилизованных животных: при оплавлении воска обнажается металлический скелетик), конструктор из настоящих рыбных костей, елочные украшения в виде “йольских ребят” и т.п. Стоит отметить, что не все из этого перечня можно отнести к сувенирам: очевидно, что выпечку или сок невозможно увезти из страны — скорее это реклама того, что можно попробовать туристам на месте.

В 2018 г. вместо “алаповатых фигурок тупиков”, «настоящего рога для питья из “Игры престолов”» (“Вы в Исландии. Купите что-то, что не было сделано в Китае”) и плюшевых белых медведей (“не покупайте — нет ничего менее исландского”) туристам советуют привезти фото или видео — бесплатные сувениры-воспоминания, шерстяной свитер (лопапейса), овчинные варежки или перчатки местного производства, пищевую соль с различными природными добавками, соль для ванны и солевые скрабы и... снова фигурки тупиков, но “правильные” — ручной работы и из дерева (*Schultz* 2018).

В 2020 г. в черный список попадают “*Brennivín*, *lakkris*, плюшевый тупик, *lopapeysa* и шапка 66°NORTH”³; в качестве альтернативы предлагаются альбом фотографий ледников, вечерние платья исландского дизайнера, крафтовое пиво

от дамской пивоварни, детективы Ирсы Сигурдардоттир и “любая не раскрытая за рубежом исландская музыка” (Cohen, Grettisson 2020).

В статье 2023 г. среди советов, как сделать путешествие по Исландии более экологичным, помимо прочего, туристам рекомендуют отказаться от покупок в “тупикмагах” – все это производится на фабриках других стран и увеличивает углеродный след. Взамен предлагаются местные сувениры: изделия из шерсти от Ассоциации вязальщиц Исландии, морская соль из Западных фьордов или произведение местного художника (Fulton 2023). Аналогичные статьи публикуются и в других исландских изданиях, адресованных иностранцам.

Вторая стратегия тесно связана с первой: туристам предлагаются обычные исландские товары, которые могут стать сувенирами через связь с местом их приобретения. Такие предметы, как правило, практичны и могут быть использованы: надеты, нанесены на кожу, съедены или выпиты, прочитаны или прослушаны – в отличие от штампованных статуэток и плюшевых “пылесборников”. По сути, это не сувениры как таковые, а именно местная продукция, которая может стать сувениром для иностранца, – в том смысле, который изначально вкладывался в это слово: вещь, вызывающая воспоминания о поездке. Так как все эти вещи используются исландцами в повседневной жизни, они отлично отвечают туристическому запросу на аутентичность. Другим плюсом для путешественника может быть потенциальная “делимость” многих подобных сувениров: еда, выпивка или музыка могут быть подарены или разделены, например через угощение гостя или совместное прослушивание диска. Адресат в этом случае получает возможность как приобщиться к исландской культуре через их посредство, так и разделить этот опыт с дарителем – и со многими исландцами. Такие сувениры нередко задействуют несколько органов чувств, делая погружение в культуру более полным и напоминая о нем впоследствии: оригинальная бутылка, упаковка из-под соли или флакон из-под духов, отдав свое содержимое (вкусу или обонянию), становятся “визуальным” сувениром. Наконец, местные алкоголь, сладости и соль – универсальные и нейтральные подарки, варьирующие по стоимости от бюджетных до дорогих – можно подарить практически любому: от близких родственников и друзей до коллег и начальства.

Третьей стратегией становится создание и продвижение оригинальных исландских сувениров, представляющих собой “местный взгляд” на страну и на то, что может быть интересно туристам. Сувенирные магазины, старающиеся противопоставить себя “тупикмагам”, выбирают изделия не только местного дизайна, но и в большинстве случаев сделанные вручную местными мастерами: миниатюрные копии исландских памятников архитектуры, человечки в национальных костюмах или шерстяных свитерах, аксессуары из рыбьей кожи, статуэтки и фигурки рыб, птиц, овец и пр. С точки зрения представленности исландской культуры любопытны резные металлические закладки, продающиеся в Национальном музее. В 2008 г. на них были запечатлены традиционные орнаменты вышивок и узоров на плоском резном печенье (*laufabraud*), а также гальдраставы (магические знаки – сочетания переплетенных стилизованных рун), в 2018 г. к ним добавились фигурки лошади и кита (традиционных и известных туристам обитателей Исландии), а также футбольный мяч – символ гордости за сборную страны, неожиданно пробившуюся на Чемпионат мира по футболу.

При оформлении выкладки подобных товаров важную роль играет персона-

лизация: на столах/полках размещаются фотографии художников, приводится краткая информация о них – все на английском языке; на этикетках свитеров Ассоциации вязальщиц Исландии указывается имя мастерицы и место ее проживания (см. Рис. 2). Упор делается на ручную работу, уникальность изделия, произведенного в единственном экземпляре, а также на натуральность и аутентичность – большая часть таких сувениров делается из исландских природных материалов. При этом в мелких вещичках материал нередко соотносится с изображаемым: из морских камней делают рыб, из плавника – морских птиц, из шерсти – овец; материальная и символическая составляющие тесно связаны друг с другом, подчеркивая декларируемое единство исландской природы и исландского дизайна. Местные художники открывают собственные небольшие магазины (нередко кооперируясь), противопоставляя свою штучную продукцию и творческий подход сетям туристических гипермаркетов со стандартными товарами.



Рис. 2. Керамика ручной работы, сопровождаемая фотографией художницы и краткой информацией о ней. Сувенирный магазин в аэропорту. Фото автора. Рейкьявик, 2018 г.

Наконец, четвертая стратегия – “освоение” чужого взгляда через иронию: например, открытие магазинов под названием “Тупикмаг” (*Lundabúð* или *Puffin Shop*). Гвюдрун Стейнтоурсдоухтир и Бергльоут Соффия Кристьяунсдоухтир в своей статье “Маски для сна с тупиками, колготки с северным сиянием и лошадиный навоз: размышления о сувенирах, туризме и национальных идентичностях” рассматривают два типа сувениров: один продолжает “националистическую” традицию, берущую начало со времен борьбы за независимость,

и ассоциируется с природой и исторической памятью; другой — соответствует (или имитирует такое соответствие) сложившемуся экзотическому имиджу уникального северного народа (*Steinþórsdóttir, Kristjánsdóttir* 2019: 200). Второй тип, появившийся до кризиса, но широко распространившийся после 2010 г., нередко связан с иронией и самоиронией — которую, вероятно, не всегда считывают туристы (*Ibid.*). В подобные сувениры сразу заложены множественные интерпретации: к примеру, “упакованный” в баночки “чистейший горный воздух Исландии”, с одной стороны, — явная ирония, отсылка к “продавцам воздуха” (и, вероятно, к дистопиям, описывающим ужасы капитализма) и подтрунивание над туристами, в буквальном смысле готовыми платить за воздух. С другой стороны — миф об особой чистоте местного воздуха разделяют не только иностранцы, но и сами исландцы, и баллончик с воздухом — предмет национальной гордости и привилегия, которой можно похвастаться перед живущими в мегаполисах. Наконец, для ряда туристов из городов с высокой загрязненностью воздуха этот сувенир вполне практичен: например, партии воздуха из стран с хорошей экологией импортируются в Китай — их покупают в надежде уменьшить вредоносное действие смога или чтобы просто плотнеть свежего воздуха (см., напр.: *Hunt* 2015).

Такие двойные послания могут быть явными, как в эмблеме на дверях сувенирного магазина *Pride of Iceland*, на которой изображена овца с головой тупика и головой викинга вместо хвоста (*Ibid.*: 225), или более тонкими, доступными только тем, кто хорошо знает исландскую культуру. Шрам в своей диссертации, посвященной исландцам за рубежом (*Schram* 2011), рассматривает юмор и самоиронию как реакцию на столкновение с экзотизированными представлениями в духе бореализма, как коммуникативную стратегию, которая позволяет использовать интерес к исландской культуре (через тиражируемые стереотипы) для упрощения интеграции и повышения собственного статуса в другой стране. С лавинообразным ростом туризма эта стратегия начала применяться и к сувенирной продукции. Взгляд туриста влияет на идентичность и ее репрезентацию: стереотипы, некоторые из которых (в первую очередь связанные с природой) разделяются самими жителями Исландии, становятся способом продать свою продукцию глобальному потребителю, в идеале заинтересовав его культурой своей страны — на которую, в свою очередь, влияют туристические стереотипы. По мнению Шрама, “[с]оздание этноцентричной коммерческой художественной продукции... нужно рассматривать как сложную балансировку (*negotiation*) между личным самовыражением художника, фольклором, международным взаимодействием, а также национальной политикой государства или решениями, продиктованными рынком (*Ibid.*: 226)” — эта балансировка происходит в пространстве “обоюдного взгляда” и определяется им.

Сувениры и антисувениры

Предлагаемые туристам сувениры условно можно разделить на несколько категорий: 1) “природа” (изделия с минимальной обработкой — воздух, рыбий жир, соль, высушенные растения и чай, сушеная треска и пр.), существенно переработанные (натуральная косметика, украшения из лавового туфа, пуховые одеяла), “псевдоприродные” (сладости в виде яиц тупиков и лошадиного навоза, презервативы с гейзерами); 2) условно “традиционная” материальная культура

Исландии (свитера, закладки с народными орнаментами, бреннивин и пр.); 3) нематериальная культура (саги, фольклор, современная литература, музыка); 4) “исландский дизайн” (одежда, предметы искусства, мелкие предметы обихода, которые могут не иметь отсылок к специфически исландскому и даже производиться за границей, но при этом репрезентируются как проявление творческого духа исландцев или как поддержка исландских ценностей). Самые популярные сувениры, наиболее часто встречающиеся в статьях (лопапейса, бреннивин, сладости, морская соль, исландская музыка, одежда от “66° North”, косметика и украшения), относятся ко всем этим категориям. Остановимся на “ярких представителях” первых трех категорий подробнее.

Природные сувениры и антисувениры. Природа всегда была частью национальной идентичности исландцев, но если ранее она была тесно связана с сагами, историей и литературой, то теперь, в том числе под влиянием “взгляда туриста”, она ценится в романтическом ключе сама по себе — как живописная, уникальная и “дикая”. Она одновременно локальна и глобальна — вероятно, это дает тот необходимый баланс, который позволяет исландцам испытывать гордость за свою страну в настоящем, не оглядываясь на прошлое, и в то же время не чувствовать себя “националистами”, ведь ценность нетронутых природных мест в современном мире не подвергается сомнению. Исландская природа всегда играла большую роль в привлечении туристов, и особенно ярко это проявляется в последнее время. Возникает ощущение, что она — единственное, что их интересует.

Неудивительно, что подавляющая часть сувениров, продающихся в Исландии, так или иначе связана с природой — здесь “взгляд туриста” и “местный взгляд” совпадают в наибольшей степени. Как пишет Магнус Эйнарссон, “[и]сландцам нравится представлять романтический образ [своей страны], подчеркивая идею чистоты во всех сферах: экологической, исторической, лингвистической, культурной и кулинарной” (Einarsson 1996: 228). Так, типичная подводка к предложению купить в качестве сувенира исландскую косметику выглядит следующим образом:

Исландия, со своей кристально чистой водой и непревзойденной красотой природы, имеет репутацию освежающего, восстанавливающего и чистейшего места. Страна богата травами, морскими водорослями и исландским кремнеземом (представьте грязь Мертвого моря, только в Исландии). Все они являются обычными ингредиентами косметики (Chapman n.d.).

Природные сувениры дают возможность буквально забрать с собой кусочек страны в форме расписанных в виде местных птиц камней, овец из шерсти или подсвечника из лавового камня — своеобразной инкарнации вулканического извержения. В то же время в последние годы появляется представление о хрупкости окружающей среды: помимо прочего, путешественников предупреждают, что “исландская природа — то, чем нужно восхищаться, а не растаскивать на части, чтобы увезти домой” (Chapman n.d.), призывая сделать выбор в пользу приобретенных сувениров, а не самостоятельно собранных памятных вещей.

Другие типы природных сувениров становятся способом “употребить” Исландию в прямом смысле этого слова (вдохнуть горный воздух из баллончика, отведать экологичное варенье из диких ягод или сушеную треску — блюдо викингов, намазаться кремом с травами и минералами): за умеренную плату страна буквально становится частью инокультурного тела, одновременно передавая

ему “исландские” качества — уникальность, чистоту, природную мощь и творческий потенциал. Исландия предстает благотворно воздействующей на здоровье и полной чудес; идея потребления как познания через личный чувственный опыт и последующих телесных изменений за счет инкорпорации частицы природы другой страны прослеживается даже в цитате из рекламной статьи с перечислением разновидностей морской соли: “лавовая соль, соль с ревенем, соль с солью, соль с травами, соль с песком черного [лавового] берега, соль с дикорастущими ягодами, соль с исландским мхом... вероятно, даже соль, которая после ее съедания вызывает северное сияние из рта” (Schultz 2018). Несмотря на явную иронию, в целом исландцы, вероятно, согласны с этим посылом.

Поскольку природа выступает одним из центральных элементов идентичности исландцев, неудивительно, что наибольшее раздражение вызывают сувениры, которые преподносятся как имеющие к ней отношение, но не считаются таковыми местными жителями. Так, почетное первое место в “антирейтинге” принадлежит тупикам. Эти северные птицы не пользовались большим спросом у туристов до 2005 г., когда один из рейкьявических предпринимателей заказал в Китае партию сувениров-тупиков, неожиданно ставших одним из самых популярных у иностранцев символов страны (Lund et al. 2018: 151). С тех пор туристические магазины наводнили чучела настоящих птиц, статуэтки тупиков-викингов, тупики с исландскими флагами и в национальных костюмах, плюшевые тупики, открытки, брелоки и магниты с тупиками и пр. Недаром статью в *Reykjavík Grapevine* о негативном воздействии овертуризма на центр столицы иллюстрирует ироничная картина “Нашествие тупиков на Лейгавегур” (*Lundafár á Laugavegi*) Траунда Тоураринссона. Черно-белые птицы с яркими клювами привлекают туристов, желающих понаблюдать за ними в ходе специального тура или через сувениры, изображающие их, прикоснуться к чистой и хрупкой исландской природе (Ibid.: 153). Гигантский надувной тупик, “проламывающий” потолок, встречает пассажиров в аэропорту Рейкьявика, призывая покупать сувениры, — несмотря на явное влияние “взгляда туриста”, здесь снова проскальзывает местная ирония.

Тупики — наиболее заметный пример перформативности “взгляда туриста”: подавляющему большинству приезжих (как и значительной части исландцев) не удастся увидеть этих птиц вживую, тем не менее именно они по прихоти случая стали для иностранцев символом Исландии. Исландцы же относятся к “нашествию тупиков” с явным скепсисом — возможно, кроме жителей Западных островов (ПМА 2019: АЕ), где вокруг колоний тупиков возникла своеобразная культура. Для большинства местных жителей сувениры с этими птицами — символ не их страны, а туристического бума, навязывающего исландцам точку зрения иностранцев, не слишком хорошо представляющих себе природу Исландии:

Лет этак 25 назад я купил футболку с тупиком в каком-то туристическом магазине, потому что я подумал, что это поразительно. Как эта птица может быть национальной птицей Исландии?! <...> И на самом деле это была отличная футболка, 20 лет прожила! Но я просто думал, что это ужасно смешно. Исландская птица, которую я никогда не видел и не встречал, не знал, какие звуки она издает (ПМА 2019: N.).

[Э]ти смешанные чувства, их можно увидеть через то, как люди воспринимают тупикмаги. Типа того, что они убогие, дешевые и выживающие всё из

центра... Так что они как... как символ того, что... центр кишит туристами, ты ассоциируешь это с тупикмагами и образ тупиков оказывается связан с этими чувствами (ПМА 2019: D.).

Однако нужно отметить, что “взгляд туриста” и связанный с ним ажиотаж оказывают все большее влияние на восприятие тупиков исландцами. Значительная часть художников обращается к тупикам как в попытках переосмыслить “местным взглядом” влияние “взгляда туриста”, так и приспособляясь к рынку. Например, в 2009 г. Кёрвер Торродсен устроил иронический перформанс “Sliceland – the Westernmost pizzas in Europe” (“Слайсленд – самые западные пиццы в Европе”), во время которого подавал гостям и туристам на отдаленном маяке пиццу из этих птиц (*Kjartansdóttir, Schram* 2020: 222–223) – символ туристической глобализации, превращающей тупиков в своего рода “фастфуд” для приезжих (который можно употребить не только символически, но и в прямом смысле этого слова, и который можно назвать исландским в той же мере, что и пиццу), а также пародия на многочисленные рестораны “традиционной исландской кухни”, которые предлагают туристам экзотические для большинства современных исландцев продукты: один из моих собеседников, родственник Кёрвера, упомянул, что это был первый и последний раз, когда он попробовал эту птицу (ПМА 2019: N.). В то же время фигурки тупиков, сделанные местными мастерами из дерева, появляются и в списках рекомендованных сувениров, и на витринах магазинов. Вполне возможно, что через несколько лет они станут общепринятым символом страны как в самой Исландии, так и за рубежом.

Другой, чуть менее распространенный пример – белые медведи. Несмотря на то что их фигуры привлекают туристов к “тупикмагам”, а плюшевых мишек можно найти в большинстве сувенирных магазинов, их популярность (меньшая, впрочем, чем у тупиков) – это скорее следствие бореализма, представления Исландии как обобщенного “Севера”. Как предполагают исландские исследователи, такой интерес к арктической фауне связан не только с бореализмом, но и с экологической повесткой: тупики и белые медведи стали символами глобального потепления и губительного воздействия человека на природу (*Lund et al.* 2018; *Kjartansdóttir, Schram* 2020). При этом белые медведи пока не “осваиваются” местными мастерами – если в случае тупиков, чьи колонии есть на территории страны, исландцы готовы идти на компромисс, то “чужие” белые медведи остаются прерогативой китайских фабрик.

Условно “традиционная” материальная культура: лопапейса. Шерстяные свитера с орнаментом вокруг воротника стали своего рода современным “национальным костюмом” исландцев. Кэтлин Донлан пишет о своей первой поездке в Исландию в 2012 г.:

Как исландцы, так и туристы говорили мне, что если и покупать в Исландии какой-то сувенир, то это должна быть лопапейса. Похоже, она ассоциировалась с глубинной историей Исландии и даже превозносилась как механизм, с помощью которого ранние исландские поселенцы согревались и выживали в суровом климате. Мне рассказывали, что она связана вручную, традиционна и отличается высочайшим качеством – настоящий символ аутентичного исландского опыта (*Donlan* 2016: 3).

На самом деле лопапейса появились в конце 1940-х годов, и в период кризиса их вязание стало популярным хобби среди исландцев, способом выразить национальную идентичность и вернуться к корням. В это время подавляющая часть героев интервью в газетах была сфотографирована именно в традиционных свитерах, их массово носили прохожие на улицах, преподаватели университета и студенты (ПМА 2008–2009). Сейчас популярность этой одежды снизилась, тем не менее и в 2024 г. лопапейса можно увидеть на фотографиях практически всех кандидатов в президенты Исландии. При этом свитера приобретаются почти исключительно туристами, исландцы вяжут их сами или получают в подарок.

Свитера стали одним из традиционных сувениров, широко рекомендуемых во многих статьях и блогах. Однако с ростом туристического потока спрос на них стал превышать предложение — это привело к тому, что страну наводнила китайская продукция. Исландия пытается бороться с этим, рекомендуя покупать лопапейса Ассоциации вязальщиц Исландии — из неразобранной шерсти (это придает водоотталкивающие свойства, что важно во влажном климате), определенного кроя и вязки, с регламентированными особенностями орнамента. Проблема приняла такие масштабы, что в 2020 г. лопапейса был присвоен ЗНМП. Однако “тупикмаги” массово продают китайские свитера, зачастую фабричного производства, которые стоят значительно дешевле. Несмотря на то что практически все туристические статьи, посвященные сувенирам, призывают бойкотировать поддельные лопапейса, последние не теряют своей популярности — для многих путешественников “исландский дизайн” и цена перевешивают неисландские материалы и происхождение.

Нематериальная культура: литература и музыка. Уже в Средние века исландцы пользовались славой искусных сказителей, поэтов и историков. Литературное наследие страны сыграло важную роль в борьбе за независимость (возвращение саг из Дании и их издание в Исландии было важным политическим вопросом [Hálfðanarson 2011; Helgason 1999: 119–136]) и до недавнего времени составляло центральную часть идентичности исландцев: саги входили (и входят) в школьную программу, их исполняли по радио, в Альтинге еще во второй половине XX в. проходили “поэтические дни”, по результатам которых издавались сборники стихов, а в 2011 г. Рейкьявик получил статус “города литературы ЮНЕСКО”. Однако XXI в. внес свои коррективы: литературоцентричность исландцев постепенно отходит на второй план.

До недавнего времени в туристических магазинах продавались классические переводы саг на европейские языки — в первую очередь на английский (издательства “Penguin”). Однако в конце 2010-х годов на прилавках появились пересказы, сделанные при участии исландских специалистов: небольшие книги с иллюстрациями, изрядно упрощенные. Современному читателю трудно воспринимать средневековые тексты с их многочисленными героями, запутанными генеалогиями, бесконечными распрями и убийствами, с отсутствием единого связного сюжета. Новые издания исправляют эти “недостатки”, выдавая сокращенные выжимки, выстроенные вокруг центрального героя, убирая или сокращая другие сюжетные линии как несущественные. Заодно такой подход решает иные проблемы современного восприятия. Так, на прилавках возникает несуществующая “Сага о Гудрун” (пересказ части “Саги о людях из Лососей долины”⁴, связанной с этой героиней) — своеобразная попытка создать иллюзию гендерного равенства. Тем не менее, в отличие от китайских свитеров, подобные

литературные поделки не вызывают массового возмущения (в том числе и по причине гораздо меньшей востребованности), и урезанные тексты саг не удостоиваются упоминаний в качестве плохих сувениров.

Несмотря на то что саги по-прежнему встречаются в предназначенных туристам статьях, они менее популярны, чем, например, книги нобелевского лауреата Халлдора Лакснесса. Однако первое место принадлежит детективам Ирсы Сигурдардоттир и других авторов, построенным по стандартным законам жанра, но в антураже суровой северной Исландии. Подавляющая часть рекламных текстов ограничивается вышеприведенной тройкой: традиционные саги, титулованный классик Лакснесс и современная популярная литература. Все это известно за рубежом, переведено на многие языки, хорошо разрекламировано и балансирует между локальным и глобальным: от максимально “национальных” саг до универсальных детективов, в которых Исландия выступает скорее в качестве декорации.

В определенном смысле на смену литературе пришла музыка. По выражению одного из моих собеседников, музыка “заменила поэзию как средство самовыражения, творческого выражения” и позволяет исландцам “по-прежнему... считать себя своего рода творческой нацией” (ПМА 2016: А.). Наконец, как прежде литература, исландская музыка тесно связывается с природой: в видеорядах клипов и звуковых эффектах песен, в интервью исполнителей (см.: *Dibben* 2009). Не случайно современная музыка становится самым популярным сувениром, относящимся к нематериальной культуре: ее рекомендуют к покупке даже несмотря на то, что диски и пластинки сегодня практически превратились в раритет для меломанов; впрочем, речь может идти и о цифровых покупках.

Любопытно, что если рекомендованная в качестве сувенира литература обычно более-менее конкретизирована, а принципом ее отбора становится, с одной стороны, ее исландскость, с другой — популярность за рубежом, то для музыки авторство и жанровая принадлежность не так важны — главным критерием оказывается малоизвестность. Бьорк, реже *Sigur Rós*, приводятся в качестве примера набивших оскомину исполнителей, чье творчество не советуют к покупке, а лучшим вариантом считается “любая не раскрученная за рубежом исландская музыка”. Нужно отметить, что значительная часть песен (один из моих собеседников оценил ее в половину от общего количества [ПМА 2016: А.]) сочиняется на английском языке: его хорошо знает большая часть исландцев, и в то же время он дает возможность значительно расширить аудиторию и выйти на глобальный рынок. Вероятно, именно музыка становится второй после природы точкой максимального пересечения “местного взгляда” и “взгляда туриста” — причем в этом случае инициатива исходит с “местной” стороны. Музыка одновременно соответствует представлению о творческом духе исландцев и их особой связи с природой; она достаточно уникальна для того, чтобы считаться местной, и достаточно универсальна, чтобы быть понятной представителям других культур, — и это с исландской точки зрения делает ее одним из наиболее привлекательных сувениров.

* * *

Раньше, когда поездки с целью развлечения были роскошью, доступной меньшинству, подобный опыт обладал самостоятельной ценностью. Однако в эпоху массового туризма путешественникам недостаточно простого выхода

за пределы повседневности (тем более что туристическая индустрия сглаживает “инаковость” других стран). Если прежде туристы довольствовались типовыми открытками и магнитами, теперь это считается банальным, привлекательными становятся “аутентичность” и “настоящий” исландский опыт. В погоне за аутентичностью лучшими сувенирами парадоксальным образом становятся несувениры: туристам предлагаются товары, предназначенные для самих исландцев.

Ассортимент магазинов для туристов становится следствием “обоюдного взгляда”: представление о “настоящих исландских” сувенирах зависит не только от желания иностранцев покупать определенные товары, но и от стремления исландцев контролировать этот процесс, создавая различные стратегии продвижения подходящих национальных сувениров и осуждения неправильных, неисландских.

“Правильные” сувениры чаще всего имеют практическую ценность: их можно съесть, приобшившись к местной кухне, выпить, надеть (и выглядеть как исландец), нанести на лицо и тело, прочитать или прослушать. Они предлагают чувственный опыт, продляющий пребывание в Исландии за временные рамки путешествия, — возможность почувствовать себя исландцем, а не гостем страны. “Правильными” сувенирами считаются те, в которых местный взгляд и взгляд туриста накладываются друг на друга в наибольшей степени; поэтому различные природные сувениры, традиционные свитера и местная музыка лидируют в статьях с советами для путешественников.

Типичный “неправильный” сувенир зачастую представляет собой что-то не очень практичное и безвкусное, нередко произведенное в другой стране: магнит на холодильник в форме Исландии, фигурка тупика в викингском шлеме, в лучшем случае — кружка с фотографией Рейкьявика или майка с надписью “Я не говорю по-исландски”. Тупики, не воспринимающиеся большинством исландцев как часть природы страны, возглавляют рейтинг антисувениров. Давление “взгляда туриста”, однако, так велико, что, насколько можно судить, для “местного взгляда” эти птицы постепенно начинают становиться “своими”. Осуждение вызывают и популярные сладости, которые продаются в туристических магазинах в китчевых упаковках под названиями вроде “Лошадиные каки” или “Брызги лавы” (см. Рис. 3). По мнению исландцев такие конфеты можно (и нужно) купить в обычном супермаркете под “нормальным” названием, в нейтральной упаковке, никак не связанном с природными феноменами, и в несколько раз дешевле. В этом случае возмущение вызывает то, что, с одной стороны, местные предприниматели беззастенчиво наживаются на туристах, с другой — то, что путешественники не хотят получить “аутентичный” опыт покупки в нетуристическом магазине, предпочитая экзотизированную версию, напоминающую о броских сувенирах из бывших колоний. По сути, “взгляд туриста” конструируется производителями подобных товаров и экстраполируется на существующие местные конфеты, отчуждая их. Хотя содержимое пакетика лакричных сладостей остается прежним, его оформление и цена “отравляют” опыт его поедания как приобщения к культуре исландцев.

Однако ситуация, когда в продвижении сувениров побеждает “местный взгляд” и рекомендуемые товары становятся популярными у туристов, парадоксальным образом приводит к противоположному эффекту: лопапейса, бреннивин, одежда “66° North” и лакричные сладости (наиболее популярные рекомендации) не исчезают, а перемещаются в разряд банальных сувениров — которые без сомнения



Рис. 3. Осуждаемые конфеты: “Исландские лавовые камни”, “Исландские брызги лавы”, “Исландские лошадиные каки”, “Исландские яйца тупиков”. Фото автора. Рейкьявик, 2015 г.

лучше, чем игрушечные тупики или пластиковые викинги, но уже воспринимаются как туристические, недостаточно оригинальные вещи, аутентичность которых изрядно поистерлась (Cohen, Grettiðsson 2020). Исландские названия этих сувениров настолько на слуху, что уже не требуют перевода. Однако, несмотря на не подвергаемую сомнению “исландскость”, их продвижение и последующая популярность среди иностранцев приводят к тому, что “местный взгляд” становится “взглядом туриста”, и популярные ранее сувениры начинают вызывать отторжение.

Примечания

¹ Термин введен шведским историком Гуннаром Брубергом в 1982 г. (*Kjartansdóttir, Schram* 2020: 214).

² Изредка белые медведи попадают в Исландию на льдинах из Гренландии; они представлены в исландском фольклоре, но сами жители Исландии не ассоциируют свою страну с ними (*Kjartansdóttir, Schram* 2020).

³ В оригинале используются исландские слова. *Brennivín* – бреннивин, традиционный исландский крепкий спиртной напиток; *lakkris* – лакричные сладости, *lopapeyja* – лопапейса, свитер из овечьей шерсти с орнаментом, превратившийся в своего рода современную традиционную одежду; *66°NORTH* – известная исландская фирма, производящая одежду для отдыха и занятий спортом на свежем воздухе.

⁴ Женские образы действительно играют в этом тексте большую роль, чем в других “сагах об исландцах”; высказывалось даже предположение, что автором “Саги о людях из Лососей долины” является женщина (*Kress* 1980).

Источники и материалы

- МЭ 2005 – Младшая Эдда / Пер. О.А. Смирницкая; ред. М.И. Стеблин-Каменский. СПб.: Наука, 2005.
- ПМА 2008–2019 – Полевые материалы автора. Рейкьявик (Исландия). 2008–2009, 2016, 2019 гг.
- Buy Shit 2017 – Pyro Pets, Reykjavík Raincoats, Hardfiskur & More. 11.04.2017. (<https://grapevine.is/mag/shopping/2017/04/11/buy-shit-pyro-pets-reykjavik-raincoats-hardfiskur-more>); Handknitted Sweaters, Age Magic, Records & More. 08.06.2017. (<https://grapevine.is/mag/shopping/2017/06/08/buy-shit-handknitted-sweaters-age-magic-records-more>); Vegvísir Tattoo, Dagsson Comics, IceView Lit Journal & More. 11.11.2017. (<https://grapevine.is/mag/shopping/2017/11/11/buy-shit-vegvisir-tattoo-dagsson-comics-iceview-lit-journal-more>); Skateboards, Lysi, Mr Tree, Iceland in Icons. 05.10.2017. (<https://grapevine.is/mag/shopping/2017/10/05/buy-shit-skateboards-lysi-mr-tree-iceland-in-icons>) // The Reykjavík Grapevine.
- Chapman n.d. – Chapman R. The Top 11 Souvenirs from Iceland // Guide to Iceland. <https://guidetoiceland.is/best-of-iceland/top-10-souvenirs-from-iceland#7-icelandic-sagas>
- Cohen, Grettisson 2020 – Cohen H.J., Grettisson V. This Is How to Support Iceland: A Guide to Atypical Souvenirs // The Reykjavík Grapevine. 13.01.2020. <https://grapevine.is/icelandic-culture/2020/01/13/this-is-how-to-support-iceland-a-guide-to-atypical-souvenirs>
- Elías Þórsson 2017 – Elías Þórsson. Welcome To Theme Park 101: Impossible Prices, Citizen Flight and the Audacity of Hope // The Reykjavík Grapevine. 25.08.2017. <https://grapevine.is/mag/feature/2017/08/25/welcome-to-theme-park-101-impossible-prices-citizen-flight-and-the-audacity-of-hope>
- Foreign visitors 1949–2022 – Foreign visitors to Iceland 1949–2022 // Ferðamálastofa. Icelandic Tourist Board. 2023. <https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/talnaefni/ferdatjonusta-i-tolum/2023/sep/1949–2022-foreign-visitor-arrivals.xlsx>
- Fulton 2023 – Fulton C. Treading Lightly Around Iceland // The Reykjavík Grapevine. 08.08.2023. <https://grapevine.is/mag/2023/08/08/treading-lightly-around-iceland>
- Hunt 2015 – Hunt K. Canadian Start-Up Sells Bottled Air to China, Says Sales Booming // CNN. 16.12.2015. <https://edition.cnn.com/2015/12/15/asia/china-canadian-company-selling-clean-air/index.html>
- Nanna Árnadóttir 2015 – Nanna Árnadóttir. Don't Ask Nanna: About Souvenirs // The Reykjavík Grapevine. 14.08.2015. <https://grapevine.is/mag/column-opinion/2015/08/14/dont-ask-nanna-about-souvenirs>
- Nanna Árnadóttir 2017 – Nanna Árnadóttir. Don't Ask Nanna: About Tourist Kitsch // The Reykjavík Grapevine. 11.07.2017. <https://grapevine.is/mag/2017/07/11/dont-ask-nanna-about-tourist-kitsch>
- Orðabókin n.d. – Lundabúð // Orðabókin.is. <https://ordabokin.is/ord/lundabud>
- Schultz 2018 – Schultz C. How to Buy the Right Souvenirs... Without Being Tacky and Losing the Respect of Your Peers // The Reykjavík Grapevine. 29.11.2018. <https://grapevine.is/best-of-reykjavik/bor-guides/2018/11/29/how-to-buy-the-right-souvenirswithout-being-tacky-and-losing-the-respect-of-your-peers>

Um 2,2 milljónir 2024 – Um 2,2 milljónir erlendra farþega 2023 // Ferðamálastofa. Icelandic Tourist Board. 10.01.2024. <https://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/um-22-milljonir-erlendra-farthega-2023>

Научная литература

- Benediktsson K., Lund K.A., Huijbens E.H.* Inspired by Eruptions? Eyjafjallajökull and Icelandic tourism // *Mobilities*. 2011. No. 6. P. 77–84.
- Collins-Kreiner N., Zins Y.* Tourists and Souvenirs: Changes Through Time, Space and Meaning // *Journal of Heritage Tourism*. 2011. No. 6 (1). P. 17–27. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2010.515312>
- Davidson P.* The Idea of North. L.: Reaction Books, 2005.
- Dibben N.* Nature and Nation: National Identity and Environmentalism in Icelandic Popular Music Video and Music Documentary // *Ethnomusicology Forum*. 2009. Vol. 18. No. 1. P. 131–151. <https://doi.org/10.1080/17411910902816542>
- Donlan K.* The Lopapeysa: A Vehicle to Explore the Performance of Icelandic National Identity. 2016. Honors Thesis Collection. 335. <https://repository.wellesley.edu/thesiscollection/335>
- Einarsson M.* The Wandering Semioticians: Tourism and the Image of Modern Iceland // *Images of Contemporary Iceland: Everyday Lives and Global Contexts* / Ed.G. Pálsson, E.P. Durrenberger. Iowa City: University of Iowa Press, 1996. P. 215–235.
- Gordon B.* The Souvenir: Messenger of the Extraordinary // *The Journal of Popular Culture*. 1986. No. 20 (3). P. 135–146. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1986>
- Graburn N.H.H.* Tourism: The Sacred Journey // *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* / Ed. V.L. Smith. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1989. P. 21–36.
- Hálfðanarson G.* Interpreting the Nordic Past: Icelandic Medieval Manuscripts and the Construction of a Modern Nation // *The Uses of the Middle Ages in Modern European States. Writing the Nation* /Ed. by R.J.W. Evans, G.P. Marchal. L.: Palgrave Macmillan, 2011. P. 52–71.
- Helgason J.K.* The Rewriting of Njals Saga: Translation, Politics and Icelandic Sagas. Clevedon: Multilingual Matters, 1999.
- Kjartansdóttir K., Schram K.* Mobilizing the Arctic: Polar Bears and Puffins in Transnational Interplay // *Mobility and Transnational Iceland: Current Transformations and Global Entanglements* / Ed.K. Loftsdóttir, U.D. Skaptadóttir, S.B. Hafsteinsson. Reykjavík: University of Iceland, 2020. P. 209–228.
- Kress H.* “Mjök mun þér samstaft pykkja”: Um sagnahefð og kvenlega reynslu í Laxdæla sögu // *Konur skrifa: til heiðurs Önnu Sigurðardóttur* / Ritn. V. Bentsdóttir, G. Gísladóttir, S. Baldursdóttir. Reykjavík: Sögufélagið, 1980. S. 97–109.
- Larsen J.* Ch. 24. The Tourist Gaze 1.0, 2.0, and 3.0 // *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* / Ed. A.A. Lew, C.M. Hall, A.M. Williams. Chichester: John Wiley & Sons, 2014. P. 304–313.
- Loftsdóttir K.* Krjarnmesta fólkið í heimi. Þrástef íslenskar þjóðernishyggju í gegnum lýðveldisbaráttu, utrás og kreppu // *Ritið*. 2009. No. 2–3. S. 113–139.
- Loftsdóttir K.* Crisis and Coloniality at Europe's Margins: Creating Exotic Iceland. Oxon: Routledge, 2019.
- Lund K.A., Kjartansdóttir K., Loftsdóttir K.* “Puffin love”: Performing and Creating

- Arctic Landscapes in Iceland Through Souvenirs // *Tourist Studies*. 2018. Vol. 18 (2). P. 142–158. <https://doi.org/10.1177/1468797617722353>
- Maoz D. Mutual Gaze // *Annals of Tourism Research*. 2006. Vol. 33. No. 1. P. 221–239. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.10.010>
- Oslund K. *Iceland Imagined: Nature, Culture, and Storytelling in the North Atlantic*. Seattle: University of Washington Press, 2011.
- Schram K. *Borealism: Folkloristic Perspectives on Transnational Performances and the Exoticism of the North*. PhD diss. The University of Edinburgh, Edinburgh, 2011.
- Sigfúsdóttir Ó.G. Nature, Nostalgia, and Narrative: Material Identity in Icelandic Design // *Iceland and Images of the North* / Ed. S.R. Ísleifsson, D. Chartier. Québec: Presses de l'Université du Québec, 2011. P. 351–372.
- Sigurðsson G. Icelandic National Identity: From Romanticism to Tourism // *Making Europe in Nordic Context* / Ed. P. Antonen. Turku: NIF, 1996. P. 41–75.
- Steinþórsdóttir G., Kristjánsdóttir B.S. Lundaleppar, norðurljósasokkabuxur og hrossatað. Vangaveltur um minjagripi, ferðamennsku og sjálfsmyndir þjóðar // *Ritið*. 2019. No. 3. S. 199–228.
- Sæþórsdóttir A., Hall C., Saarinen J. Making Wilderness: Tourism and the History of the Wilderness Idea in Iceland // *Polar Geography*. 2011. No. 34. P. 249–273. <https://doi.org/10.1080/1088937X.2011.643928>
- Urry J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. L.: Sage, 1990.
- Urry J., Larsen J. *The Tourist Gaze 3.0*. L.: Sage, 2011.

Research Article

Kucheroва, I.A. Icelandic Souvenirs: Tourist Gaze vs Local Gaze [Islandskie souveniry: “vzgliad turista” vs “mestnyi vzgliad”]. *Этнографическое обозрение*, 2024, no. 3, pp. 114–136. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030079> EDN: BRFIOW ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

Irina Kucheroва | <https://orcid.org/0000-0002-7246-6155> | ikucheroва@gmail.com | Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences (32-a Leninsky prospect, Moscow, 119991, Russia)

Keywords

Iceland, tourist boom, souvenirs, tourist gaze, local gaze

Abstract

The article focuses on the post-crisis representation of Iceland through souvenirs as the result of the negotiation between the “tourist gaze” and the “local gaze”. Drawing on the materials of field work in Reykjavik as well as media articles, I analyze the impact of tourist boom on souvenir production; the local strategies of the “proper” souvenirs’ promotion; the shifting of the most popular souvenirs towards the “local” or the “tourist” due to the influence of the “mutual gaze”.

References

- Benediktsson, K., K.A. Lund, and E.H. Huijbens. 2011. Inspired by Eruptions? Eyjafjallajökull and Icelandic Tourism. *Mobilities* 6: 77–84.
- Collins-Kreiner, N., and Y. Zins. 2011. Tourists and Souvenirs: Changes Through Time, Space and Meaning. *Journal of Heritage Tourism* 6 (1): 17–27. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2010.515312>

- Davidson, P. 2005. *The Idea of North*. London: Reaction Books.
- Dibben, N. 2009. Nature and Nation: National Identity and Environmentalism in Icelandic Popular Music Video and Music Documentary. *Ethnomusicology Forum* 18 (1): 131–151. <https://doi.org/10.1080/17411910902816542>
- Donlan, K. 2016. The Lopapeysa: A Vehicle to Explore the Performance of Icelandic National Identity. Honors Thesis Collection. 335. <https://repository.wellesley.edu/thesiscollection/335>
- Einarsson, M. 1996. The Wandering Semioticians: Tourism and the Image of Modern Iceland. In *Images of Contemporary Iceland: Everyday Lives and Global Contexts*, edited by G. Pálsson, E.P. Durrenberger, 215–235. Iowa City: University of Iowa Press.
- Gordon, B. 1986. The Souvenir: Messenger of the Extraordinary. *The Journal of Popular Culture* 20 (3): 135–146. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1986>
- Graburn, N.H.H. 1989. Tourism: The Sacred Journey. In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, edited by V.L. Smith, 21–36. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Hálfdanarson, G. 2011. Interpreting the Nordic Past: Icelandic Medieval Manuscripts and the Construction of a Modern Nation. In: *The Uses of the Middle Ages in Modern European States. Writing the Nation*, edited by R.J.W. Evans, G.P. Marchal, 52–71. London: Palgrave Macmillan.
- Helgason, J.K. 1999. *The Rewriting of Njals Saga: Translation, Politics and Icelandic Sagas*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Kjartansdóttir, K., and K. Schram. 2020. Mobilizing the Arctic: Polar Bears and Puffins in Transnational Interplay. In *Mobility and Transnational Iceland: Current Transformations and Global Entanglements*, edited by K. Loftsdóttir, U.D. Skaptadóttir, and S.B. Hafsteinsson, 209–228. Reykjavík: University of Iceland.
- Kress, H. 1980. “Mjök mun þér samstaft þykkja”: Um sagnahefð og kvenlega reynslu í Laxdæla sögu [“Mjök mun þér samstaft þykkja”: On Storytelling and Female Experience in the Saga of the people of Laxardal]. In *Konur skrifa: til heiðurs Önnu Sigurðardóttur* [Women Write: In Honour of Anna Sigurðardóttir], edited by V. Bentsdóttir, G. Gísladóttir, and S. Baldursdóttir, 97–109. Reykjavík: Sögufelagið.
- Larsen, J. 2014. Ch. 24. The Tourist Gaze 1.0, 2.0, and 3.0. In *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, edited by A.A. Lew, C.M. Hall, and A.M. Williams, 304–313. Chichester: John Wiley & Sons.
- Loftsdóttir, K. 2009. Krjarnmesta fólkið í heimi. Prá Stef íslenskar þjóðernishyggju í gegnum lýðveldisbaráttu, utrás og kreppu [The Most Resilient People in the World: Icelandic Nationalism and Identity During the Colonial Period, Economic Expansion and Crash]. *Ritið* 2–3: 113–139.
- Loftsdóttir, K. 2019. *Crisis and Coloniality at Europe's Margins: Creating Exotic Iceland*. Oxon: Routledge.
- Lund, K.A., K. Kjartansdóttir, and K. Loftsdóttir. 2018. “Puffin Love”: Performing and Creating Arctic Landscapes in Iceland Through Souvenirs. *Tourist Studies* 18 (2): 142–158. <https://doi.org/10.1177/1468797617722353>
- Maoz, D. 2006. Mutual Gaze. *Annals of Tourism Research* 33 (1): 221–239. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.10.010>
- Oslund, K. 2011. *Iceland Imagined: Nature, Culture, and Storytelling in the North Atlantic*. Seattle: University of Washington Press.

- Schram, K. 2011. Borealism: Folkloristic Perspectives on Transnational Performances and the Exoticism of the North. PhD diss. The University of Edinburgh.
- Sigfúsdóttir, Ó.G. 2011. Nature, Nostalgia, and Narrative: Material Identity in Icelandic Design. In *Iceland and Images of the North*, edited by S.R. Ísleifsson and D. Chartier, 351–372. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Sigurðsson, G. 1996. Icelandic National Identity: From Romanticism to Tourism. In *Making Europe in Nordic Context*, edited by P. Antonen, 41–75. Turku: NIF.
- Steinþórsdóttir, G., and B.S. Kristjánsdóttir. 2019. Lundaleppar, norðurljósasokkabuxur og hrossatað. Vangaveltur um minjagripi, ferðamennsku og sjálfsmyndir þjóðar [Puffin Sleeping Mask, Northern Lights Pantyhose and Horse Doo Doo: Thoughts about Souvenirs, Tourism and National Identity]. *Ritið* 3: 199–228.
- Sæþórsdóttir, A., C. Hall, and J. Saarinen. 2011. Making Wilderness: Tourism and the History of the Wilderness Idea in Iceland. *Polar Geography* 34: 249–273. <https://doi.org/10.1080/1088937X.2011.643928>
- Urry, J. 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Urry, J., and J. Larsen. 2011. *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.

ИСТОРИЯ НАУКИ

МАТВЕЙ НИКОЛАЕВИЧ ХАНГАЛОВ: ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ БИОГРАФИЯ ВЫДАЮЩЕГОСЯ ЭТНОГРАФА

Б.В. Базаров, С.Г. Жамбалова

Борис Ванданович Базаров | <http://orcid.org/0000-0001-5326-1317> | bazarov60@mail.ru | академик РАН, д.и.н., профессор, директор | Институт монголоведения, буддологии и тибетологии Сибирского отделения РАН (ул. Сахьяновой 6, Улан-Удэ, 670047, Россия)

Сэсэгма Гэндэновна Жамбалова | <http://orcid.org/0000-0002-2672-8126> | zhambalovas@yandex.ru | д.и.н., ведущий научный сотрудник | Институт монголоведения, буддологии и тибетологии Сибирского отделения РАН (ул. Сахьяновой 6, Улан-Удэ, 670047, Россия)

Ключевые слова

М.Н. Хангалов, биография, история этнографии, буряты, народный учитель, ученый

Аннотация

Статья посвящена малоисследованной биографии выдающегося бурятского этнографа и фольклориста, народного учителя Матвея Николаевича Хангалова. На архивных и литературных источниках рассмотрены история семьи Хангаловых, педагогическая, общественная и научная деятельность ученого, его обширное наследие. В статье прослеживается хронология исследований и издания работ М.Н. Хангалова, анализируются география его полевых выездов и научные контакты. Выявлены исторические, связанные с особенностями развития монголоведения и этнографии в Российской империи условия, способствовавшие наиболее полной реализации научного потенциала ученого.

Информация о финансовой поддержке

Государственное задание — проект “Россия и Внутренняя Азия: динамика геополитического, социально-экономического и межкультурного взаимодействия (XVII–XXI вв.)” [№ 121031000243–5]

В 2023 г. исполнилось 165 лет со дня рождения выдающегося российского этнографа и фольклориста Матвея Николаевича Хангалова (род. 16.09.1858 в с. Закулей Нукутского р-на Иркутской обл. — ум. 17.02.1918 в с. Бильчир Осинского р-на Иркутской обл.). Хангалов занимает особое место в ряду бурятских ученых мирового уровня, всецело посвятивших себя науке. Жизнь Матвея

Статья поступила 08.11.2023 | Окончательный вариант принят к публикации 22.03.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Базаров Б.В., Жамбалова С.Г. Матвей Николаевич Хангалов: интеллектуальная биография выдающегося этнографа // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 137–156. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030082> EDN: BRCQEV

Bazarov, B.V., and S.G. Zhambalova. 2024. Matvei Nikolaevich Khangalov: intellektual'naia biografiia vydaishchegosia etnografa [Matvei Nikolaevich Khangalov: An Intellectual Biography of a Distinguished Ethnographer]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 137–156. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030082> EDN: BRCQEV

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

Николаевича, народного учителя с большим педагогическим стажем, прошла в традиционном бурятском окружении, а его исследовательская деятельность была связана с губернским и столичными научными учреждениями России и с именами известных российских ученых. На протяжении многих лет Хангалов занимался полевыми исследованиями среди бурятского населения в Иркутской губернии, по месту своего постоянного проживания, и в г. Иркутске, куда ежегодно приезжал по несколько раз; летом 1917 г. он осуществил экспедицию в Забайкальскую область.

Историографический обзор работ о М.Н. Хангалове. Несмотря на большой список статей о Хангалове, опубликованных в XX–XXI вв., единственным серьезным специальным исследованием остается работа Е.М. Залкинда 1945 г. “М.Н. Хангалов”, базирующаяся на материалах из фонда ученого, хранящегося ныне в архиве Центра восточных рукописей и ксилографов Института монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН (далее – ЦВРК ИМБТ СО РАН), и литературных источниках (Залкинд 1945). В 1983 г. П.Т. Хаптаев писал, что книга 1945 г. – наиболее полное биографическое исследование, посвященное Хангалову (Залкинд, Хаптаев 1983: 3). И это не случайно. Составление биографии интеллектуала, по мнению С.Г. Кцовой, “требует от исследователя достаточной профессиональной подготовленности в тех областях знания, которых он касается” (Кцова 2013: 82). Этой подготовленностью в полной мере обладал автор книги – Е.М. Залкинд, известный этнограф, выпускник ЛГУ, ученик В.Г. Богораза-Тана. По решению Ученого совета Бурятского института общественных наук БФ СО АН СССР (с 1997 г. ИМБТ СО РАН) к 125-летию со дня рождения выдающегося бурятского этнографа было осуществлено переиздание работы “М.Н. Хангалов”. П.Т. Хаптаев написал предисловие, куда включил некоторые сведения из дневников ученого и подробно охарактеризовал собрание его сочинений. П.Т. Хаптаевым также написан раздел “Шестьдесят лет спустя” (Залкинд, Хаптаев 1983: 3–23, 104–115).

В ряду публикаций о М.Н. Хангалове отметим статью М.П. Хамаганова, опубликованную к 100-летию со дня рождения ученого, в которой, несмотря на идеологизированность, была дана объективная высокая оценка научной деятельности этнографа и фольклориста. Его демократические общественно-политические взгляды подтверждены фактами, почерпнутыми из документов ученого (Хамаганов 1959). Кроме того, в 2010 г. в сборнике “Этническая история и культурно-бытовые традиции народов Байкальского региона” вышла статья С.Г. Жамбаловой, посвященная биографии исследователя (Жамбалова 2010). А в 2020 г. был опубликован историографический обзор публикаций о Хангалове, в который вошли в том числе публицистические статьи советского и постсоветского времени (Жукова, Ангархаев 2020). В XXI в. на базе дневников Хангалова опубликован ряд небольших статей (Палхаева и др. 2020, 2021; Жукова и др. 2021; Жукова 2022).

Как видим, специальной работы о жизни и наследии М.Н. Хангалова, подготовленной на широкой источниковой базе, на данный момент нет. Это актуализирует изучение биографии ученого и открывает перспективы для дальнейшего специального исследования истории жизни и деятельности выдающегося бурятского этнографа.

Источники. Статья написана на основании архивных, литературных и публицистических материалов. Важным источником явился архив М.Н. Ханга-

лова (хранится в ЦВРК ИМБТ СО РАН), содержащий документы 1858–1918 гг., бережно сохраненные ученым; помимо рукописей статей здесь представлены: биографические материалы, удостоверения, открытые листы, проездные документы, формулярные списки, описи имущества, переписка и многое другое. Кроме того, авторы данной публикации проанализировали небольшую, введенную в научный оборот в 2010 г. рукопись В.А. Зареченкова¹ “Воспоминания о Бильчирском училище”, которая хранится в Доме-музее М.Н. Хангалова при Бильчирской средней школе. В ней содержатся сведения о Бильчирском Николаевском двухклассном училище (далее – Бильчирское училище), вообще о специфике таких учебных заведений (работавших по Уставам 1828 и 1875 гг.), о социальных гарантиях для учителей, а также воспоминания о Хангалове (Жамбалова 2010). Важным источником стала и дневниковая запись Ц. Жамцарано о встречах с Матвеем Николаевичем в 1906 г. в с. Бильчир и на съезде бурятских учителей в Алари (Жамцарано 2011).

Семья. М.Н. Хангалов происходил из старинной уважаемой семьи, представители которой издавна занимали чины в инородческом управлении. Рассмотренные четыре колена родословной Матвея Николаевича свидетельствуют о том, что фамилия Хангалов закрепилась за родом в первой половине XIX в. Обращает на себя внимание тот факт, что в архиве ученого в ЦВРК ИМБТ СО РАН немало места занимают, как отмечает Г.Н. Румянцев, старинные документы, доставшиеся ученому по наследству. Один из них датирован 1703 г. (Румянцев 1958: 7).

Прадед Матвея Николаевича Балехай Баханов был сельским заседателем Иркутского совестного суда. Дед, Хангал Балехаев, известный среди сородичей своей грамотностью, в начале XIX в. был заседателем Степной конторы от 2-го Олзоева рода. Дед был женат трижды; от второй жены имел двоих сыновей – Николая (отец ученого) и Михаила. Дед “через убийство умер в 1835 г.”. Его третья жена, которую он взял после смерти второй, со своим имуществом вышла замуж за другого (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 1. Л. 8). Отец ученого, Николай Хангалов, прошел полный курс Балаганского приходского училища с похвальной грамотой (1841 г.), он записывал фольклорные материалы и слыл одним из лучших знатоков древних улигеров – мог рассказывать их по четыре дня кряду. Приверженность традиционной культуре не помешала ему креститься и в 1870-х годах стать членом Православного миссионерского общества. Хозяйство у Николая было довольно значительное. Его брат Михаил тоже был зажиточным человеком, имел большое хозяйство, занимал должность старосты 2-го Олзоева рода (Залкинд 1945: 7). Михаил рано умер, опекуном его жены и малолетнего сына был назначен Николай (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 1. Л. 3). У бурят бездетная вдова не имела права наследования и нередко возвращалась к своим родичам, забрав остатки своего приданого (Басаева 1980: 26). Поэтому после смерти мальчика началась судебная тяжба между родственниками (детьми второй жены и др.) и Николаем за наследство. Родственники подключили влиятельных бурят, недругов семьи Хангаловых. В тяжбу был вовлечен и М.Н. Хангалов. Ситуация вышла за пределы наследственного дела и приобрела характер борьбы двух кланов. Вопрос уже касался чести семьи и был связан с разоблачением чиновничьего произвола и коррупции. Репутация непримиримого врага взяточничества и насилия обрекла Матвея Николаевича на долгие годы гонений (Залкинд 1945: 11–13). Судебное разбирательство нашло отражение в архивных фондах, где сохранились прошения с подробным описанием истории семьи, подтвержденной

достоверными документами, представленными Николаем Хангаловым. Это информативные исторические источники (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 1. Л. 11–15).

Этот период жизни М.Н. Хангалова обстоятельно рассмотрен Е.М. Залкиндом. Он пишет: «Подобная борьба, названная впоследствии Матвеем Николаевичем “борьбой партий”, велась вокруг семьи Хангаловых, и она наложила свой отпечаток на судьбу будущего ученого, захватив целую полосу его жизни» (Залкинд 1945: 8). Судебное дело по обвинению в сопротивлении законной власти тянулось 11 лет. В 1884 г. М.Н. Хангалова спровоцировали на стрельбу из револьвера — хотел напугать людей, появившихся ночью у его дома. В 1895 г. его приговорили “к отдаче в исправительные арестантские отделения на 1 год, с заменой тюремным заключением и с сокращением срока в силу манифеста от 14 ноября 1894 г.” (Там же: 13). Пункт 3 статьи IV Манифеста, изданного по случаю бракосочетания Николая II, уменьшал для определенных групп судимых назначенные сроки на одну треть (Высочайший Манифест 1894). Е.М. Залкинд пишет: “8 месяцев, проведенные в Балаганском тюремном замке, были напоминанием об отравленных преследованиями годах молодости для человека, уже всецело поглощенного другими, более высокими интересами” (Залкинд 1945: 13).

У Николая Хангалова было трое сыновей, двоим он дал образование — старшему Ефиму и младшему Матвею. Средний сын Федор оставался дома и занимался хозяйством семьи, преимущественно скотоводческим. Ефим, умерший молодым, окончил уездное училище и некоторое время учительствовал в Унге. Фамилию отца прославил Матвей. Начальное образование он получил в Балаганском инородческом училище (1866–1869), показав отличные успехи. В архивном фонде ученого имеется Похвальный лист, подтверждающий это. В 1871 г. Матвей поступил как стипендиат Степной думы с пособием в 100 р. в Иркутскую губернскую гимназию. Впоследствии из-за проблем с классическими языками он оставил учебу по совету преподавателей и при их же содействии поступил в учительскую семинарию, которую окончил в 1876 г. (Там же: 8–9).

В 1891 г. М.Н. Хангалов женился на Данчиновой Дарье Егоровне (Маласханова 2015: 296). Дневниковые записи и архивные материалы свидетельствуют о семейном ладе, об уважительном отношении супругов друг к другу. Жена ведет домашнее хозяйство, муж занят научной, педагогической и общественной работой. Они нередко вместе бывают в гостях у коллег и родственников, выезжают на природу, ездят семьей в Иркутск. По традиционным представлениям, буряты не называют старших родственников и супругов по имени, а пользуются терминологией родства (Басаева 1980: 44–45), поэтому М.Н. Хангалов в дневниках называет Дарью Егоровну “жена”, а дочь в письмах по имени — “Соня”. Переписка между отцом и дочерью типична и для нашего времени. Софья пишет 13 марта 1911 г.: “Здравствуйте, дорогие мои папа и мама!!!! Я живу ничего, учусь старательно, как могу. Я посылку и 37 рублей получила. <...> Я берегу деньги как могу, ничего не покупаю”. В письме от 17 марта 1914 г. Матвей Николаевич пишет:

Дорогая и милая Соня! Мама прибыла благополучно. <...> Посылаю 17 рублей, купи себе жакетку или что желаешь, а часть денег оставь себе на расходы. Скоро не буду посылать денег. От хозяйки спроси, можно ли сделать перевод по почте за квартиру. <...> Милая Соня, напиши, как ты живешь в новой квартире. Мы живем благополучно. Посылаем тебе наше родительское благословение. Твой отец (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 3. Л. 3, 5).

Целый блок архивных материалов свидетельствует о стремлении родителей дать единственной дочери Софье высшее образование. Вопрос был связан с финансовыми проблемами, которые могли решиться за счет отказа Матвея Николаевича от научной и педагогической работы. В обсуждение были вовлечены петербургские товарищи. В письмах они обдумывали проблему, убеждали Хангалова не отказываться от исследований. Особенно впечатляют письма Ц. Жамцарано, его забота о сохранении бурятского этнографа для науки. Ц. Жамцарано, по просьбе Д.А. Клеменца, являлся посредником в сотрудничестве Матвея Николаевича с Этнографическим отделом Русского музея императора Александра III (далее – РЭМ) (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 5. Л. 9–10).

Когда дочь поступила в Иркутскую женскую гимназию, потребовались деньги на оплату за квартиру (ежемесячно 35–40 руб.) и на содержание, а зарплата народного учителя была 40 руб. в месяц, научные труды не приносили дохода. В Иркутске Хангалов нашел хорошо оплачиваемое место сидельца в казенной винной лавке 1 разряда. Он планировал года через три-четыре вернуться к своим обычным занятиям народного учителя и исследователя (*Залкинд* 1945: 28–30). В конце концов Матвей Николаевич остался в Бильчирском училище, а издатели научных работ в письмах утешали его тем, что публикации, не приносящие никаких денег, не пропадут даром и будут изданы с “любовным вниманием” (Там же: 30–31). Софья Матвеевна Хангалова училась во Владивостоке на отделении Института восточных языков (1899), откуда вынуждена была уйти с 3 курса из-за материальных затруднений (*Залкинд, Хантаев* 1983: 60). Впоследствии она работала учителем: один учебный год (1917/1918 г.) в Ирхидейской школе (*Шагунова* 2017), а затем в Бильчирской школе. Сам М.Н. Хангалов трудился в этой школе до конца жизни. Е.М. Залкинд пишет: “2 марта (17 февраля) 1918 г. буряты Балаганского ведомства с глубокой скорбью собрались проводить в последний путь старого учителя, до конца оставшегося верным своему народу и горячо любимой науке” (*Залкинд* 1945: 59).

Семья Матвея Николаевича жила в достаточно хорошем, обустроенном, близком к городскому дому. Сейчас это Мемориальный дом-музей М.Н. Хангалова при Бильчирской средней школе. Здесь по возможности сохранен прежний интерьер, в который корректно вкраплены музейные стенды. В 2007 г. во время нашего полевого выезда в прихожей стояли стол с самоваром и буфет-шкаф, в кабинете – низкое бюро, сундук, покрытый ковром из камусов, на стенах размещались интересные и малоизвестные фотографии ученого в юности и в молодости, в спальне – резная деревянная кровать с наклонными спинками и стенкой, зеркало в фигурной деревянной оправе, в большой комнате располагался выставочный зал. В доме сложена русская печь без плиты со встроенным котлом (*тогоо*), есть сепаратор, мясорубка, высокий керамический сосуд (*Жамбалова* 2010: 15). К юбилею ученого в 2008 г. в музее была проведена реэкспозиция: размещены новые более современные стенды; кроме того, переставлены некоторые вещи (например, кровать перенесена в зал, зеркало перевешено в прихожую). В день конференции состоялось открытие мемориальной доски (Там же).

Следует отметить, что в конце XIX – начале XX в. немало зажиточных предбайкальских бурят проживало в подобных домах. Так, в рукописи В.А. Зареченкова читаем, что недалеко от Бильчирской инородной управы «стоял новый под тесовой крышей дом, с высоким крепким забором. На доме вывеска “Торговля”. Это был дом Ник. Инок. Амагаева. Рядом с ним большой дом со светлицей – Данчиновой-Буртоновой» (*Зареченков* 1909).

Портрет ученого. Ц. Жамцарано, в 1906 г. для сбора этнографических материалов командированный из Санкт-Петербурга в Иркутскую губернию и Забайкальскую область, познакомился с М.Н. Хангаловым в Бильчире. Он пишет в своем дневнике:

У знаменитого Хангалова. С ним живут Н. Ип. Амагаев, один из деятельных учителей. М.Н. Хангалов меня интересовал давно. С его печатными трудами был знаком, и по рассказам других я имел некоторое представление о личности его. Мне рисовался он человеком в высшей степени энергичным и любящим бурят. И действительно, это был человек с энергичными хищными глазами, орлиным носом и увлекающимися губами. Вся его энергия, стремление вперед было направлено на изучение бурятской старины, на школу и на борьбу со всем, что стояло на пути препятствием. Рассказчик он незаменяемый, и сам увлекается, и других увлекает (*Жамцарано* 2011: 214).

В.А. Зареченсков, направленный в Бильчирскую школу после окончания учительской семинарии, так описывает свое знакомство с М.Н. Хангаловым:

На другой день, узнав, что училище в пяти верстах от Управы, я отправился к зав. училищем. Квартира заведующего была при училище — таков был общепринятый порядок, заведующие жили при училище. Встретил меня грузный, на вид добродушный старик, с тронутыми сединой волосами. Это был Матвей Николаевич Хангалов, с которым я работал до конца его жизни. Светлая память о Матвее Николаевиче сохранится у меня навсегда. Спокойный, рассудительный, уравновешенный, готовый прийти на помощь в любое время, он был образцом для меня и других работавших и встречавшихся с ним (*Зареченсков* 1909).

Целый ряд жизненных обстоятельств, прохождение через серию малых пограничных ситуаций сформировали Хангалова как уникальную личность. Этому также способствовали семейные традиции и устои, учеба в губернском городе, широкий круг очного и заочного общения с научными деятелями — среди них был и французский ученый П. Лаббе: вместе с Матвеем Николаевичем они провели полевые исследования, а позже переписывались.

Ц. Жамцарано отмечает:

Даже свою школу обставил [Хангалов] по-своему. Развесил на стенах онгонов, хадаки и пр. Его школа — маленький национальный музей, его сундук — целая кладовая, где собраны все труды Хангалова в течении 35 лет. <...> Постоянно имея дело с шаманами, онгонами, духами и пр., Хангалов сделался очень чутким ко всему чудесному, к волхвованию, влиянию на расстоянии и пр. (*Жамцарано* 2011: 214).

Он планировал “сняться в полном шаманском одеянии с колчаном со стрелами и луком”. В письме к Ц. Жамцарано Хангалов подчеркивал ценность такого источника (снимка) для последующих исследователей (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 5. Л. 15). Е.М. Залкинд пишет:

Все знавшие Хангалова единодушно отмечают его крайнюю настойчивость и целеустремленность. Никогда не расстававшийся с записной книжкой, в которую немедленно заносилось все, заслуживающее внимания, жадный к людям, из общения с которыми можно было почерпнуть что-либо полезное, он олицетворял собой истинного исследователя (*Залкинд* 1945: 37).

Хангалов пользовался всеобщим уважением. В своей рукописи В.А. Зареченсков отмечал, что «[н]а тайлаганах Матвей Николаевич был почетным гостем и уж “духарян” не проходил мимо него» (*Зареченсков* 1909).

Народный учитель. М.Н. Хангалов был известным авторитетным педагогом. Об этом свидетельствуют многие архивные документы. Так, в 1906 г. в Алари Ц. Жамцарано сделал следующую запись: “Съезд бурятских учителей <...> Было до 25 человек во главе с Хангаловым и Амагаевым” (*Жамцарано* 2011: 222). Руководство школ региона ценило Матвея Николаевича как опытного педагога и не раз назначало его председателем экзаменационных комиссий в училищах, в том числе в городском и церковно-приходском. Хангалов участвовал в многочисленных мероприятиях, направленных на совершенствование преподавания в школе, много размышлял о путях улучшения образования бурят. Эта тема хорошо раскрыта в работе Е.М. Залкинда (*Залкинд* 1945: 14–21). Привлекает внимание следующий сюжет из педагогической деятельности ученого: его желание (которое, к сожалению, не осуществилось) в 1903 г. организовать школьную экскурсию в Санкт-Петербург и Москву за счет государственных средств. Он верил, что ученики могут стать проводниками и апологетами нового, более культурного образа жизни, стремился реформировать бурятскую школу, вносил много разумных предложений. Для взрослых по субботам в школе или в улусах он демонстрировал диапозитивы, иллюстрирующие научные открытия, и давал пояснения на бурятском языке (Там же: 16–17, 21).

М.П. Хамаганов считает, что Хангалов проработал учителем 42 года: в Кудинской школе — 8 лет, в Закулейском училище — 3 года, в Бильчирском училище — 31 год (*Хамаганов* 1959: 98). Эта цифра спорна, а ее уточнение требует специальных изысканий. По архивным данным, по окончании семинарии Хангалов с 1876 г. работал в должности учителя Кудинского инородческого училища с жалованьем 350 руб. в год, увеличенном позднее до 422 руб. (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 2. Л. 11–13). С 13 декабря 1893 г. он “отставной учитель”: отставка связана с судебной тяжбой за наследство дяди Михаила, которая требовала много времени. С 1899 по 1902 г. он работал в родном улусе Закулей, где построил школу и был ее первым учителем. Здание школы — одноэтажное строение сложной планировки с 14 окнами, с наличниками, фризом и карнизом с пропиленной резьбой является памятником истории и культуры районного значения (Нукутский р-н Иркутской обл.), но в настоящее время оно заброшено (*Бурушкина* 2019). В архиве имеется удостоверение, выданное Унгинской инородческой управой 22 июня 1900 г. М.Н. Хангалову как учителю Закулейского инородческого министерского училища, где указано, что он имеет жену Дарью Егоровну 31 года и дочь Софью 4 лет (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 2. Л. 16). В 1902 г. Матвей Николаевич был переведен в Бильчирское училище на должность заведующего и учителя 1 класса. Училище имело два класса с тремя отделениями в каждом; работало три учителя, обучалось около 80 человек. Здесь Хангалов проработал до конца своей жизни (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 82. Л. 72). Находящееся в пяти

верстах от Бильчирской инородной управы училище, как отметил в своей рукописи В.А. Зареченсков, имело приличный внешний вид и было хорошо оборудовано (*Зареченсков* 1909).

В рукописи В.А. Зареченскова есть материалы о народных школах и народных учителях, раскрывающие новые грани биографии Хангалова. Школы по уставу 1828 г., в том числе Бильчирская, назывались приходскими и пользовались определенными привилегиями (которых не было у школ по уставу 1875 г.). Учителя при устройстве на работу получали денежное пособие в размере 1/3 годового оклада. По истечении 25 лет службы им была положена пенсия, равная полному окладу, независимо от того, продолжал человек работать или нет (Хангалов получал пенсию 50 руб.). Учителю присваивался чин “коллежский регистратор 14-го класса” и давалось право в парадных случаях надевать, а при выходе в отставку “с мундиром и пенсией” носить мундир со шпагой. Чиновник исключался из податного сословия, т. е. не платил налоги, не мог быть подвергнут телесным наказаниям, он имел право обучать своих детей в привилегированных учебных заведениях (дочерей в Институте благородных девиц, а сыновей в кадетском корпусе) (*Зареченсков* 1909). Т.И. Еремина подчеркивает, что это было важно для учителей – выходцев из податных сословий, получивших образование в учительских семинариях и по происхождению или образованию не имевших права поступать на государственную службу, а также на чинопроизводство (*Еремина* 2008: 74–79). В.А. Зареченсков пишет: “Первыми получившими чин 14-го кл. в Бильч. 2-кл. уч. были Матвей Николаевич Хангалов, Николай Иннокентьевич Амагаев, я и учитель Григорьев Михаил Иванович. Об этом я прочитал в Иркутских Губернских Ведомостях, официальном органе, на второй год моей работы” (*Зареченсков* 1909).

В статье “Подвижная школа” Хангалов говорит о неоправданном размещении бурятских школ возле малолюдных Степных дум и инородных управ (*Хангалов* 1959). Действительно, поселение Бильчирской инородной управы, в 5 км от которой находилось училище, состояло из конторы, земской квартиры, фельдшерского пункта, квартиры писаря, церкви, дома священника и кладбища (*Зареченсков* 1909). Это было типичное административное поселение. М.Н. Хангалов предлагал строить школы возле многонаселенных улусов и в центре ведомств, обосновывая это примерами из истории просвещения бурят. При этом Матвей Николаевич свободно оперировал достоверными статистическими данными, знанием мест нахождения улусов и т.д. Он отмечал стремление бурят обучать детей грамоте и то, что многие люди смотрят на училища “как на полезные учреждения, дающие первоначальное образование” (*Хангалов* 1959).

Будучи заведующим Бильчирской школы, Хангалов, замечательный педагог, помогал лучшим ученикам поступать в средние и высшие учебные заведения, ходатайствовал перед руководством образовательных учреждений об их зачислении, оказывал материальную поддержку, проводил сбор средств. Известны письма учеников, адресованные ему с обращением “наш любимейший учитель”. Среди его учеников были известные общественно-политические деятели Бурятии М.М. Сахьянова, М.Н. Амагаев и др. (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 9). На Доске почета Бильчирской средней школы портреты ее выпускников, 6 из которых стали ректорами вузов, 10 – докторами, 20 – кандидатами наук, 17 получили звание “мастер спорта”. Сегодня Бильчирская средняя школа им. М.Н. Хангалова Осинского района Иркутской области – современный плацдарм для углубления исторической памяти об ученом и меморизации его имени.

Научное наследие и издание работ ученого. Архив ученого хранится в нескольких городах РФ. По просьбе Буручкома в 1926 г. часть документов ученого была подарена его супругой Дарьей Егоровной Хангаловой архиву ЦВРК ИМБТ СО РАН (Базаров, Плеханова 2021), часть передана дочерью Хангалова Софьей Матвеевной в 1950 г. в Музей истории Бурятии им. М.Н. Хангалова г. Улан-Удэ (МИБ). В Санкт-Петербурге архив ученого, включая статьи и переписку, хранится в Институте восточных рукописей РАН и в Российском этнографическом музее. Имеется архив Хангалова и в Иркутском областном краеведческом музее им. Н.Н. Муравьева-Амурского (ИОКМ) (Румянцев 1958: 6–7). Часть наследия ученого – собранные им вещественные памятники, представляющие собой уникальные экспонаты – хранится в ряде музеев, в том числе в ИОКМ. В коллекционной описи музея имеются: “Фонд М.Н. Хангалова” (№ 5899); “Коллекция по онгонам”³ (№ 7365); “Коллекция онгонов, приобретенных на средства отдела М.Н. Хангаловым” (№ 7382); “Этнографические коллекции, доставленные Хангаловым. Коллекция шаманских онгонов Балаганского и Иркутского уездов” (№ 7365); “Коллекция предметов по шаманству из Балаганского уезда от М.Н. Хангалова” (№ 5899) (Маласханова 2013: 253). Вещественные памятники хранятся также в фондах музеев Санкт-Петербурга, Улан-Удэ и Франции. Мемориальные вещи личного характера, а также предметы музейного значения переданы родственниками в МИБ.

Научное наследие М.Н. Хангалова огромно. Основная часть научных трудов была опубликована еще при жизни выдающегося этнографа, были архивированы и его рукописи. Многие вышедшие в советское время работы без дополнений были переизданы в первые десятилетия XXI в. – они отличаются научной глубиной, а часть и значительным объемом. Две статьи подготовлены ученым в соавторстве: одна – “Материалы для изучения шаманства в Сибири. Шаманство у бурят Иркутской губернии” – написана совместно с Н.Н. Агапитовым (Агапитов, Хангалов 1883), другая – “Общественные охоты у северных бурят (Зэгэтэ-аба – охота на росомах)” – с Д.А. Клеменцем (Клеменц, Хангалов 1910). В журнале “Известия ВСОРГО” вышли три статьи (Хангалов 1880, 1888, 1900) и два шаманских предания и поверья “Суд заянов над людьми” и “Предания и поверия унгинских бурят”. Отдельными книгами были изданы в “Записках ВСОРГО по этнографии” “Новые материалы о шаманстве бурят” (Хангалов 1890) и в “Трудах ВСОРГО” известный “Балаганский сборник”, в котором представлены сказки, поверья и некоторые обряды северных бурят (Хангалов 1890). В журнале “Этнографическое обозрение” были опубликованы статьи “Несколько данных для характеристики быта северных бурят” (Хангалов 1891) и “Юридические обычаи у бурят” (Хангалов 1894). В 1889 и 1890 гг. в “Записках ВСОРГО” вышло еще два сборника, в которых приведены фольклорные записи Хангалова⁴. Впоследствии материалы ученого из этих сборников вошли в третий том Собрания сочинений (Хангалов 1961). Есть небольшие заметки Хангалова, опубликованные в журналах без указания фамилии автора. Позднее они обоснованно были включены в Собрание сочинений (Т. 3). Публикации, вводящие в научный оборот новые достоверные этнографические материалы, при жизни ученого неизменно вызывали большой интерес, дискуссии и получали высокую оценку российских исследователей. По мнению П.Т. Хаптаева, очень много интересного материала, хранящегося в архивах страны, осталось неизданным (Залкинд, Хаптаев 1983: 19).

В 1950-е годы к 100-летию со дня рождения и 40-летию со дня смерти М.Н. Хангалова Бурятский комплексный НИИ СО АН СССР провел огромную работу по изданию собрания его сочинений в трех томах (издано в Улан-Удэ “Бурятским книжным изд-вом” в 1958–1961 гг.). Это было первое тщательно подготовленное, снабженное научно-справочным аппаратом и комментариями собрание сочинений ученого. Ответственный редактор издания Г.Н. Румянцев написал предисловие к каждому тому, составил примечания и указатели. Б.С. Семичов подготовил к печати 15 статей по рукописям и черновикам Хангалова, хранящимся в ЦВРК ИМБТ СО РАН и в секторе рукописей Института восточных рукописей РАН (ИВР РАН). Одну рукописную статью о подвижной школе подготовил Г.О. Туденов. В предисловии отмечается, что эти статьи публикуются впервые, они основаны на полевых записях; при редактировании по возможности сохранялся “стиль и дух работ М.Н. Хангалова” (Румянцев 1959: 3). Большую помощь в поиске материалов в Иркутске оказали Ф.А. Кудрявцев, Н.О. Шаракшинова и З. Тагаров (Румянцев 1958: 3–8).

По инициативе “Бурятского книжного издательства” второе издание Собрания сочинений М.Н. Хангалова состоялось в 2004 г. В 2021 г. начато очередное (третье) переиздание трехтомного Собрания сочинений. Издательство “Нова-Принт” пока опубликовало первый том (568 с., тираж 1000 экз.). Переиздание работ М.Н. Хангалова в XXI в. — дань уважения и признательности выдающемуся ученому, знаменитому представителю бурятского народа, свидетельство востребованности публикаций этнографа не только в научном мире, но и в современном бурятском социуме. Нельзя исключать и коммерческие цели издательств — книги разошлись мгновенно.

Хронология научной деятельности. Научная деятельность М.Н. Хангалова началась рано. Его тяга к изучению этнографии бурят была обусловлена все возрастающим интересом к изучению истории и культуры народов Российской империи, исторической обстановкой в стране и конкретно в Иркутске. В 1851 г. в городе был открыт Сибирский отдел РГО (СОРГО), впоследствии переименованный в Восточно-Сибирский отдел РГО (ВСОРГО). Образованные люди передовых взглядов — А.П. Шапов, Г.Н. Потанин, Д.А. Клеменц (политссыльный, после отбытия ссылки переехавший в Иркутск) и др. — начали сбор этнографических коллекций и экспедиционное изучение народов Азиатской России. В 1854 г. Иркутский музей (впоследствии ИОКМ) был передан в ведение ВСОРГО и стал центром экспедиционной и издательской деятельности (Колесник и др. 2001: 8). Г.Н. Потанин подготовил и опубликовал в дополнениях к “Известиям ВСОРГО” методические пособия для сбора полевых материалов. В 1880–1890-е годы ведущим направлением ВСОРГО становится изучение этнографии народов Сибири и Дальнего Востока (Маннапов, Псянчин 2023: 391).

Сбор этнографических коллекций для музея проводился по определенным программам, разработанным ВСОРГО. В 1905 г. к одной из программ решено было дополнительно привлечь 147 человек. На заседаниях секций выступали исследователи, обсуждались полученные результаты. Так, в 1888 г. секция этнографии провела два заседания, на одном из которых было заслушано сообщение М.Н. Хангалова “Об облавной охоте на зверей у древних бурят” (Маласханова 2013: 252–253). Статья на эту тему была опубликована в “Известиях ВСОРГО” в 1888 г. (Хангалов 1888).

Еще будучи семинаристом, М.Н. Хангалов получил задание написать реферат на свободную тему и представил сочинение “Обряд теломытия у шаманов”. Реферат заинтересовал преподавателя педагогики, правителя дел ВСОРГО Н.Н. Агапитова. После завершения учебы М.Н. Хангалов продолжил сотрудничество с Н.Н. Агапитовым, который оказывал молодому исследователю серьезную поддержку, направлял его работу, помогал в обработке результатов, брал с собой в экспедиции. В 1881 г. Н.Н. Агапитов и М.Н. Хангалов проводят совместные исследования шаманства у байкальских, кудинских и балаганских бурят, а по результатам экспедиции в “Известиях ВСОРГО” публикуют статью “Материалы для изучения шаманства Сибири. Шаманство у бурят Иркутской губернии” (Агапитов, Хангалов 1883). Успешной реализации цели и задач экспедиции, бесспорно, помогло пособие РГО по организации сбора информации о религиозной практике среди монгольских народов (Маннапов, Псянчин 2023).

Статья, написанная в соавторстве с Н.Н. Агапитовым, была удостоена малой золотой медали РГО и положила начало научной деятельности Хангалова. Ему всего 25 лет, а его имя уже известно в российских научных кругах. Начинается переписка с Г.Н. Потаниным, позднее с Д.А. Клеменцем и А.М. Станиловским. В 1888 г. в возрасте 30 лет по рекомендации Г.Н. Потанина и Н.Н. Агапитова Матвей Николаевич избирается членом РГО — это можно расценивать как официальное признание его высоких заслуг (Залкинд 1945: 9, 22).

С 1889 по 1903 гг. были изданы три сборника бурятского фольклора, подготовленные к изданию Г.Н. Потаниным. Третий, наиболее ценный по своему материалу “Балаганский сборник”, был составлен М.Н. Хангаловым по его полевым записям. Именно на это время, конец 1880-х — 1890-е годы, приходится наибольшее число прижизненных публикаций ученого. В работах он охватывает широкий круг проблем бурятской этнографии, создает достоверную панораму повседневной/профанной и священной/сакральной жизни народа.

В 1902 г. М.Н. Хангалов, уже опытный исследователь, проводит полевые этнографические работы с французским этнографом академиком П. Лаббе — они изучают шаманство унгинских бурят. По результатам экспедиции в 1903 г. Матвей Николаевич получает от Министерства народного просвещения и изящных искусств Франции диплом о присвоении ему звания лауреата Французской академии (*officier de Academie*). Об этом событии ему сообщает П. Лаббе в письме: “Министр пожаловал орденом. Вы теперь кавалер академии. Я очень рад, Вам мои поздравления! Диплом вы скоро получите от французского посланника из Петербурга. <...> Когда буду в Париже, я покупаю для Вас знак ордена” (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 1. Л. 18). К этому времени авторитет М.Н. Хангалова в среде ученых высок, к нему обращаются различные организации с просьбами о консультации и с предложениями (Залкинд 1945: 26–27) — но Матвей Николаевич откликается в основном на те, что связаны с серьезным научным изучением этнографии бурят.

Д.А. Клеменц в 1907–1908 гг., уже проживая в Санкт-Петербурге, продолжает содействовать М.Н. Хангалову, с которым познакомился в Иркутске, будучи в 1891–1894 гг. правителем дел ВСОРГО. С 1902 по 1910 гг. Д.А. Клеменц — хранитель Академического этнографического музея Императора Александра III (РЭМ) в Санкт-Петербурге. Он добивается финансирования полевых этнографических работ Хангалова и выделения денег на приобретение коллекций для музея. Посредником в переговорах выступил Ц. Жамцарано, учившийся и рабо-

тавший в то время в Санкт-Петербурге. В архиве ученого представлена переписка с Хангаловым, свидетельствующая о том, что в Санкт-Петербурге знали об обстоятельствах жизни бурятского ученого, о финансовых трудностях, связанных с обучением единственной дочери в Иркутской гимназии. Коллеги стремились способствовать исследованиям Хангалова, убеждали не оставлять научную деятельность, понимая ценность его изысканий, искали пути финансовой поддержки (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 5. Л. 3).

Ц. Жамцарано убеждает ученого в необходимости сотрудничества с РЭМ. В письме от 25 марта 1907 г. он пишет: “А от музея — ведь вы будете получать, просто сидя в училище, проживая деньги во время каникул на командировки и приобретение. <...> Ваш бюджет будет таков: учительское жалованье в год 480 руб., да от музея 360 — итого 840 и плюс командировочные и коллекционные” (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 5. Л. 10). В январе 1907 г. М.Н. Хангалов сообщает Ц. Жамцарано о своих приобретениях для музея: “Я достал полный и настоящий оргой, майхабши, унты, туг и много прочего, которые пошлю в музей Александра III” (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 5. Л. 15). Эти уникальные предметы шаманского культа в начале XX в. уже были редкостью.

Есть данные о том, что от музея в 1908 г. всего было ассигновано 1000 руб., из них 400 руб. — вознаграждение за работу, 600 руб. — на поиск и приобретение коллекций (Залкинд 1945: 31). Эта дотация позволила ученому значительно расширить ареал полевых исследований: Матвей Николаевич смог поработать в Балаганском уезде, Нельхайском, Унгинском, Куйтунском, Аларском и Ныгдинском ведомствах Иркутской губернии, где он собрал уникальные материалы (25 объемистых тетрадей), а также обширные коллекции, которые постепенно, по мере обработки, отправлял в Санкт-Петербург (Там же: 33–34). Известно, что в 1910 г. музей планировал пригласить Матвея Николаевича к себе для описания коллекций и разбора рукописей, но мечта ученого побывать в столице России так и не осуществилась (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 82. Л. 112). В 1909 г. музей не смог профинансировать продолжение работ Хангалова, и он согласовывает с Д.А. Клеменцем передачу материалов, собранных без какой-либо финансовой поддержки, в музей ВСОРГО в Иркутске (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 76. Л. 19).

М.Н. Хангалов, уже известный ученый, в свою очередь поддерживал С.П. Балдаева⁵ в период его формирования как фольклориста и этнографа, который после Иркутской учительской семинарии, работая учителем, активно занимался сбором фольклорных и этнографических материалов. С.П. Балдаев сопровождал М.Н. Хангалова в его полевых работах на Ольхоне, вместе они совершили несколько выездов в Кудинскую степь (Жамбалова 2000: 37; НБРБ 2019).

ВСОРГО сыграл огромную роль в становлении М.Н. Хангалова как ученого, исследователя бурятской этнографии. По мере возможности отделение финансировало его научную работу, в 1916 г. пригласило его в Иркутск для описания некоторых коллекций по шаманизму, заплатив ему 50 руб. на дорогу и по 5 руб. суточных. Летом 1917 г. командированный ВСОРГО Хангалов провел экспедиции по изучению шаманства у агинских бурят в Цугольской и Шулудинской волостях Читинского уезда Забайкальской области (Залкинд 1945: 36). Это была первая и последняя поездка Матвея Николаевича к бурятам-буддистам, он оставил дневниковые записи со своими впечатлениями о крупных забайкальских дацанах. В этот же период ученый выезжал для изучения шаманства в Ангинскую и Ленскую волости Верхоленского уезда Иркутской губернии (Там же: 36).

* * *

Многие известные представители бурятского народа внесли значительный вклад в историю российской и мировой науки и культуры. И в этой блестящей плеяде научных и общественных деятелей XIX – начала XX в. М.Н. Хангалов занимает одно из первых мест наряду с Д. Банзаровым и Г.Ц. Цыбиковым.

Появление в российской науке видных бурятских ученых не в последнюю очередь было обусловлено особенностями развития монголоведения и этнографии в стране. Интеллектуальная биография Д. Банзарова свидетельствует о глубине адаптации бурят в первой половине XIX в. к практике российской жизни, об их включенности в социально-экономическую и политическую действительность страны, а также о взаимодействии бурятской/внутреннеазиатской традиционной и российской/европейской научной культур (Жамбалова 2021: 110–117). Этническая территория бурят благодаря трансграничному положению стала плацдармом для развития российского монголоведения, а многие буряты вовлекались в этот процесс и добивались значительных результатов. Во второй половине XIX в. крупные русские ученые-этнографы из центральных городов страны с помощью отделений РГО основали научную сеть по изучению народов России и, в частности, народов Восточной Сибири. К исследовательской работе привлекалась талантливая молодежь, в том числе представители коренного населения – народные учителя, тайши и др.

Научная ценность трудов М.Н. Хангалова заключается прежде всего в том, что они основаны на колоссальном достоверном полевом этнографическом материале, собранном у бурят Предбайкалья и отчасти Забайкалья. Подлинный интерес к истории своего народа, к хозяйственной стороне жизни, к народной повседневности и культуре, к священному, сакральному миру и его символам, наблюдательность, пытливый ум и огромная работоспособность позволили М.Н. Хангалову собрать и сохранить материальные/вещественные и нематериальные/духовные ценности бурятского народа, лучшие памятники его культуры. В.А. Зареченсков писал:

Всю свою жизнь он посвятил бурятскому народу и как учитель, и как ученый-этнограф. Все свое свободное время он проводил в собирании материалов – предметов бурятского обихода и культа – изображений богов и божков, онгонов, шаманских одеяний и атрибутов, бубнов и т.п. Он описывал все народные бурятские обычаи при рождении, брачные и похоронные. Не пропускал он ни одного тайлагана, и ни один шаман не мог спастись от его расспросов, причем шаманы относились к нему не только с уважением, но и слегка побаивались его, так как он знал народные обычаи и культ шаманства куда лучше, чем сами шаманы (Зареченсков 1909).

М.Н. Хангалов обладал талантом ведения полевой этнографической работы. Умение располагать к себе людей, вызывать доверие, искусство глубокого и длительного общения свойственны не каждому исследователю. Сбор полевых материалов и приобретение у населения вещественных предметов музейного значения – нелегкое занятие. Особенно сложно было записывать сведения о шаманстве и приобретать шаманские атрибуты: буряты считали грехом продажу семейных шаманских реликвий. Ученому удавалось преодолевать страх и недоверие веру-

ющих, их естественное стремление не только сохранить сакральные предметы, но и уберечь от фиксаций в виде записей и рисунков сокровенные тайны рода. Нередко приходилось убеждать в необходимости такой работы и местные власти.

В полевых исследованиях М.Н. Хангалову помогали уважительное отношение населения к нему как к учителю, любовь его учеников. Об этом свидетельствуют следующие строки из его письма Д.А. Клеменцу: “Служа учителем и пользуясь любовью детей, я могу все сделать, для меня все будет открыто и доступно” (ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 367. Л. 38). Профессиональные качества педагога, этнографа и фольклориста позволили М.Н. Хангалову записать бесценные полевые материалы, собрать для известных музеев уникальные коллекции, пополнившие сокровищницу мировой науки. Ученый объективно оценивал результаты своей научной деятельности: “Я все-таки упорным трудом достиг своей цели, имею ясное и отчетливое представление о шаманах, онгонах, религиозных обрядах и пр.” (Залкинд 1945: 37; ЦВРК ИМБТ СО РАН. Д. 367. Л. 29).

Опубликованные и неопубликованные архивные материалы ученого становятся важным источником изучения этнографии и фольклора сибирских народов. Развитие гуманитарной науки в Бурятии в определенной степени обусловлено имеющимся колоссальным, собранным ранее в ходе полевых исследований материалом, требующим новых интерпретаций. Каждый бурятовед “стартовал”, опираясь на идеи и богатую источниковую базу, подготовленную М.Н. Хангаловым. Так, не в последнюю очередь влиянием работ ученого обусловлен выбор научных тем Т.М. Михайловым, занимающимся в том числе изучением бурятского шаманизма (Михайлов 1980, 1987). А словарь-справочник И.А. Манжигеева, изданный в 1978 г. как опыт атеистической интерпретации религиозных верований бурят, содержит более 1000 мифологических, культовых, обрядовых терминов по бурятскому шаманизму, значительная часть которых взята из работ М.Н. Хангалова. Монография С.Г. Жамбаловой “Традиционная охота бурят” вдохновлена излюбленной темой ученого — *зэгтэ аба* — коллективной облавной охотой; ей посвящена отдельная глава монографии (Жамбалова 1991). Имеются также другие важные работы из этого ряда. Научное наследие ученого содержит большой, не до конца раскрытый потенциал. Многие вопросы шаманства, этнографии, фольклора бурят, несмотря на целый ряд серьезных научных исследований, все еще полностью не изучены. Память о М.Н. Хангалове как выдающемся ученом, несмотря на прошедшие годы, жива и сегодня среди бурятского населения Иркутской области и Республики Бурятия. Книга Е.М. Залкинда давно стала библиографической редкостью; необходимо новое монографическое исследование о Хангалове.

Во времена Российской империи бурятские ученые были более известны в научном мире России и мира, чем в среде своего народа. В СССР на государственном уровне проводилась работа по сохранению творческого наследия многонациональной страны, памятников устного народного творчества (в том числе эпоса “Гэсэр”), по сбережению в исторической памяти имен выдающихся представителей разных народов. Активные процессы возрождения этнической идентичности у бурят в конце XX–XXI вв., поиски родовых корней, создание родословных, стремление к познанию и практике традиционных бурятских обрядов и обычаев, международные бурятские фестивали “Алтаргана” и “Ёрдынские игры” вывели интерес к наследию народа, к известным бурятским ученым, изучавшим его, на принципиально новый уровень.

Сама биография выдающегося этнографа и фольклориста подтверждает значительную степень социальной адаптации бурят в конце XIX в. к реалиям российской жизни. Научная судьба М.Н. Хангалова была предопределена спецификой развития этнографической науки в России, его знакомством с членами ВСОРГО и со столичными учеными, а также активным сотрудничеством с ними. Обширное научное наследие ученого востребовано и сегодня, а имя Матвея Николаевича Хангалова сохраняется в памяти бурятского народа.

Примечания

¹ В.А. Зареченсков с 1909 г. после окончания Иркутской учительской семинарии работал в Бильчирском училище.

² *Духаряан* – чарка; обычай ритуального коллективного употребления алкогольного напитка из одной чаши, которую передают по кругу все присутствующие. Устраивается по знаменательному семейному или общественному поводу.

³ *Онгон* (с монг. “девственно-чистый”, “священный”, “изначальный”) – культовое изображение духа предков семьи или рода в культуре монгольских и тюркских народов; делался из кожи, войлока, меха, ткани, металла, камня.

⁴ Сказания бурят, записанные разными собирателями // Записки ВСОРГО по этнографии. 1890. Т. 1. Вып. 2; Бурятские сказки, записанные М.Н. Хангаловым, о. Н. Затопьевым и другими // Записки ВСОРГО. 1889. Т. 1. Вып. 1.

⁵ С.П. Балдаев (1889–1979) – известный советский фольклорист и этнограф, кандидат филологических наук.

Источники и материалы

Бурушкина 2019 – Бурушкина Н. Мой Нукутский район. 05.04.2019. <https://ok.ru/mynukutskydistrict/topic/69343696500066>

Высочайший Манифест 1894 – Высочайший Манифест о Всемилостивейше дарованных милостях и облегчениях по случаю бракосочетания Его Императорского Величества, Государя Императора Николая Александровича (1894 г., Ноября 14) // Русский портал. https://russportal.ru/index.php?id=russia.manifest1894_11_14_02&ysclid=longlygu8p393923654

Зареченсков 1909 – Зареченсков В.А. Воспоминания о Бильчирском училище (рукопись) // Дом-музей М.Н. Хангалова при Бильчирской средней школе.

НБРБ 2019 – Выдающийся бурятский фольклорист и этнограф // Научная библиотека Республики Бурятия. 15.10.2019. http://nbrb.b7site.ru/news/detail.php?ELEMENT_ID=20558

ЦВРК ИМБТ СО РАН – Центр восточных рукописей и ксилографов ИМБТ СО РАН. Ф. 4. Оп. 1.

Шагунова 2017 – Шагунова Л. Ирхидей: “Мое село – моя любовь и гордость” // Общественно-политическая газета “Областная”. 25.01.2017. <https://www.ogirk.ru/2017/01/25/irhidej-moe-selo-moya-lyubov-i-gordost>

Научная литература

Агапитов Н.Н., Хангалов М.Н. Материалы для изучения шаманства в Сибири. Шаманство у бурят Иркутской губернии // Известия ВСОРГО (Иркутск). 1883. Т. XIV. № 1–2. С. 1–61.

- Базаров Б.В., Плеханова А.М. Бурят-Монгольский ученый комитет (1922–1929 гг.): этапы становления и организация первых научных исследований // *Oriental Studies*. 2021. Т. 14. № 4. С. 697–709.
- Басаева К.Д. Семья и брак у бурят (вторая половина XIX – начало XX века). Новосибирск: Наука, 1980.
- Еремина Т.И. Государственная служба учителей ведомства Министерства народного просвещения в начале XX века // *Вестник Герценовского университета*. 2008. № 5 (55). С. 74–79.
- Жамбалова С.Г. Традиционная охота бурят. Новосибирск: Наука, 1991.
- Жамбалова С.Г. Профанный и сакральный миры ольхонских бурят. Новосибирск: Наука, 2000.
- Жамбалова С.Г. О жизни и деятельности М.Н. Хангалова: известные и малоизвестные факты // *Этническая история и культурно-бытовые традиции народов Байкальского региона* / Отв. ред. Б.В. Базаров. Иркутск: Оттиск, 2010. С. 6–20.
- Жамбалова С.Г. Биография Д. Банзарова: практика взаимодействия внутреннеазиатской традиционной и европейской научной культур в России в XIX в. // *Проблемы социально-экономического развития Сибири*. 2021. № 1 (43). С. 110–117.
- Жамцарано Ц. Путевые дневники. 1903–1907 гг. Улан-Удэ: Республиканская типография, 2011.
- Жукова Н.Е. Дарья Егоровна Хангалова: к проблеме биографии жены бурятского этнографа // *Приграничное сотрудничество: исторические события и современные реалии. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию высшего языкового образования в Забайкальском крае. Ч. 1* / Отв. ред. Е.В. Дроботушенко, Ю.Н. Ланцова. Чита: ЗабГУ, 2022. С. 126–129.
- Жукова Н.Е., Ангархаев Б.Б. Научное наследие Матвея Николаевича Хангалова в трудах ученых Байкальского региона // *Вестник БГУ. Гуманитарные исследования Внутренней Азии*. 2020. № 1. С. 43–50.
- Жукова Н.Е., Палхаева Е.Н., Паликова Т.В. “Учителя или учительницы занимаются охотно и не жалуются”: этнограф М.Н. Хангалов на службе у просвещения // *Вестник Бурятского государственного университета. Гуманитарные исследования Внутренней Азии*. 2021. Вып. 2. С. 20–27.
- Залкинд Е.М. М.Н. Хангалов. Улан-Удэ: Бурят-Монгольское гос. изд-во, 1945.
- Залкинд Е.М., Халтаев П.Т. М.Н. Хангалов. Улан-Удэ: Бурятское книжное изд-во, 1983.
- Клеменц Д.А., Хангалов М.Н. Общественные охоты у северных бурят (Зэгэтэ-аба – охота на росоммах) // *Материалы по этнографии России (СПб.)*. 1910. Т. 1. С. 117–154.
- Колесник Л.М., Пушкина Т.Л., Свинин В.В. ВСОРГО и музейное дело в Иркутске // *Краеведческие записки*. Вып. 8. Иркутск: Оттиск, 2001. С. 5–27.
- Кцоева С.Г. Методологические аспекты составления интеллектуальной биографии ученого (опыт междисциплинарного исторического исследования жизни и творчества Карла Ясперса) // *Грамота*. 2013. № 9. Ч. 1. С. 82–84.
- Маласханова И.А. Вклад М.Н. Хангалова в развитие этнографического отдела Иркутского областного музея // *Вестник Иркутского государственного технического университета*. 2013. № 1 (72). С. 251–257.

- Маласханова И.А.* Этнограф и фольклорист Матвей Николаевич Хангалов (1858–1918) // Россия и Монголия: новый взгляд на историю (дипломатия, экономика, культура). Иркутск: БГУ, 2015. С. 296–307.
- Маннапов М.М., Псянчин А.В.* Этнография монгольских народов в Сибирском отделе Русского географического общества // *Oriental Studies*. 2023. Т. 16. № 2. С. 388–403.
- Михайлов Т.М.* Из истории бурятского шаманизма (с древнейших времен по XVIII век). Новосибирск: Наука, 1980.
- Михайлов Т.М.* Бурятский шаманизм: история, структура и социальные функции. Новосибирск: Наука, 1987.
- Палхаева Е.Н., Жукова Н.Е., Паликова Т.В.* “Школьная” повседневность начала XX века: по материалам дневников М.Н. Хангалова // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2020. Т. 15. № 5. С. 79–86.
- Палхаева Е.Н., Паликова Т.В., Митупов К.Б.-М., Ангархаев Б.Б.* Дневники Хангалова М.Н. – ценный исторический источник по изучению истории прибайкальских бурят начала XX в. // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2021. № 3. С. 125–130.
- Румянцев Г.Н.* Предисловие // М.Н. Хангалов. Собрание сочинений. Т. 1. Улан-Удэ: Бурятское книжное изд-во, 1958. С. 3–12.
- Румянцев Г.Н.* Предисловие // М.Н. Хангалов. Собрание сочинений. Т. 2. Улан-Удэ: Бурятское книжное изд-во, 1959. С. 3–8.
- Хамаганов М.П.* М.Н. Хангалов как этнограф-фольклорист (1858–1958) // Советская этнография. 1959. № 5. С. 98–108.
- Хангалов М.Н.* Национальный праздник у бурят // Известия ВСОРГО. 1880. Т. XI. № 3–4. С. 30–34.
- Хангалов М.Н.* Зэгэтэ-аба – облава на зверей у древних бурят // Известия ВСОРГО. 1888. Т. XIX. № 3. С. 1–26.
- Хангалов М.Н.* Новые материалы о шаманстве бурят // Записки ВСОРГО. 1890. Т. II. Вып. I.
- Хангалов М.Н.* Несколько данных для характеристики быта северных бурят // Этнографическое обозрение. 1891. Т. X. № 3. С. 144–165.
- Хангалов М.Н.* Юридические обычаи у бурят // Этнографическое обозрение. 1894. Т. XXI. № 2. С. 100–143.
- Хангалов М.Н.* Молочное хозяйство // Известия ВСОРГО. 1900. Т. XXXI. № 1–2. С. 118–149.
- Хангалов М.Н.* Балаганский сборник // Труды ВСОРГО. Т. 5 / Ред. Г.Н. Потанин. Томск: Паровая типо-литография П.И. Макушина, 1903.
- Хангалов М.Н.* Подвижная школа // Хангалов М.Н. Собрание сочинений. Т. 2. Улан-Удэ: Бурятское книжное изд-во, 1959. С. 327–333.
- Хангалов М.Н.* Собрание сочинений. Т. 3. Улан-Удэ: Бурятское книжное изд-во, 1961.

Research Article

Bazarov, B.V., and S.G. Zhambalova. Matvei Nikolaevich Khangalov: An Intellectual Biography of a Distinguished Ethnographer [Matvei Nikolaevich Khangalov: intellektual'naia biografiia vydaiushchegosia etnografa]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 137–156. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030082> EDN: BRCQEV ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Boris Bazarov | <http://orcid.org/0000-0001-5326-1317> | bazarov60@mail.ru | Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies of the Siberian Branch of the RAS (6 Sakhyanovoy Str., Ulan-Ude, 670047, Russia)

Sesegma Zhambalova | <http://orcid.org/0000-0002-2672-8126> | zhambalovas@yandex.ru | Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies of the Siberian Branch of the RAS (6 Sakhyanovoy Str., Ulan-Ude, 670047, Russia)

Keywords

Matvei Khangalov, intellectual biography, history of ethnography, Buryats, public educator, scholar

Abstract

In this article, we attempt to present an intellectual biography of the prominent Buryat ethnographer and public educator Matvei Khangalov (1858–1918). He remains an important figure in the Buryat public community, yet little attention has been paid to his life and work in anthropological studies. Drawing on archival and literary sources, as well as various recollections of his contemporaries, we explore his family background, pedagogical activities, public engagement, scholarly legacy and publications, tracing the chronology of his academic career and the scope of his field research and academic collaborations. The new findings shed light on the historical circumstances, shaped by the specific development of Mongol studies and ethnography within the Russian Empire, that provided the scholar with the opportunity to fully realize his creative potential.

References

- Agapitov, N.N., and M.N. Khangalov. 1883. Materialy dlia izucheniiia shamanstva v Sibiri. Shamanstvo u buriat Irkutskoi gubernii [Materials for the Study of Shamanism in Siberia: Shamanism among the Buryats of Irkutsk Province]. *Izvestiia VSORGO* XIV (1–2): 1–61.
- Basaeva, K.D. 1980. *Sem'ia i brak u buriat (vtoraia polovina XIX – nachalo XX veka)* [Family and Marriage among the Buryats (The Second Half of the 19th–20th Century)]. Novosibirsk: Nauka.
- Bazarov, B.V., and A.M. Plekhanova. 2021. Buriat-Mongol'skii uchenyi komitet (1922–1929 gg.): etapy stanovleniia i organizatsiia pervykh nauchnykh issledovaniï [Buriat-Mongol Scientific Committee (1922–1929): Stages of Formation and Organization of the First Scientific Research]. *Oriental Studies* 14 (4): 697–709.
- Eremina, T.I. 2008. Gosudarstvennaia sluzhba uchitelei vedomstva ministerstva narodnogo prosveshcheniia v nachale XX veka [State Service of Teachers of the Department of the Ministry of Public Education at the Beginning of the 20 Century]. *Vestnik Gertsenovskogo universiteta* 5 (55): 74–79.
- Khamaganov, M.P. 1959. M.N. Khangalov kak etnograf-fol'klorist (1858–1958) [M.N. Khangalov as an Ethnographer-Folklorist]. *Sovetskaia etnografiia* 5: 98–108.
- Khangalov, M.N. 1880. Natsional'nyi prazdnik u buriat [National Holiday of the Buryats]. *Izvestiia VSORGO* XI (3–4): 30–34.
- Khangalov, M.N. 1888. Zegete-aba – oblava na zveri u drevnikh buriat [Zegate-Aba, a Roundup of Animals from the Ancient Buryats]. *Izvestiia Vostochno-Sibirskogo otdela Russkogo Geograficheskogo obshchestva* XIX (3): 1–26.
- Khangalov, M.N. 1890. Novye materialy o shamanstve buriat [New Materials about Buryat Shamanism]. *Zapiski VSORGO* II (I).

- Khangelov, M.N. 1891. Neskol'ko dannyykh dlia kharakteristiki byta severnykh buriat [Several Data to Characterize the Life of the Northern Buryats]. *Etnograficheskoe obozrenie* X (3): 144–165.
- Khangelov, M.N. 1894. Yuridicheskie obychai u buriat [Legal Customs of the Buryats]. *Etnograficheskoe obozrenie* XXI (2): 100–143.
- Khangelov, M.N. 1900. Molochnoe khoziaistvo [Dairy Farming]. *Izvestiia VSORGO* XXXI (1–2): 118–149.
- Khangelov, M.N. 1903. Balaganskii sbornik [Balagan Collection]. *Trudy VSORGO* 5.
- Khangelov, M.N. 1959. Podvizhnaia shkola [Mobile School]. In *Sobranie sochinenii* [Collected Works], by M.N. Khangelov, 2: 327–333. Ulan-Ude: Buriatskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Khangelov, M.N. 1961. *Sobranie sochinenii* [Collected Works]. Vol. 3. Ulan-Ude: Buriatskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Klements, D.A., and M.N. Khangelov. 1910. Obshchestvennye okhoty u severnykh buriat (Zegete-aba – okhota na rosomakh) [Public Hunting among the Northern Buryats (Zegeta-Aba – Hunting for Wolverines)]. *Materialy po etnografii Rossii* (St. Petersburg) 1: 117–154.
- Kolesnik, L.M., T.L. Pushkina, and V.V. Svinin. 2001. VSORGO i muzeinoe delo v Irkutске [VSORGO and Museum Work in Irkutsk]. In *Kraevedcheskie zapiski* [Local History Notes], 8: 5–27. Irkutsk: Ottisk.
- Ktsoeva, S.G. 2013. Metodologicheskie aspekty sostavleniia intellektual'noi biografii uchenogo (opyt mezhdistsiplinarnogo istoricheskogo issledovaniia zhizni i tvorchestva Karla Yaspersa) [Methodological Aspects of Compiling an Intellectual Biography of a Scientist (Experience of Interdisciplinary Historical Research of the Life and Work of Karl Jaspers)]. *Gramota* 9/1: 82–84.
- Malaskhanova, I.A. 2013. Vklad M.N. Khangelova v razvitie etnograficheskogo otdela Irkutskogo oblastnogo muzeia [Contribution of M.N. Khangelov to the Development of the Ethnographic Department of the Irkutsk Regional Museum]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* 1 (72): 251–257.
- Malaskhanova, I.A. 2015. Etnograf i fol'klorist Matvei Nikolaevich Khangelov (1858–1918) [Ethnographer and Folklorist Matvey Nikolaevich Hangalov]. In *Rossiia i Mongoliia: novyi vzgliad na istoriiu (diplomatiia, ekonomika, kul'tura)* [Russia and Mongolia – A New Perspective on History (Diplomacy, Economy, Culture)], 296–307. Irkutsk: Baikal'skii gosudarsnvennyi universitet.
- Mannapov, M.M., and A.V. Psianchin. 2023. Etnografiia mongol'skikh narodov v Sibirskom otdele Russkogo geograficheskogo obshchestva [Department of the Russian Geographical Society: Ethnographic Research of the Mongolic Peoples]. *Oriental Studies* 16 (2): 388–403.
- Mikhailov, T.M. 1980. *Iz istorii buriatskogo shamanizma (s drevneishikh vremen po XVIII vek)* [From the History of Buryat Shamanism (From Ancient Times to the 18 Century)]. Novosibirsk: Nauka.
- Mikhailov, T.M. 1987. *Buriatskii shamanizm: istoriia, struktura i sotsial'nye funktsii* [Buryat Shamanism: History, Structure and Social Functions]. Novosibirsk: Nauka.
- Palkhaeva, E.N., N.E. Zhukova, and T.V. Palikova. 2020. “Shkol'naia” povsednevnost' nachala XX veka: po materialam dnevnikov M.N. Khangelova [School Everyday Life at the Beginning of the 20th Century: Based on the Diaries of M.N. Khangelov]. *Uchenye zapiski Zabaikal'skogo gosudarstvennogo universiteta* 15 (5): 79–86.

- Palkhaeva, E.N., T.V. Palikova, K.B.-M. Mitupov, and B.B. Angarkhaev. 2021. Dnevnikhi Khangalova M.N. – tsennyy istoricheskii istochnik po izucheniiu istorii pribai-kal'skikh buriat nachala XX v. [Diaries of M.N. Khangalov – A Valuable Historical Source for Studying the History of the Baikal Buryats at the Beginning of the 20th Century]. *Problemy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia Sibiri* 3: 125–130.
- Rumiantsev, G.N. 1958. Predislovie [Foreword]. In *Sobranie sochinenii* [Collected Works], by M.N. Khangalov, I: 3–12. Ulan-Ude: Buriatskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Rumiantsev, G.N. 1959. Predislovie [Foreword]. In *Sobranie sochinenii* [Collected Works], by M.N. Khangalov, II: 3–8. Ulan-Ude: Buriatskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Zalkind, E.M. 1945. *M.N. Khangalov*. Ulan-Ude: Buriat-Mongol'skoe gosudarstvennoe izdatel'stvo.
- Zalkind, E.M., and P.T. Khaptaev. 1983. *M.N. Khangalov*. Ulan-Ude: Buriatskoe knizhnoe izdatel'stvo.
- Zhambalova, S.G. 1991. *Traditsionnaia okhota buriat* [Traditional Buryat Hunting]. Novosibirsk: Nauka.
- Zhambalova, S.G. 2000. *Profannyi i sakral'nyi miry ol'khonskikh buriat* [Profane and Sacred Worlds of the Olkhon Buryats]. Novosibirsk: Nauka.
- Zhambalova, S.G. 2010. O zhizni i deiatel'nosti M.N. Khangalova: izvestnye i maloizvestnye fakty [About the Life and Work of M.N. Khangalov: Well-Known and Little-Known Facts]. In *Etnicheskaiia istoriia i kul'turno-bytovye traditsii narodov Baikal'skogo regiona* [Ethnic History and Cultural and Everyday Traditions of the Peoples of the Baikal Region], edited by B.V. Bazarov, 6–20. Irkutsk: Ottisk.
- Zhambalova, S.G. 2021. Biografiia D. Banzarova: praktika vzaimodeistviia vnutrenneaziatskoi traditsionnoi i evropeiskoi nauchnoi kul'tur v Rossii v XIX v. [Biography of D. Banzarov: The Practice of Interaction of Traditional Inner Asian Culture and European Scientific Culture in Russia in the 19th Century]. *Problemy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia Sibiri* 1 (43): 110–117.
- Zhamtsarano, T. 2011. *Putevye dnevniki. 1903–1907 gg* [Travel Diaries: 1903–1907]. Ulan-Ude: Respublikanskaia tipografiia.
- Zhukova, N.E. 2022. Dar'ia Egorovna Khangalova: k probleme biografii zheny buriatskogo etnografa [Darya Yegorovna Khangalova: Towards the Biography of the Wife of the Buryat Ethnographer]. In *Prigranichnoe sotrudnichestvo: istoricheskie sobytiia i sovremennye realii. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posviashchennoi 70-letiiu vysshego yazykovogo obrazovaniia v Zabaikal'skom krae. Ch. 1* [Cross-Border Cooperation: Historical Events and Modern Realities: Materials of the International Scientific-Practical Conference Dedicated to the 70th Anniversary of Higher Linguistic Education in the Trans-Baikal Territory], edited by E.V. Drobotushenko and Y.N. Lantsova, 1: 126–129. Chita: ZabGU.
- Zhukova, N.E., and B.B. Angarkhaev. 2020. Nauchnoe nasledie Matveia Nikolaevicha Khangalova v trudakh uchenykh Baikal'skogo regiona [The Scientific Heritage of Matvey Nikolaevich Hangalov in the Works of Scientists of the Baikal Region]. *Vestnik BGU. Gumanitarnye issledovaniia Vnutrennei Azii* 1: 43–50.
- Zhukova, N.E., E.N. Palkhaeva, and T.V. Palikova. 2021. “Uchitelia ili uchitel'nitsy zanimaiutsia okhotno i ne zhaluiutsia”: etnograf M.N. Khangalov na sluzhbe u prosveshcheniia [“Teachers or Female Teachers Work Willingly and do not Complain”: Ethnographer Khangalov in the Service of Education]. *Vestnik Buriatskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniia Vnutrennei Azii* 2: 20–27.

СТАТЬИ И МАТЕРИАЛЫ

ОБРАТНАЯ МИГРАЦИЯ В АФРИКУ: СЛЕД В МИФОЛОГИИ?

Ю.Е. Березкин

Юрий Евгеньевич Березкин | <http://orcid.org/0000-0001-6001-7339> | berezkin1@gmail.com | д.и.н., заведующий отделом этнографии Америки | Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Университетская наб. 3, Санкт-Петербург, 199034, Россия)

Ключевые слова

мифология Африки, сравнительная мифология, традиционная космология, обратная миграция в Африку

Аннотация

В статье рассматривается мировое распределение нескольких мифологических мотивов, которые в Африке встречаются лишь на северо-востоке. В соответствующих повествованиях описываются времена предков либо объекты и существа, находящиеся у пределов нашего мира, а также странствия героев к этим пределам. Вне Африки данные мотивы отсутствуют в Центральной Азии и Сибири, но встречаются на западе, юге и юго-востоке Евразии, в Океании и в Новом Свете. Учитывая такое распределение, можно предположить, что подобные эпизоды и образы появились на ранних этапах заселения ойкумены (безусловно, до начала освоения Нового Света) и были перенесены в Африку в ходе обратных миграций, начавшихся с финального плейстоцена и, возможно, раньше. Речь, скорее всего, идет об остатках ранней мифологии, сохранившихся на окраинах ойкумены.

Сходство облика современных обитателей Северной и отчасти Северо-Восточной Африки с жителями Евразии очевидно. Столь же ясно, что предки марокканцев или египтян приобрели европеоидные признаки не там, где их потомки живут сейчас. Это случилось в Западной Евразии, куда люди современного типа стали переселяться 50 тыс. лет назад (*Kerdoncuff et al.* 2024: 8, 12). Они покинули континент, который в то время был, скорее всего, целиком “черным”, хотя генетически разнообразным. Северную Африку с ее арабо-берберскими традициями Магриба, Ливии и Египта мы оставляем за рамками нашего обзора и сосредоточимся на северо-востоке. Этот термин будет обозначать обширную территорию между озером Чад, нагорьем Тибести, югом Египта, где живут беджа, и районами максимального проникновения нилотов и кушитов в Кению и Танзанию. Здесь в основном распространены нило-сахарские, кушитские, омотские и чадские языки. Однако поскольку корреляция между набором мотивов и языковой принадлежностью редко бывает сильной,

Статья поступила 29.02.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 02.04.2024
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Березкин Ю.Е. Обратная миграция в Африку: след в мифологии? // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 157–179. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030094> EDN: BRCACA

Berezkin, Y.E. 2024. Obratnaia migratsiia v Afriku: sled v mifologii? [Eurasian Back-Migration: Traces in Mythology?]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 157–179. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030094> EDN: BRCACA

фольклорные факты, зафиксированные у бантуязычных групп в пределах данного региона, тоже не следует игнорировать. К тому же южная граница региона размыта. В Центральной и Восточной Африке банту появились относительно недавно, включив в свой состав местные популяции (*Fortes-Lima et al.* 2024; *Schlebusch, Jakobsson* 2018). Подвергались ли последние более раннему влиянию с севера, пока неизвестно.

Полученные за последние годы данные генетики вносят некоторую ясность в вопрос датировки обратной миграции из Евразии в Африку. Речь идет о длительном процессе, начавшемся еще в плейстоцене и продолжившемся в раннем и среднем голоцене (*Pfennig et al.* 2023). Довольно трудно представить, как выглядела бы культурная карта Африки, если бы этот континент оставался изолирован от остального мира. Вполне вероятно, например, что появление земледелия и, в частности, окультуривание на востоке Судана сорго в IV тыс. до н.э. (*Gapasso et al.* 2024), имевшее огромное значение для развития африканских обществ, не было спонтанным процессом, но произошло под влиянием мигрантов из Передней Азии, знакомых с земледелием уже несколько тысяч лет до того.

Что касается евразийских генов, то они в конечном итоге достигли юга Африки, и это соответствует материалам фольклора. У южноафриканских койсанов, а также у самой южной группы банту (коса) нет типичного для экваториальной Африки и, в частности, для большинства банту трикстера-зайца, а действуют исключительно лиса или шакал, столь характерные для континентальной Евразии (*Березкин* 2013: 233–234). Логично ожидать, что евразийский компонент в фольклоре и мифологии должен присутствовать и на африканском северо-востоке. Здесь он мог появиться не в самом конце I тыс. до н.э., как на юге, а значительно раньше.

К сожалению, устные традиции африканского северо-востока изучены недостаточно. По многим группам данных нет вовсе. Сведения об устных традициях древней Передней Азии также ущербны. Больше всего материала содержится в Ветхом Завете, но эти тексты относятся к I тыс. до н.э., а частично и к началу нашей эры. Угаритская и хетто-хурритская традиции отражают ситуацию II тыс. до н.э., а месопотамские и египетские источники датируются временем от III до I тыс. до н.э. Эти традиции содержат не так много мотивов, общих для всех них или хотя бы для большинства. Есть основание подозревать, что ранние письменные источники включают лишь небольшую и во многом случайную выборку эпизодов и образов, распространенных в прошлом в живой культуре. Также возможно, что древний переднеазиатский фольклорно-мифологический ландшафт отличался разнообразием и не был единым, и тогда отсутствие материала по эблаитам, моавитянам, эдомитянам, луллубеям, эламитами, гиксосам, касситам и прочим народам, упоминаемым в письменных памятниках, при крайней скудости фактов касательно финикийцев, а также населения Аравии в доисламское время является серьезной проблемой. Нет сомнения, что огромный массив фольклорно-мифологических данных по Передней Азии безвозвратно утрачен.

Усугубляет ситуацию то обстоятельство, что после конца Античности набор мотивов в восточном Средиземноморье и особенно в Передней Азии изменился кардинально. В арабском фольклоре XIX–XX вв. и в письменной арабской традиции (“Тысяча и одна ночь” и другие памятники) параллелей древним текстам ничтожно мало. Для сравнения: эпизоды и образы, встречающиеся в публика-

циях по китайскому фольклору XX в. и фольклору меньшинств Юньнани и соседних провинций, в основном совпадают с известными по ранним китайским источникам.

С учетом сказанного становится понятно, почему наше исследование опирается не на сравнение африканских данных с переднеазиатскими, а на мировую картину распространения некоторых мотивов. Регионы, в которых они встречаются, компактны, но разделены огромными территориями, где ничего подобного не зафиксировано. Северо-восток Африки — один из таких регионов. Эти мотивы не встречаются, однако, в бантуязычной, койсанской и Западной Африке, где отмечено больше всего тех мифологических образов и сюжетов, которые, как мы пытались доказать, возникли на африканской прародине и затем были перенесены в пределы индо-тихоокеанской окраины Азии, откуда они позже проникли в Америку (Березкин 2020, 2023). В случае с банту Центральной и Восточной Африки данный тезис требует некоторых оговорок, но об этом ниже. Мотивы, которые мы рассматриваем сейчас, скорее всего, появились не в Африке, а уже в Евразии. Вместе с тем там они должны были быть известны еще до начала заселения Америки, поскольку оказались принесены в Новый Свет, активный период заселения которого в голоцене, скорее всего, закончился.

Протей: метаморфозы схваченного персонажа

Начнем с мотива, обозначенного в нашем каталоге номером L23 и условно названного “Протей” (Березкин, Дувакин б.г.). Пытаясь освободиться, схваченный персонаж последовательно превращается в различные субстанции, объекты или животных (Рис. 1). Читателям мотив известен по древнегреческим мифам и их латинским аналогам, в которых связан с несколькими сюжетами. Во-первых, это история Менелая, пленившего морского старца Протея. Тот превращался в быка, камень, дерево, воду, огонь, но в конце концов сдался и поведал герою о том, как ему следует поступать (Hom. Od. IV. 351–570; Ovid. Met. VIII. 733–738; Nuy. Fab. 118). Тот же мотив включен в рассказ о путешествии Геракла за яблоками Гесперид. Геракл удерживает другого морского старца, Нерея, и тот указывает ему путь, но сперва пытается освободиться, многократно меняя обличье (Apollod. Bibl. II. 5. 11). У Нонна Панополитанского мотив последовательных метаморфоз использован в рассказе об убийстве титанами Диониса-Загрея. Пытаясь спастись, Загрей принимал вид ребенка, старика, льва, коня, дракона, змеи, тигра и был, наконец, убит, когда стал быком (Nonn. Dion. VI. 177–205). Еще один пример последовательных метаморфоз связан с морской богиней Фетидой, отданной смертному — Пелею. Схваченная им Фетида превращалась в огонь, в воду, в зверя, но в конце концов Пелей ее укротил и сделал женой (Ovid. Met. VIII. XI. 229–265).

В Африке данный мотив есть у нилотов (динка и ануак) и по крайней мере у одного народа центрально-суданской семьи — мору (Evans-Pritchard, Beaton 1940: 66–70; Evans-Pritchard, Mynors 1941: 83–84; Scheub 2000: 8). У динка (либо бор, из публикации это не вполне ясно) человек хватает юношу, который жил в упавшей с неба скале и высасывал молоко у овец. Персонаж вырывается, превращаясь в бегемота, птицу, газель. У ануак юноша удерживает девушку, прятавшуюся под собачьей шкурой, и та превращается в корову, бегемота, леопарда, пеликана и других животных. В мифе мору некто Околе играл на флей-



Рис. 1. Протей. Пытаясь освободиться, схваченный персонаж последовательно превращается в различные субстанции, объекты или животных. 1. Женский персонаж. 2. Мужской персонаж. 3. Конь

те и скрылся в земле. Человек заметил, что кто-то наносит ущерб его стаду. Он схватил нападавшего, а тот превращался в слона, льва, змею, но в конце концов стал прежним Околе. Учитывая отрывочность информации об устных традициях африканского северо-востока, три фиксации — это существенно. Наши знания о традициях Западной, бантуязычной и койсанской Африки намного обильнее, но там подобный мотив не обнаружен.

Большинство фиксаций мотива в Старом Свете приходится на Восточную и Северную Европу. Это русские Терского берега, Архангельской (без точной локализации), Олонецкой, Московской и Воронежской губерний/областей, украинцы Закарпатья, Галиции, Волыни и Полтавщины, белорусы, поляки, словаки, датчане, шведы, западные саамы, сету, эстонцы анклава Лутси (Лудза) в Латгалии, латыши, вепсы, карелы, финны, мордва. Сюда же примыкают греки и трансильванские саксы балкано-карпатского ареала, немцы Восточной Пруссии, шотландцы, а на Кавказе — абхазы. В большинстве случаев мужчина хватает женщину, которой он хочет овладеть или которую должен вернуть (Афанасьев 1958: 356–361; Балашов 1970: 78–80, 172–174, 186–192; Барышникова 2007: 93–96; Ведерникова, Самоделова 1998: 106–107; Ефименко 1874: 227; Карнаухова 1934: 266–273; Конкка 1959: 13–18; Левченко 1928: 444–445; Онегина 1986: 82–85; 2010: 268–271; Онегина, Зайцева 1996: 81–85; Еремина 2008: 402–405, 455–458; Сказки Верховины 1970: 196–202; Степанова 2000: 181–183; Суриц 1991: 54–58; Чубинский 1878: 454–459; Шакрыл 1975: 393–395; Annot et al. 2018: 178–181, 188–

191; *Arājs, Medne* 1977: 313–314; *Bolte, Polívka* 1913: 92; *Cox* 1893: 38; *Crooke* 1908: 167–168; *Dobšinský* 1970: 69–74, 173–177; *Glinski* 1920: 1–13; *Haavio* 1952: 154–155; *Haltrich* 1882: 31–32; *Kaindl* 1889: 185–188; *Lawson* 1910: 80–84; *Lemke* 1887: 157–166; *Megas* 1970: 202–203; *Montalba* 1849: 127–129; *Normann, Tammperre* 1989: 53–57; *Poestion* 1886: 39–42; *Pollan* 2005: 76–79; *Säärits* 2022: 309–311; *Schreck* 1887: 63–74, 74–85; *Skrīvele* 2018: 113–114), и лишь у шотландцев, мордвы и украинцев Волыни метаморфозы испытывает персонаж мужского пола (*Клягина-Кондратьева* 1967: 163–167; *Маскаев* 1967: 98–102; *Чубинский* 1878: 180–194). В белорусском варианте в различных зверей и в пламя превращается конь, когда герой его укрощает (*Шейн* 1893: 74–80).

В Азии мотив последовательных метаморфоз зафиксирован лишь на ее индо-тихоокеанской окраине и тоже известен как в женском (атони, монумбо, кева, мелпа, виру) (*Höltker* 1965: 87–89; *Slone* 2009: 26–28, 96–98; *Vicedom* 1977: 15–16; *Vries* 1925: 282–283), так и в мужском вариантах (тамилы, нгаджу, куман) (*Dubianski* 2000: 26–27; *Nilles* 1969: 564–565; *Schärer* 1966: 151–158). В целом в пределах Старого Света мужской вариант встречается втрое реже женского, а в северных и центральных районах Европы, в том числе в многочисленных украинских (кроме волынского), русских и прибалтийско-финских текстах женский вариант – единственный.

Мотив достоверно отсутствует в северо-восточной половине Евразии и в Северной Америке, но вновь появляется в Южной. Во всех индейских повествованиях мужчина удерживает женщину, которой пытается овладеть или которую хочет вернуть, и большинство версий (напо, шипая, кашинауа, шаранауа) мало чем отличается от европейских или новогвинейских (*Ans* 1975: 122–124; *Mercier* 1979: 94–97; *Nimuendaju* 1922: 372–373; *Ortíz de Villalba* 1989: 39, 73; *Siskind* 1973: 138–140; *Tastevin* 1926: 171–172). В вариантах урарина и сетебо женщина не сама превращается в опасных тварей, а последовательно велит этим тварям атаковать схватившего ее человека (*Bardales Rodríguez* 1979: 42–47; *Dean* 1994: 25–28).

Обожженные солнцем

Обитатели подземного мира или страны на горизонте имеют рыжие (желтые) волосы и/или красную либо черную кожу и/или страдают от жара солнца, которое проходит мимо них на небольшом расстоянии (Рис. 2.1). В Африке этот мотив (номер i21 нашего каталога) есть у нилогов шиллук. Ночью солнце проходит с запада на восток по дну Нила и там, где оно выныривает, утром можно увидеть маленьких красных людей (*Hofmayr* 1925: 364). Хотя в древнеегипетских источниках о цвете кожи или волос живущих на горизонте пигмеев не сообщается, регулярное сближение пигмеев с солнцем в определенный момент суточного цикла предполагается (*Александрова* 2019: 175–186).

Еще один латинский автор, Гигин (вероятно, I–II вв. н.э.), свой рассказ о падении Фаэтона завершает сообщением, что у индов от жара близкого солнца потемнела кровь, и они стали черными (Hug. Fab. 154). К какой в точности территории относятся соответствующие сведения, сказать трудно, но они явно касаются не Средиземноморья, а Южной Азии. На западе этого региона данные о доиндуистских космологических представлениях почти не сохранились, что отчасти возмещается богатыми сведениями по Средней Индии и Северо-Востоку. Таковые есть и для мотива i21. У чанг (одна из групп северных нага) и лакхер

черные карлики перед рассветом открывают для солнца врата, при этом у чанг эти карлики не имеют ануса и питаются запахом пищи (наш мотив i19) (Parry 1932: 487). В Индонезии и на Филиппинах мотив людей, живущих на горизонте и обожженных солнцем, отмечен у ментавай, тораджа и багобо (Adriani, Kruyt 1950: 373–374; Benedict 1913: 18–19; Kruyt 1938: 368–369; Schefold 1988: 71). У ментавай обитающие на закате люди – красные, а согласно представлениям багобо и тораджа, обитатели страны на восходе – черные. Они прячутся, оставляя сосуды с подготовленным к варке рисом, а к полудню забирают рис уже сваренным. Этот мотив (D12A – живущие на восходе или на закате люди готовят пищу, пользуясь жаром проходящего рядом солнца; Рис. 2.2) известен не только багобо и тораджа, а также мануву на Минданао (Eugenio 1994: 325–326), но и сахарцам теда на севере Чада и юге Ливии (Kronenberg 1958: 106, 127–128). У теда обитатели страны на закате пользуются естественным резервуаром для воды как кухонной посудой. Они кладут в него пищу, вода закипает от жара заходящего солнца, и люди раз в сутки утоляют голод.

Совершенно отдельный кластер образуют западные украинские традиции: Холмская Русь, Подолия и Волинь. На Холмщине, “на конце земли, до которого, кроме москалей, никто не доходил и не дойдет”, солнце спускается, и обожженные люди вялы. Они питаются рыбой, “которую подбирают на берегу уже сваренной” (Булашев 1909: 330). В остальных случаях речь идет о “чертях”, которые выкатывают на землю солнце и при этом гибнут от жара (Чубинский 1872: 4, 7, 11).

Большинство фиксаций мотива i21 приходится на Америку, особенно Южную. В Северной Америке подобные представления единично отмечены лишь на севере Равнин и на юго-востоке США (Martin 1977: 4; Wissler, Duvall 1908: 61–65). У черноногих идущий на запад герой видит все более темных людей, поскольку они все сильнее обожжены солнцем. У алабама люди на восходе и на закате обожжены, облысели и бросают в проходящее солнце камни. На территории от центральной Мексики до Чако подобные тексты встречаются чаще. Там, где их нет (в частности в Центральном Андах), это легко объяснить неполнотой данных. В Мексике мотив зафиксирован у тотонаков, масатеков, цоциль и чельталь (Hermitte 1970: 32; Incháustegui 1977: 34, 39; Kelly 1966: 399; Köhler 1977: 17; Laughlin 1977: 151, 254; Vogt 1969: 298), в Гвиане и Венесуэле – у яномами, локоно, вайвай, акурийо и трио (Fock 1963: 101; Goeje 1943: 128–129; Jara 1990: 63; Magaña 1987: 171; Zerries 1958: 282), на побережье Эквадора – у каяпа (Barrett 1925: 353), в восточной Бразилии – у такана (Hissink, Hahn 1961: 89), в Восточной Бразилии – у каяпо и апинайе (Nimuendaju 1939: 180–181), в Чако – у пилага (Idoyaga Molina 1989: 21). Нередко речь идет о живущих в подземном мире карликах. Иногда просто сообщается, что у этих существ рыжие волосы, а кожа красного или желтого цвета, а иногда указывается и причина: жар проходящего рядом солнца.

На примере Древнего Египта мы видели, что мотив обожженных солнцем людей, живущих в месте соприкосновения земли и неба, может плавно перетекать в мотив подземных карликов – обитателей нижнего мира или страны на горизонте (i20). В разных традициях он представлен в трех основных вариантах. Согласно первому (i20C), карлики обитают в подземном мире, который отчасти напоминает земной. Если карлики и люди встречаются, то встреча происходит внизу, в мире карликов. Согласно второму варианту, карлики живут не глубоко



Рис. 2. 1. Обитатели подземного мира или страны на горизонте имеют рыжие (желтые) волосы и/или красную либо черную кожу и/или страдают от жара солнца, которое проходит мимо них на небольшом расстоянии. 2. Живущие на восходе или на закате люди готовят пищу, пользуясь жаром проходящего рядом солнца. 3. Обитатели страны на горизонте — карлики

под землей, а внутри холмов, в камнях, в горных выработках и т.п., а люди могут их видеть, если они выходят на землю. Первый вариант наиболее характерен для Центральной и Южной Америки и Юго-Восточной Азии, хотя в Западной Евразии и Магрибе тоже известен. Второй наиболее типичен для Западной и Северной Европы, а восточнее далее коми и ненцев отсутствует. Согласно третьему варианту (i20c2; Рис. 2.3), карлики обитают в стране на горизонте, причем скорее под землей, чем на ее поверхности, а встреча с ними людей практически невозможна. В ряде случаев говорится, что они страдают от жара солнца. Именно такой вариант характерен для нилотоязычных шиллук (см. выше).

Без упоминания того, что проходящее рядом светило влияет на внешность этих существ, мотив карликов на горизонте зафиксирован у двух групп банту в Центральной Африке: у луба Конго и у ламба Замбии. Согласно представлениям луба, вечером солнце погружается в воды озера далеко на западе. На его берегах в пустых термитниках обитают маленькие большеголовые и бородатые люди (*Colle* 1913: 715). Ламба считали, что там, где купол небес касается земли, карлики отрезают куски облаков, приносят домой и питаются ими. Либо куски облаков сами отваливаются, когда облака трутся об острый край земли, а карлики их подбирают, сушат на солнце, толкут и делают кашу (*Doke* 1931: 222–223).

Конго и Замбия — это уже не северо-восток Африки, а о следах евразийских генов у местных обитателей пока ничего не известно. Вместе с тем мотив карликов на краю мира вряд ли был пару тысяч лет назад принесен в Центральную Африку народами банту с их прародины на границе Нигерии и Камеруна. Тематически эти представления тяготеют к описанным для нилотов и египтян, а в Западной и Южной Африке аналогий не находят.

В тексте ламба упоминается съедобное небо. Образ съедобного неба (наш мотив H34d1) распространен главным образом в экваториальном поясе Африки. С теми же подробностями он зафиксирован в Индонезии на острове Ниас и у нгаджу Борнео, а также у дера — группе папуа, живущих в центральной части Новой Гвинеи. Можно было бы допустить, что перед нами один из древнейших мотивов, попавший в Юго-Восточную Азию после выхода из Африки современных людей. Но есть довод против подобного допущения. Примерно на той же, хотя и несколько более обширной территории как в Африке, так и в Азии встречаются мотивы B77b1 (“Небо задевали пестом”) и H34g (“Каша из зернышка”). Женщина толкла ямс или другие сельскохозяйственные продукты, задевая небо пестом, в результате чего оно отодвинулось от земли. Для приготовления трапезы было достаточно одного зернышка. В Африке эти мотивы в ряде случаев находятся в сюжетной связке со “Съедобным небом”, и оба очевидным образом отражают неолитический, а не палеолитический уровень культуры. Поскольку между Индией и Юго-Восточной Азией, с одной стороны, и Африкой — с другой, контакты по морю фиксируются как минимум с конца I тыс. до н.э., а, скорее всего, и с середины II тыс. до н.э. (Березкин 2016), азиатский источник мотивов B77b1 и H34g практически несомненен, что делает вероятным и азиатское происхождение мотива съедобного неба.

Для нас этот вывод важен постольку, поскольку противоречит предположению о сверхглубокой древности мотивов, содержащихся в тексте ламба. Оба (“Карлики на краю мира” и “Съедобное небо”) не относятся к числу мотивов, принесенных из Африки в Евразию в начале ее заселения людьми современного типа, а скорее имеют азиатское происхождение. При этом они попали в Африку в разное время и из разных источников.

Журавли и пигмеи

Отличающиеся от (обычных) людей обитатели далекой страны время от времени сражаются с нападающими на них врагами нечеловеческой природы — чаще всего перелетными птицами. Этот мотив (K22 в каталоге) был нами рассмотрен раньше (Березкин 2007). Сейчас мы не станем описывать отдельные случаи, но лишь отметим на Рис. 3, с какими именно традициями связаны поставленные на карте значки. Речь идет об одной из самых ярких и очевидных параллелей между мифологиями Древней Греции и Фенноскандии, с одной стороны, и Северной Америки (а также Древнего Китая) — с другой. Содержание мотива предполагает его генезис в умеренных или северных широтах, где сезонные миграции птиц во всех отношениях значимы. Хотя мотив проник в средневековую арабскую письменную традицию (Scobie 1975: 124; Stang 1982: 23), в ней он, скорее всего, восходит к греческим источникам. Наиболее подробные и разнообразные версии представлены в Северной Америке, особенно на Аляске, северо-западном побережье и Колумбийском плато, хотя их также немало на севере Равнин, на юго-западе и на юго-вос-

токе континента. Повествования с соответствующими эпизодами зафиксированы и в Южной Америке, но наверняка были принесены туда теми предками индейцев, чей маршрут проходил через Берингию и североамериканский северо-запад.



Рис. 3. Журавли и пигмеи. Отличающиеся от (обычных) людей обитатели далекой страны время от времени сражаются с нападающими на них врагами нечеловеческой природы (чаще всего перелетными птицами). 1. Чагга. 2. Французы (департамент Жер). 3. Арабская письменная традиция. 4. Древняя Греция. 5. Грузины. 6. Скандинавы. 7. Финны. 8. Западные саамы. 9. Сема-нага. 10. Древний Китай. 11. Эвенки Китая. 12. Нанайцы. 13. Инупиат Берингова пролива. 14. Тлинкиты, цимшиан, беллакула. 15. Комокс, снохомиш, скагит, нискуалли, якима. 16. Фокс. 17. Сарси, черноногие, гровантр. 18. Кроу. 19. Натчез, алабама, чикасо. 20. Чироки. 21. Зуньи, навахо, хикарилья, западные апачи. 22. Липан. 23. Тараумара. 24. Эмбера, нонама, куна. 25. Шуар. 26. Такана. 27. Куйкуро, камаюра

На этом фоне интересен вариант чагга Кении или Танзании. Хотя чагга говорят на одном из языков банту, в данном случае важнее локализация версии, а не языковая принадлежность ее носителей. К средневековым арабским текстам, содержащим мотив K22, текст чагга близости не обнаруживает и представляет собой сочетание элементов, характерных, с одной стороны, для историй о журавлях и пигмеях, а с другой — для представлений о существах, обитающих на восходе или заходе солнца. Чагга рассказывали, что далеко на востоке живут люди, которые вечно бодрствуют. Когда мужчина-солнце поднимается над горизонтом и еще не набрался сил (“он пока маленький”), на него нападают птицы, стремящиеся склевать его как зерно. Люди же сражаются с птицами, защищая от них светило (*Millroth* 1965: 25–26).

Кесарево сечение

Особенности ареального распространения еще одного мотива отличают его от предыдущих, поэтому его историческая связь с ними ненадежна. Тем не менее локализация в пределах северо-восточной, а не западной и бантуязычной Африки отличает его также и от совокупности мотивов, вероятно, принесенных в Евразию 50 тыс. лет назад людьми современного типа.

Мотив кесарева сечения отсутствует в континентальной Евразии, содержащие его тексты редко переводились на русский язык, и большинство читателей с ним вряд ли знакомы. 90% фиксаций приходится на Индонезию – Океанию и на Северную Америку (Арктика и северо-запад). В нашем каталоге этот мотив обозначен номером F49 и имеет следующее определение. Женщинам разрезали живот, чтобы извлечь ребенка. Кто-нибудь объясняет, как надо рожать, либо делает роды возможными. В одних случаях речь идет о первых женщинах, в других – об обительницах неба, нижнего мира или далекой страны (Рис. 4).

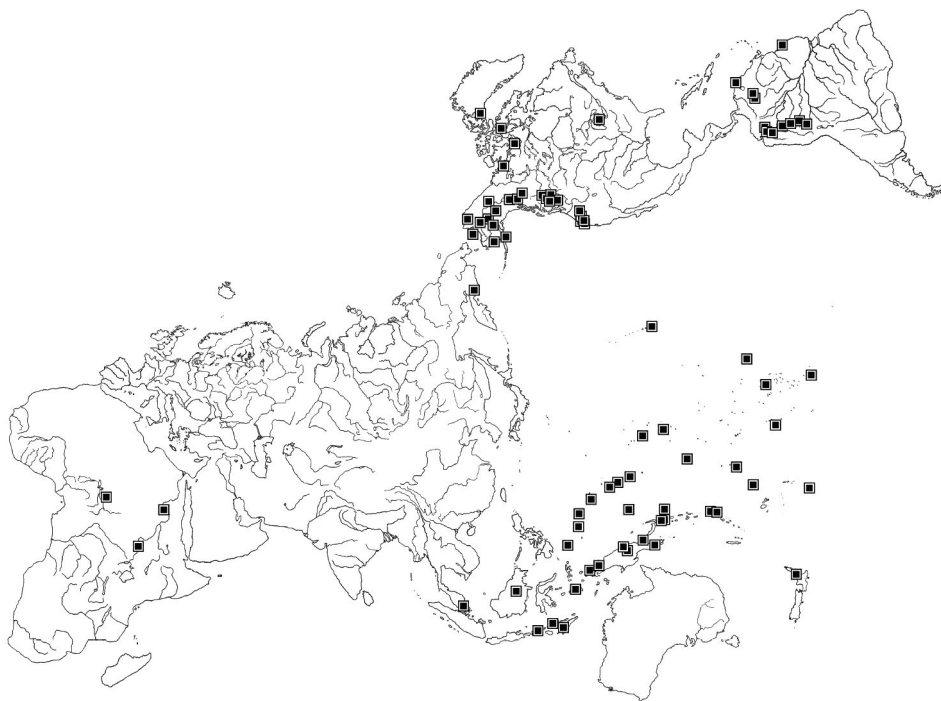


Рис. 4. Кесарево сечение. Женщинам разрезали живот, чтобы извлечь ребенка. Кто-нибудь объясняет, как надо рожать, либо делает роды возможными

В Меланезии мотив обнаружен как у папуа (меджпрат, верхние арапеш, абелам) (Huber-Greub 1988: 290; Elmberg 1968: 263–264; Mead 1940: 378–380), так и у меланезийцев (мекео, остров Тами, Бука, сиуаи на Бугенвиле, моно на островах Шортланд, острова Санта-Крус) (Graebner 1909: 153; Hutton 1914: 484; Mosko 1991: 145; Oliver 1955: 43–45; Wheeler 1926: 43, 54). Варианты с героем, посещающим далекую страну, и с этиологией деторождения у первых людей известны как

тем, так и другим. То же касается Микронезии и Полинезии, где мотив F49 был распространен, скорее всего, повсеместно, хотя данные есть не для всех островов. Для микронезийцев опубликованы сведения по Каролинам (Яп, Палау, Фараулип, Пулуват, Трук, Нгатики), Маршалловым островам (атоллы Айлингглапалап и Малоэлап) и Науру (*Elbert* 1949: 244; *Erland* 1914: 243–244; *Kelin* 2003: 40–41; *Mitchell* 1973: 104–105, 253; *Müller* 1918: 665–666, 671–672), а для полинезийцев – по Капингамаранги, Тикопии, Тувалу, Ниуэ, Новой Зеландии, островам Кука, Гавайям, Туамоту, Мангареве и Маркизам; сюда же можно отнести и Ротуму, где говорят на языке, близком фиджийскому (*Beckwith* 1970: 283–284, 502, 504; *Buck* 1938: 111; *Firth* 1967: 39–40; *Gill* 1876: 265–266; *Kennedy* 1931: 165–168; *Reed* 1999: 153–159; *Steinen* 1933: 347–349). Данные по Нукурии были записаны А.И. Давлетшиным во время экспедиции 2013 г. (личн. сообщ.).

В Малайзии – Индонезии мотив встречается реже, чем в Океании, и представлен в основном не на северо-западе (только мантра Малайского полуострова и каян Борнео) (*Hervey* 1883: 189; *Macdonald* 2005: 96), а на юго-востоке региона (донго Сумбавы, атони Тимора, варопе на северо-западе Новой Гвинеи и – без уточнения этнической группы – Флорес и Серам) (*Arndt* 1952: 485; *Fischer* 1932: 243; *Held* 1956: 110–112; *Middelkoop* 1971: 447). Что-то отдаленно похожее есть в одном из текстов тораджа на Сулавеси (*Fischer* 1932: 242). Поскольку мотив отсутствует на Филиппинах, на Тайване и во всей Восточной Азии, но известен папуа, его распространение в островном мире логично связывать не с австронезийцами, а с более ранним субстратом. При этом в Австралии он отсутствует.

К западу от Тихого океана “Кесарево сечение” вновь появляется лишь на крайнем северо-востоке Азии у алыторцев (*Кибрик и др.* 2000: 71), что уже недалеко от Аляски. Именно на Аляске мотив F49 представлен чаще всего.

Среди эскимосов он известен как юпикам, так и инуитам (Кадьяк, центральные юпик, инуипат Берингова пролива и северной Аляски, медные, нетсилик, иглулик, полярные) (*Fienup-Riordan* 1983: 247; *Gubser* 1965: 39–42; *Hall* 1975: 212–214; *Holtved* 1951a: 152–165; 1951b: 59–64; *Ivanoff Brown* 1981: 40–114; *Jenness* 1924: 69; *Lantis* 1938: 153; *Ostermann* 1952: 235–237; *Rasmussen* 1929: 77–80; 1931: 232–236; 1932: 207; *Rooth* 1971: 15; *Tennant, Bitar* 1981: 215–219). В большинстве текстов рассказывается о странствиях человека и его встречах с различными существами, среди которых есть те, чьи женщины не умеют рожать. Лишь в одном юпикском варианте речь идет о первых женщинах, хотя и в этом случае рассказ далее переходит на описание странствий героя. Мотив известен и атапаскам, но лишь северо-западным, причем используется у них в более разнообразном контексте, нежели у эскимосов (коюкон, кучин, танайна, танана, верхние танана, тагиш, талтан, а также внутренние тлинкиты, которые по культуре ближе тагиш, нежели береговым тлинкитам) (*Attila* 1989: 261–273; *De Laguna* 1995: 84; *McKenna* 1959: 189; 1965: 132–136; *McClelland* 2007: 390–393, 557–556, 610–617, 673–675; *Osgood* 1937: 173; *Teit* 1919: 206–207). Атапаскские тексты включают как истории о приключениях героя, так и этиологические варианты о происхождении деторождения.

У индейцев Колумбийского плато эпизод включен в деяния героя-преобразователя (карьер, чилкотин, шусвап, лиллуэт, томпсон, кламат) (*Barker* 1963: 51–57; *Farrand* 1900: 7–14; *Hill-Tout* 1899: 205–206; *Jenness* 1934: 129–136; *Teit* 1909: 644, 652, 746–748; 1912: 292–296, 368; 1917: 20) (карьер и чилкотин формально относятся к Субарктике, поскольку говорят на атапаскских языках, но в их культуре заметен значительный салишский субстрат). Этот своеобразный тип пер-

сонажа характерен для Британской Колумбии, Вашингтона и Орегона. Если для него и есть некоторые параллели, то лишь в Южной Америке. Вариант алгонкинов фокс в ареале Великих Озер (*Jones 1907: 75–77*) – часть того культурного наследия, которое предки алгонкинов принесли с Колумбийского плато (*Berezkin 2010: 259, 265–269*). Тексты из северной Калифорнии (юрок, вийот, карок, хупа) не демонстрируют явного сходства с текстами из ареала Плато, но исторически с ними, видимо, связаны (*Goddard 1904: 126, 279; Harrington 1932: 26–27; Kroeber 1906: 96–97; 1976: 281–283, 327, 353–355, 361–363, 375–376, 424; Kroeber, Gifford 1980: 33; Sapir 1928: 253–254*). Далее к югу и востоку мотив кесарева сечения в Северной Америке отсутствует.

Мотивов, характерных, с одной стороны, для австронезийцев, а с другой – для Северной Америки, относительно много, однако F49 стоит здесь особняком. В отличие от других, он есть у папуа, а также на северо-западе Южной Америки, что для специфических североамериканско-австронезийских параллелей не характерно. Южноамериканские варианты зафиксированы у гуахино, куива, сикуани, локоно, ваорани, шуар, агуаруна, шаранауа, кашинауа, мацес (*Barrueco 1988: 76–77; Chumap Lucía, García-Rendueles 1979: 361–375; Erikson 1994: 80; Rival 1998: 625; Goeje 1943: 128–129; Guallart 1958: 92–93; Naikiai 1992: 28; Pelizzaro 1993: 23–24; Rueda 1987: 95–96; Siskind 1973: 167; Wilbert, Simoneau 1986: 91–92, 837–838; 1991: 246*). Сюда же, видимо, относятся уурина (В.С. Дин, личн. сообщ., ноябрь 1992 г.). Особенность южноамериканских версий в том, что почти все они (кроме варианта локоно и одного из текстов гуахино) повествуют о появлении деторождения во времена предков, а не о встрече со странными существами в далекой стране. Деторождению чаще учит не герой или героиня, а животное или птица – крыса, мышь, крольчиха, морская свинка, колибри (куива, сикуани, ваорани, шуар, агуаруна, кашинауа). Этот последний мотив отсутствует в Северной Америке, но есть в Старом Свете – у алуторцев, меджпрат, микронезийцев Маршалловых островов и, наконец, у суданских бари. У нубийцев инструктором выступает некий дух.

Африканские варианты немногочисленны, но, как и в случае с “Протеем”, три фиксации для плохо изученной территории – достаточно много. Речь идет о тобанга (один из чадских языков Чада), а также о только что упомянутых нубийцах и нилотах бари (*MacDiarmid 1927: 229; Nagib Yunis 1924: 4–6; Ruelland, Caprille 1993: 23–27*). Никакой существенной разницы между африканскими текстами и записями, сделанными в циркумтихоокеанском мире, нет.

* * *

В описанных мотивах есть общие элементы. Повествования, в которых мотивы использованы, относятся к категории этиологических и космологических, но также и приключенческих, поскольку в них идет речь не только о временах предков либо объектах и существах, находящихся у пределов нашего мира, но и о странствиях героев в эти пределы. Данные мотивы отсутствуют в Центральной Азии и Сибири, но встречаются на западе (кроме “Кесарева сечения”), юге и юго-востоке Евразии, равно как и в Новом Свете. В этом смысле они неплохо встраиваются в модель распределения, которая отражает процесс постепенного разрушения культурного континуума в континентальной Евразии и вытеснения из Восточной Сибири того населения, которое существовало там до

ледникового максимума (*Березкин 2022; Питулько 2022: 167*). В континентальной Евразии эти мотивы выглядят “архаическими” в том смысле, что относительно часто встречаются в ранних письменных текстах и концентрируются на западной и юго-восточной окраинах Евразии, отсутствуя в ее центральных районах. Само обилие материалов по Новому Свету при их редкости в северо-восточной трети Евразии указывает на намного более широкое распространение соответствующих мотивов в Старом Свете в финальном плейстоцене, нежели в XIX–XX вв. Похоже, что тот образ мира, который они отражают, во многих регионах оказался стерт новыми представлениями. Эти представления могли возникнуть под влиянием не только мировых религий, но и того мощного центра культурирования в области фольклора и мифологии, который, по-видимому, стал складываться в пределах Сибири и Центральной Азии с начала голоцена (*Березкин 2018*).

Нельзя сказать, что процессы, о которых идет речь, вполне понятны. Культурные связи и миграции, относящиеся ко времени до широкого распространения керамики, реконструируются с трудом, и основные перспективы здесь связаны с использованием палеогенетики. Несмотря на гигантский прогресс в этой области за последние 10 лет, для многих территорий и периодов данные генетики пока отсутствуют. Сама тема культурного взаимодействия Африки и Евразии в период от заселения ойкумены людьми современного типа до формирования Египетской цивилизации остается почти не исследованной. Впервые приведенные здесь сведения могут поэтому оказаться востребованы не столько сейчас, сколько в будущем.

Благодарности

Статья подготовлена в рамках темы НИР “Центры этно- и культурирования и контактные зоны в Евразии и Америке в конце плейстоцена и голоцене (по данным физической антропологии, археологии и этнологии)”. Благодарю Е.Н. Дувакина за разнообразную помощь и, в частности — за ссылки на античные источники.

Источники и материалы

- Афанасьев 1958* — *Афанасьев А.Н.* Народные русские сказки: В 3 т. Т. 3 / Подгот. текста и примеч. В.Я. Проппа. М.: Гос. изд-во художественной литературы, 1958.
- Балашов 1970* — Сказки Терского берега Белого моря / Изд. подг. Д.М. Балашов. Л.: Наука, 1970.
- Барышникова 2007* — *Барышникова А.К.* Сказки Куприянихи. СПб.: Тропа Троянова, 2007.
- Березкин, Дувакин б.г.* — *Березкин Ю.Е., Дувакин Е.Н.* Тематическая классификация и распределение фольклорно-мифологических мотивов по ареалам. Аналитический каталог // Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. <http://www.ruthenia.ru/folklore/berezkin> (дата обращения: 03.07.2024).
- Ведерникова, Самоделова 1998* — *Ведерникова Н.М., Самоделова У.А.* Фольклорные сокровища московской земли. Т. 3, Сказки и несказочная проза / Сост. Н.М. Ведерникова, У.А. Самоделова. М.: Наследие, 1998.

- Ефименко* 1878 — *Ефименко П.С.* Материалы по этнографии русского населения Архангельской губернии. Ч. 2, Народная словесность // Труды Этнографического отдела Императорского Общества любителей естествознания, антропологии и этнографии при Московском университете. Кн.V. Вып. второй / Под ред. Н.А. Попова. М.: Типо-литография С.П. Архипова и К°, 1878.
- Карнаухова* 1934 — Сказки и предания Северного края / Запись, вступ. статья и коммент. И.В. Карнауховой. М.; Л.: Academia, 1934.
- Кибрик и др.* 2000 — *Кибрик А.Е., Кодзасов С.В., Муравьева И.А.* Язык и фольклор алюторцев. М.: Наследие, 2000.
- Клягина-Кондратьева* 1967 — Шотландские народные сказки и предания / Пер. с англ. М. Клягиной-Кондратьевой. М.: Художественная литература, 1967.
- Конкка* 1959 — Карельские народные сказки / Сост., вступ. статья и примеч. У.С. Конкка. Петрозаводск: Гос. изд-во Карельской АССР, 1959.
- Левченко* 1928 — Казки та оповідання з Поділля в записях 1850–1860-х рр. / Упорядк. М. Левченко. Київ: Друкарня Української Академії Наук, 1928.
- Маскаев* 1967 — Устно-поэтическое творчество мордовского народа: В 8 т. Т. 3. Ч. 2, Эрзянские сказки / Сост. А.И. Маскаев. Саранск: Морд. кн. изд-во, 1967.
- Онегина* 1986 — Сказки Заонежья / Сост. Н.Ф. Онегина. Петрозаводск: Карелия, 1986.
- Онегина* 2010 — Карельские народные сказки. Репертуар Марии Ивановны Михеевой / Сост. Н.Ф. Онегина. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010.
- Онегина, Зайцева* 1996 — Вепские народные сказки / Сост. Н.Ф. Онегина, М.И. Зайцева. Петрозаводск: Карелия, 1996.
- Еремينا* 2008 — Северные сказки в собрании Н.Е. Ончукова / Сост. В.И. Еремينا. СПб.: ИД “Миръ”, 2008.
- Сказки Верховины* 1970 — Сказки Верховины: закарпатские украинские народные сказки. Ужгород: Карпаты, 1970.
- Степанова* 2000 — *Степанова А.С.* Устная поэзия тунгудских карел. Петрозаводск: Периодика, 2000.
- Суриц* 1991 — Скандинавские сказки: датские сказки, шведские сказки, норвежские сказки, исландские сказки / Сост. Е.А. Суриц. М.: Художественная литература, 1991.
- Чубинский* 1872 — Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-русский край, снаряженной Императорским русским географическим обществом. Юго-западный отдел. Материалы и исследования, собранные д. чл. П.П. Чубинским. Т. 1, Веражения и суевия. Загадки и пословицы. Колдовство / Изд. под наблюдением П.А. Гальтебрандта. СПб.: Тип. В. Безобразова и комп., 1872.
- Чубинский* 1878 — Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-русский край, снаряженной Императорским русским географическим обществом. Юго-западный отдел. Материалы и исследования, собранные д. чл. П.П. Чубинским. Т. 2, Малорусские сказки / Изд. под наблюдением П.А. Гальтебрандта. СПб.: Тип. В. Безобразова и комп., 1878.
- Шакрыл* 1975 — Абхазские народные сказки / Сост. К.С. Шакрыл. М.: Наука, 1975.

- Шейн* 1893 — Материалы для изучения быта и языка русского населения Северо-Западного края. Т. 2, Сказки, анекдоты, легенды, предания, воспоминания, пословицы, загадки, приветствия, пожелания, вожба, проклятия, ругань, заговоры, духовные стихи и проч. / Собр. П.В. Шейном. СПб.: Тип. Императорской Академии наук, 1893.
- Adriani, Kruyt* 1850 — *Adriani N., Kruyt A.C.* De Bare'e Sprekende Toradjas van Midden-Celebes (de Oost-Toradjas). Deel I. Amsterdam: N.V. Noord-Hollandsche Uitgevers Maatschappij, 1950.
- Annom et al.* 2018 — *Annom I., Järv R., Kaasik M., Toomeos-Orglaan K.* Vaese mehe õnn. Muinasjutte Lutsimaalt. Tartu: Eesti Kirjanduse Muuseumi Teaduskirjastus, 2018.
- Ans* 1975 — *Ans A.-M. d'.* La Verdadera Biblia de los Cashinahua: Mitos, leyendas y tradiciones de la selva Peruana. Lima: Mosca Azul, 1975.
- Arājs, Medne* 1977 — *Arājs K., Medne A.* The Types of the Latvian Folktales. Riga: Zinatne, 1977.
- Arndt* 1952 — *Arndt P.P.* Zur Religion der Dongo auf Sumbawa // *Anthropos*. 1952. Bd. 47 (3–4). S. 483–500.
- Attila* 1989 — *Attila C.* Bekk'aatugh Ts'uhuney: Stories We Live By, Traditional Koyukon Athabaskan Stories. Fairbanks: Yukon Koyukuk School District and Alaska Native Language Center, 1989.
- Bardales Rodríguez* 1979 — *Bardales Rodríguez C.* Leyendas de los Shipibo-Conibo sobre los Tres Incas. Lima: Instituto Lingüístico de Verano, 1979.
- Barker* 1963 — *Barker M.A.R.* Klamath Texts. Berkeley: University of California, 1963.
- Barrett* 1925 — *Barrett S.A.* The Cayapa Indians of Ecuador. N.Y.: Museum of the American Indian, Heye Foundation, 1925.
- Barrueco* 1988 — *Barrueco D.* Mitos y leyendas Shuar. Sucua, Ecuador: Mundo Shuar, 1988.
- Beckwith* 1970 — *Beckwith M.* Hawaiian Mythology. Honolulu: University of Hawaii Press, 1970.
- Benedict* 1913 — *Benedict L.W.* Bagobo Myths // *Journal of American Folklore*. 1913. Vol. 26 (99). P. 13–63.
- Buck* 1938 — *Buck P.H.* Ethnology of Mangareva. Honolulu: Bernice P. Bishop Museum, 1938.
- Chumap Lucía, García-Rendueles* 1979 — *Chumap Lucía A., García-Rendueles M.A.* "Duik múun". Universo Mítico de los Aguaruna. Lima: Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica, 1979.
- Colle* 1913 — *Colle R.P.* Les Baluba (Congo Belge). T. 2. Bruxelles: Albert Bewit, 1913. P. 419–918.
- Cox* 1893 — *Cox M.R.* Cinderella: Three Hundred and Forty-Five Variants. L.: The Folk-Lore Society, 1893.
- Crooke* 1908 — *Crooke W.* Some Notes on Homeric Folk-Lore // *Folk-Lore*. 1908. Vol. 19 (2). P. 153–189.
- De Laguna* 1995 — Tales from the Dena: Indian Stories from the Tanana, Koyukuk, & Yukon Rivers / Ed.F. De Laguna. Seattle: University of Washington Press, 1995.
- Dean* 1994 — *Dean B.C.* The Poetics of Creation: Urarina Cosmology and Historical Consciousness // *Latin American Indian Literatures Journal*. 1994. Vol. 10. P. 22–45.
- Dobšinský* 1970 — *Dobšinský P.* Traditional Slovak Folktales. Armonk: M.E. Sharpe, 1970.

- Doke* 1931 — *Doke K.M.* The Lambas of Northern Rhodesia: A Study of Their Customs and Beliefs. L.: G.G. Harrap, 1931.
- Dubianski* 2000 — *Dubianski A.M.* Ritual and Mythological Sources of the Early Tamil Poetry. Groningen: E. Forsten, 2000.
- Elbert* 1949 — *Elbert S.H.* Uta-Matua and Other Tales of Kapingamarangi // *Journal of American Folklore*. 1949. Vol. 62 (245). P. 240–246.
- Elmberg* 1968 — *Elmberg J.-E.* Balance and Circulation: Aspects of Tradition and Change among the Mejprat of Irian Barat. Stockholm: The Ethnographic Museum, 1968.
- Erikson* 1994 — *Erikson P.* Los Mayoruna // *Guía Etnográfica de la Alta Amazonía*. Vol. 2. Quito: Flacso-Sede Ecuador, 1994. P. 1–129.
- Erland* 1914 — *Erland P.A.* Die Marshall Insulaner. Münster: Aschendorffsche Verlagsbuchhandlung, 1914.
- Evans-Pritchard, Beaton* 1940 — *Evans-Pritchard E.E., Beaton A.C.* Folk Stories of the Sudan // *Sudan Notes and Records*. 1940. Vol. 23. P. 55–74.
- Evans-Pritchard, Mynors* 1941 — *Evans-Pritchard E.E., Mynors T.H.B.* Folk Stories of the Sudan: Further Anuak Stories from E.E. Evans-Pritchard Together with Some Moru Stories Contributed by T.H.B. Mynors // *Sudan Notes and Records*. 1941. Vol. 24. P. 69–89.
- Eugenio* 1994 — *Eugenio D.L.* Philippine Folk Literature. Quezon City: University of the Philippine Press, 1994.
- Fienup-Riordan* 1983 — *Fienup-Riordan A.* The Nelson Island Eskimo: Social Structure and Ritual Distribution. Anchorage: Alaska Pacific University Press, 1983.
- Farrand* 1990 — *Farrand L.* Traditions of the Chilcotin Indians. N.Y.: American Museum of Natural History.
- Firth* 1967 — *Firth R.* Tikopia Ritual and Belief. L.: G. Allen & Unwin, 1967.
- Fischer* 1932 — *Fischer H.T.* Indonesische Paradiesmythen // *Zeitschrift für Ethnologie*. 1932. Bd. 64 (1–3). S. 204–245.
- Fock* 1963 — *Fock N.* Waiwai: Religion and Society of an Amazonian Tribe. Copenhagen: The National Museum, 1963.
- Gill* 1876 — *Gill W.W.* Myths and Songs from South Pacific. L.: H.S. King, 1876.
- Glinski* 1920 — *Glinski A.J.* Polish Fairy Tales. L.: J. Lane, 1920.
- Goddard* 1904 — *Goddard P.E.* Hupa Texts // *University of California Publications in American Archaeology and Ethnology*. 1904. Vol. 1 (2). P. 98–368.
- Goeje* 1943 — *Goeje C.H. de.* Philosophy, Initiation and Myths of the Indians of Guiana and Adjacent Countries. Leiden: Internationales Archiv für Ethnographie, 1943.
- Graebner* 1909 — *Graebner F.* Völkerkunde der Santa-Cruz-Inseln // *Ethnologica*. 1909. Bd. 1. S. 71–184.
- Guallart* 1958 — *Guallart J.M.* Mitos y leyendas de los Aguarunas del Alto Marañon // *Perú Indígena*. 1958. Vol. 7 (16–17). P. 59–98.
- Gubser* 1965 — *Gubser N.J.* The Nunamiut Eskimos, Hunters of the Caribou. New Haven: Yale University Press, 1965.
- Haavio* 1952 — *Haavio M.* Väinämöinen. Eternal Sage. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia, 1952.
- Hall* 1975 — *Hall E.S.* The Eskimo Storyteller: Folklore from Noatak, Alaska. Knoxville: University of Tennessee Press, 1975.
- Haltrich* 1882 — *Haltrich J.* Deutsche Volksmärchen aus dem Sachsenlande in Siebenbürgen. Wien: C. Graeser, 1882.

- Harrington* 1932 – *Harrington J.P.* Karuk Indian Myths. Washington: Smithsonian Institution, 1932.
- Held* 1956 – *Held G.J.* Waropense Teksten (Geelvinkbaal, Noord Nieuw-Guinea). 'S-Gravenhage: Martinus Nuhoff, 1956.
- Hervey* 1993 – *Hervey D.F.A.* The Měntra Traditions // Journal of the Straits Branch of the Royal Asiatic Society (Singapore). 1883. Vol. 10. P. 189–194.
- Hermitte* 1970 – *Hermitte M.E.* Poder sobrenatural y control social en un pueblo Maya contemporáneo. México: Instituto Indigenista Interamericano, 1970.
- Hill-Tout* 1899 – *Hill-Tout C.* “Sqaktktquaact”, or the Benign-Faced, the Oannes of the Ntlakapamuq, British Columbia // Folk-Lore. 1899. Vol. 10 (2). P. 195–216.
- Hissink, Hahn* 1961 – *Hissink K., Hahn A.* Die Tacana. Erzählungsgut. Stuttgart: Kohlhammer, 1961.
- Hofmayr* 1925 – *Hofmayr W.* Die Shilluk. Geschichte, Religion und Leben eines Niloten-Stammes. Mödling bei Wien: Administration des Anthropos, 1925.
- Höltker* 1965 – *Höltker G.* Mythen und Erzählungen der Monumbo- und Ngaimbom-Papua in Nordost-Neuguinea // Anthropos. 1965. Bd. 60 (1–6). S. 65–107.
- Holtved* 1951a – *Holtved E.* The Polar Eskimos: Language and Folklore. Pt. I, Texts. København: C.A. Reitzels Forlag, 1951a.
- Holtved* 1951b – *Holtved E.* The Polar Eskimos: Language and Folklore. Pt. II, Myths and Tales. København: C.A. Reitzels Forlag, 1951b.
- Huber-Greub* 1988 – *Huber-Greub B.* Kokospalmenmenschen. Boden und Alltag und ihre Bedeutung im Selbstverständnis der Abelam von Kimbangwa (East Sepik Province, Papua New Guinea). Basel: Museum für Völkerkunde, 1988.
- Hutton* 1914 – *Hutton J.H.* Folk-Tales of the Angami Nagas of Assam // Folk-Lore. 1914. Vol. 25 (4). P. 476–498.
- Idoyaga Molina* 1989 – *Idoyaga Molina A.* Astronomía pilaga // Astronomías Indígenas Americanas / Comp. E. Magaña. Buenos Aires: Centro Argentina de Etnología Americana, 1989. P. 17–28.
- Incháustegui* 1977 – *Incháustegui C.* Relatos del mundo mágico mazateco. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1977.
- Ivanoff Brown* 1981 – *Ivanoff Brown E.* The Longest Story Ever Told. Qayaq: The Magical Man. Anchorage: Alaska Pacific University Press, 1981.
- Jara* 1990 – *Jara F.* El Camino del Kumu. Ecología y ritual entre los Akuriyó de Surinam. Utrecht: ISOR, 1990.
- Jenness* 1924 – *Jenness D.* Myths and Traditions from Northern Alaska, the Mackenzie Delta and Coronation Gulf. Ottawa: F.A. Acland, 1924.
- Jones* 1907 – *Jones W.* Fox Texts. Leyden: E.J. Brill, 1907.
- Kaindl* 1889 – *Kaindl R.F.* Sagen und Märchen aus Ostgalizien und der Bukowina // Zeitschrift für Volkskunde (Leipzig). 1889. Bd. 1 (4–5). S. 182–188.
- Kelin* 2003 – *Kelin D.A.* Marshall Islands Legends and Stories. Honolulu: Bess Press, 2003.
- Kelly* 1966 – *Kelly I.T.* World View of a Highland Totonac pueblo // Summa Anthropologica en Homenaje a Roberto J. Weitlaner / Ed.A. Pompa y Pompa. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1966. P. 395–411.
- Kennedy* 1931 – *Kennedy D.G.* Field Notes of the Culture of Vaitupu, Ellice Islands. New Plymouth: Thomas Avery & sons, 1931.
- Köhler* 1977 – *Köhler U.* Čonbilal Č'ulelal. Grundformen mesoamerikanischer Kosmologie und Religion in einem Gebetstext auf Maya-Tzotzil. Wiesbaden: Franz Steiner, 1977.

- Kroeber* 1906 – *Kroeber A.L.* Wishosk Myths // *Journal of American Folklore*. 1906. Vol. 19 (69). P. 85–107.
- Kroeber* 1976 – *Kroeber A.L.* Yurok Myths. Berkeley: University of California Press, 1976.
- Kroeber, Gifford* 1980 – *Kroeber A.L., Gifford E.W.* Karok Myths. Berkeley: University of California Press, 1980.
- Kronenberg* 1958 – *Kronenberg A.* Die Teda von Tibesti. Horn; Wien: Ferdinand Berger, 1958.
- Kruyt* 1938 – *Kruyt A.C.* De West-Toradjas op Midden-Celebes. Deel II. Amsterdam: N.V. Noord-Hollandsche Uitgevers Maatschappij, 1938.
- Lawson* 1910 – *Lawson J.C.* Modern Greek Folklore and Ancient Greek Religion: A Study in Survivals. Cambridge: at the University Press, 1910.
- Lemke* 1887 – *Lemke E.* Volksthümliches in Ostpreussen. Th. 2. Mohrungen: W.E. Harich, 1887.
- Lantis* 1938 – *Lantis M.* The Mythology of Kodyak Island, Alaska // *Journal of American Folklore*. 1938. Vol. 51 (200). P. 123–172.
- Laughlin* 1977 – *Laughlin R.M.* Of Cabbages and Kings: Tales from Zinacantan. Washington: Smithsonian Institution, 1977.
- MacDiarmid* 1927 – *MacDiarmid D.N.* Notes on Nuba Customs and Language // *Sudan Notes and Records*. 1927. Vol. 10. P. 224–233.
- Macdonald* 2005 – *Macdonald C.* Du corps déconstruit au corps reconstruit // *L'Homme*. 2005. Vol. 174. P. 75–102.
- Magaña* 1987 – *Magaña E.* Contribuciones al estudio de la mitología y astronomía de los Índios de las Guayanas. Amsterdam: CEDLA, 1987.
- Martin* 1977 – *Martin H.N.* Myths and Folktales of the Alabama-Coushatta Indians of Texas. Austin: The Encino Press, 1977.
- McKenna* 1959 – *McKenna R.A.* The Upper Tanana Indians. New Haven: Yale University, 1959.
- McKenna* 1965 – *McKenna R.A.* The Chandalar Kutchin. Montreal: Arctic Institute of North America, 1965.
- McClelland* 2007 – *McClelland C.* My Old People's Stories: A Legacy for Yukon First Nations. Whitehorse: Government of Yukon, 2007.
- Mead* 1940 – *Mead M.* The Mountain Arapesh: Supernaturalism // *Anthropological Papers of the American Museum of Natural History*. 1940. Vol. 37 (3). P. 319–451.
- Megas* 1970 – *Megas G.A.* Folktales of Greece. Chicago: The University of Chicago Press, 1970.
- Mercier* 1979 – *Mercier H.J.M.* Nosotros los Napu-Runas: Napu Runapa Rimay, Mitos e historia. Iquitos: Publicaciones CETA, 1979.
- Middelkoop* 1971 – *Middelkoop P.* De oorsprong van het land Amarasi en het land Rote // *Bijdragen tot de taal, land- en volkenkunde*. 1971. Deel 127. Num. 4. Bl. 434–451.
- Millroth* 1965 – *Millroth B.* Lyuba: Tradional Religion of the Sukuma. Uppsala: University of Uppsala, 1965.
- Mitchell* 1973 – *Mitchell R.E.* The Folktales of Micronesia. Nagoya: Nanzan University, 1973.
- Montalba* 1849 – *Montalba A.R.* Fairy Tales from All Nations. L.: Chapman & Hall, 1849.

- Mosko* 1991 – *Mosko M.S.* The Canonic Formula of Myth and Nonmyth // *American Ethnologist*. 1991. Vol. 18 (1). P. 126–151.
- Müller* 1918 – *Müller W.* Yap. Texte. Hamburg: Friederichsen, 1918. S. 381–812.
- Nagib Yunis* 1924 – *Nagib Yunis Y.* The Kuku and Other Minor Tribe of the Kajo Kaji District // *Sudan Notes and Records*. 1924. Vol. 7 (1). P. 1–41.
- Naikiai* 1992 – *Naikiai V.* Los mitos y su relación con el trabajo del hombre Shuar // *Los Guardianes de la Tierra. Los indígenas y su relación con el medio ambiente*. Quito: Ediciones Abya-Yala, 1992. P. 9–33.
- Nilles* 1969 – *Nilles J.* Eine Mythe in der Kuman-Sprache (Zentral-Neuguinea) // *Anthropos*. 1969. Bd. 63–64 (3–4). S. 561–565.
- Nimuendaju* 1922 – *Nimuendaju C.* Bruckstücke aus Religion und Ueberlieferungen der Sipáia-Indianer // *Anthropos*. 1922. Bd. 16–17 (1–3). S. 367–406.
- Nimuendaju* 1939 – *Nimuendaju C.* The Apinaye. Washington: Catholic University of America Press, 1939.
- Normann, Tammper* 1989 – *Normann E., Tammper H.* Marjakobar ja teisi setu mui-nasjutte. Tallinn: Eesti Raamat, 1989.
- Oliver* 1955 – *Oliver D.L.* A Solomon Island Society: Kinship and Leadership among the Siuai of Bougainville. Cambridge: Harvard University Press, 1955.
- Ortiz de Villalba* 1989 – *Ortiz de Villalba J.S.* Sacha Pacha. Mitos, poesías, sueños y re-franes de los Quichuas Amazónicos. Quito: Abya-Yala, 1989.
- Osgood* 1937 – *Osgood C.* The Ethnography of the Tanaina. New Haven: Yale University Press, 1937.
- Ostermann* 1952 – *Ostermann H.* The Alaskan Eskimos as Described in the Posthumous Notes of Dr. Knud Rasmussen. Copenhagen: Fifth Thule Expedition, 1952.
- Parry* 1932 – *Parry N.E.* The Lakhers. L.: Macmillan & Co.
- Poestion* 1996 – *Poestion J.G.* Lappländische Märchen, Volkssagen, Rätsel und Sprichwörter. Wien: Carl Gerolds Sohn, 1886.
- Pollan* 2005 – *Pollan B.* Samiske beretninger. Oslo: Aschehoug, 2005.
- Rasmussen* 1929 – *Rasmussen K.* Intellectual Culture of the Iglulik Eskimos. Copenhagen: Fifth Thule Expedition, 1929.
- Rasmussen* 1931 – *Rasmussen K.* The Netsilik Eskimos: Social Life and Spiritual Culture. Copenhagen: Fifth Thule Expedition, 1931.
- Rasmussen* 1932 – *Rasmussen K.* Intellectual Culture of the Copper Eskimos. Copenhagen: Fifth Thule Expedition, 1932.
- Reed* 1999 – *Reed A.W.* Maori Myths & Legendary Tales. Auckland: New Holland Publishers, 1999.
- Rooth* 1971 – *Rooth A.B.* The Alaska Expedition 1966: Myths, Customs and Beliefs among the Athapaskan Indians and the Eskimos of Northern Alaska. Lund: Lunds Universitet, 1971.
- Rueda* 1987 – *Rueda M.V.* Setenta “Mitos Shuar”. Quito: Mundo Shuar, 1987.
- Ruelland, Caprille* 1993 – *Ruelland S., Caprille J.-P.* Contes et récits du Tchad. Paris: Conseil international de la langue française, 1993.
- Säärits* 2022 – *Säärits E.* Maailmade vahel. Ello Kirsi Setomaal kogutud lood. 1938–1940. Tartu: Eesti Kirjandus Muuseum, 2022.
- Scobie* 1975 – *Scobie A.* The Battle of the Pygmies and the Cranes in Chinese, Arab, and North American Indian Sources // *Folklore*. 1975. Vol. 86 (2). P. 122–132.
- Schärer* 1966 – *Schärer H.* Der Totenkult der Ngadju Dajak in Süd-Borneo. Mythen zum Totenkult und die Texte zum Tantolak Matei. ‘s-Gravenhage: Martinus Nuhoff, 1966.

- Schefold* 1988 – *Schefold R. Lia*. Das große Ritual auf den Mentawai-Inseln (Indonesien). Berlin: Dietrich Reimer, 1988.
- Scheub* 2000 – *Scheub H.* A Dictionary of African Mythology. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Schreck* 1887 – *Schreck E.* Finnische Märchen. Weimar: Hermann Böhlau, 1887.
- Pelizzaro* 1993 – *Pelizzaro S.* Shuar. Quito: Abya-Yala, 1993.
- Rival* 1998 – *Rival L.M.* Androgynous Parents and Guest Children: The Huaorani couvade // The Journal of the Royal Anthropological Institute. 1998. Vol. 4 (4). P. 619–642.
- Sapir* 1928 – *Sapir J.* Yurok Tales // Journal of American Folklore. 1928. Vol. 41 (160). P. 253–261.
- Siskind* 1973 – *Siskind J.* To Hunt in the Morning. N.Y.: Oxford University Press, 1973.
- Skrīvele* 2018 – *Skrīvele K.* Latvian Tales of Magic. Rīga: Zvaizzne ABC, 2018.
- Slone* 2009 – *Slone T.H.* Creation of the Cosmos and Earth. Port Morsbey: UniBooks, 2009.
- Steinen* 1933 – *Steinen K. von den.* Marquesanische Mythen // Zeitschrift für Ethnologie. 1933. Bd. 65 (4–6). S. 326–373.
- Tastevin* 1926 – *Tastevin C.P.* La légende de Bóyusú en Amazonie // Revue d'Ethnographie et des Traditions Populaires. 1926. Vol. 6 (22). P. 172–206.
- Teit* 1909 – *Teit J.A.* The Shuswap // Memoires of the American Museum of Natural History. 1909. Vol. 4. P. 443–813.
- Teit* 1912 – *Teit J.A.* Traditions of the Lillooet Indians of British Columbia // Journal of American Folklore. 1912. Vol. 25 (98). P. 287–371.
- Teit* 1917 – *Teit J.A.* Thompson tales // Memoires of the American Folk-Lore Society. 1917. Vol. 11. P. 1–63.
- Teit* 1919 – *Teit J.A.* Tahltan Tales // Journal of American Folklore. 1919. Vol. 32 (123). P. 198–250.
- Tennant, Bitar* 1981 – *Tennant E.A., Bitar J.N.* Yupik Lore: Oral Traditions of an Eskimo people. Bethel: Lower Kuskokwim School District, 1981.
- Vicedom* 1977 – *Vicedom G.F.* Myths and Legends from Mount Hagen. Port Moresby: Institute of Papua New Guinea, 1977.
- Vogt* 1969 – *Vogt E.Z.* Zinacantan: A Maya Community in the Highlands of Chiapas. Cambridge: Harvard University Press, 1969.
- Vries* 1925 – *Vries J. de.* Volksverhalen uit Oost-Indië. Zutphen: W.J. Thieme, 1925.
- Wheeler* 1926 – *Wheeler G.C.* Mono-Alu Folklore (Bougainville Strait, Western Solomon Islands). L.: Routledge, 1926.
- Wilbert, Simoneau* 1986 – *Wilbert J., Simoneau K.* Folk Literature of the Guajiro Indians. Los Angeles: University of California, 1986.
- Wilbert, Simoneau* 1991 – *Wilbert J., Simoneau K.* Folk Literature of the Cuiva Indians. Los Angeles: University of California, 1991.
- Wissler, Duvall* 1908 – *Wissler C., Duvall D.C.* Mythology of the Blackfoot Indians. N.Y.: American Museum of Natural History, 1908.
- Zerries* 1958 – *Zerries O.* Schöpfung und Urzeit im Denken der Waika-Indianer des Oberen Orinoko (Venezuela) // Proceedings of the 32nd International Congress of Americanists, Copenhagen, 8–15 August, 1956. Copenhagen: Munksgaard, 1958. P. 280–288.

Научная литература

- Александрова Е.В.* “Подземные карлики” в Египте: между историей и мифом // Шаги/Steps. 2019. Т. 5 (2). С. 175–187. <https://doi.org/10.22394/2412-9410-2019-5-2-175-187>
- Березкин Ю.Е.* Африка, миграции, мифология. Ареалы распространения фольклорных мотивов в исторической перспективе. СПб.: Наука, 2013.
- Березкин Ю.Е.* Азиатский след в африканском фольклоре в свете данных о трансконтинентальных связях в акватории Индийского океана во II тыс. до н.э. – I тыс. н.э. // Зографский сборник. Вып. 5 / Отв. ред. М.Ф. Альбедиль, Я.В. Васильков. СПб.: МАЭРАН, 2016. С. 23–44.
- Березкин Ю.Е.* Сибирь и Центральная Азия как инновационный регион (материалы фольклора) // Антропологический форум. 2018. № 39. С. 33–51. <https://doi.org/10.31250/1815-8870-2018-14-39-33-51>
- Березкин Ю.Е.* Культурный континуум бореальной зоны Евразии и восточносибирский клин (по данным сравнительной мифологии и палеогенетики) // Археология, этнография и антропология Евразии. 2022. Т. 50 (2). С. 28–40. <https://doi.org/10.17746/1563-0102.2022.50.2.028-040>
- Питулько В.В.* Расселение и адаптация древнего населения Восточно-Сибирской Арктики в позднем неоплейстоцене – раннем голоцене. Дис. ... докт. ист. наук. Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого РАН, Санкт-Петербург, 2022.
- Berezkin Y.* Dwarfs and Cranes: Baltic Finnish Mythologies in Eurasian and American Perspective (70 Years after Yrjö Toivonen) // Folklore. 2007. Vol. 36. P. 75–96. <https://doi.org/10.7592/FEJF2007.36.berezkin>
- Berezkin Y.E.* Selecting Separate Episodes of the Peopling of the New World: Beringian–Subarctic–Eastern North American Folklore Links // Anthropological Papers of the University of Alaska. 2010. Vol. 5 (1–2). P. 257–276.
- Bolte J., Polívka G.* Anmerkungen zu den Kinder- u. Hausmärchen der Brüder Grimm. Bd. 1 (1–60). Leipzig: Dieterichsche Verlagsbuchhandlung Theodor Weicher, 1913.
- Fortes-Lima C.A. et al.* The Genetic Legacy of the Expansion of Bantu-Speaking Peoples in Africa // Nature. 2024. Vol. 625. P. 540–547. doi.org/10.1038/s41586-023-0670-6
- Gapasso G. et al.* Direct Evidence of Plant Consumption in Neolithic Eastern Sudan from Dental Calculus Analysis // Scientific Reports. 2024. Vol. 14 (4278). doi.org/10.1038/s41598-024-53300-z
- Kerdoncuff E. et al.* 50,000 Years of Evolutionary History of India: Insights from ~2,700 Whole Genome Sequences // BioRxiv preprint. 2024. doi.org/10.1101/2024.02.15.580575
- Pfennig A., Petersen L.N., Kachambwa P., Lachance J.* Evolutionary Genetics and Admixture in African Populations // Genome Biology and Evolution. 2023. Vol. 15 (4). evad054. doi.org/10.1093/gbe/evad054
- Schlebusch C.M., Jakobsson M.* Tales of Human Migration, Admixture, and Selection in Africa // Annual Review of Genomics and Human Genetics. 2018. Vol. 19. P. 405–428. doi.org/10.1146/annurev-genom-083117-021759
- Stang H.* Greenland: A Map and a Myth from the Middle East // Annual Newsletter of the Scandinavian Institute of Asian Studies. 1982. Vol. 16. P. 21–32.

Research Article

Berezkin, Y.E. Eurasian Back-Migration: Traces in Mythology? [Obratnaia migratsiia v Afriku: sled v mifologii?]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 157–179. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030094> EDN: BRCAKA ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Yuri Berezkin | <http://orcid.org/0000-0001-6001-7339> | berezkin1@gmail.com | Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera), Russian Academy of Sciences (3 University Emb., St. Petersburg, 199034, Russia)

Keywords

African mythology, comparative mythology, traditional cosmology, Eurasian back-migration

Abstract

The author examines the world distribution of mythological motifs peculiar for Northeast Africa but absent in other parts of this continent. The corresponding narratives describe the events of the time of creation, objects and beings localized at the ultimate limits of the human world as well as episodes of the journeys of heroes to these limits. The motifs in question are absent in Central Asia and Siberia but found across Western, South and Southeast Asia, in Oceania and across the New World. Considering such distribution, these stories probably appeared at the early stages of the peopling of the oikumene (definitely before the peopling of the New World) and were brought to Africa by the populations engaged into the Eurasian back-migrations that were going since the Terminal Pleistocene and possibly earlier.

References

- Alexandrova, E.V. 2019. “Podzemnye karliki” v Egipte: mezhdru istoriei i mifom [“Underworld Dwarfs” in Egypt: Between History and Myth]. *Shagi/Steps* 5 (2): 175–187. <https://doi.org/10.22394/2412–9410–2019–5–2–175–187>
- Berezkin, Y. 2007. Dwarfs and Cranes: Baltic Finnish Mythologies in Eurasian and American Perspective (70 Years after Yrjö Toivonen). *Folklore* 36: 75–96. <https://doi.org/10.7592/FEJF2007.36.berezkin>
- Berezkin, Y. 2010. Selecting Separate Episodes of the Peopling of the New World: Beringian–Subarctic–Eastern North American Folklore Links. *Anthropological Papers of the University of Alaska* 5 (1–2): 257–276.
- Berezkin, Y.E. 2013. *Afrika, migratsii, mifologiya. Arealny rasprostraneniia fol’klornykh motivov v istoricheskoi perspektive* [Africa, Migrations, Mythology: Areal Patterns of the Folklore Motifs in the Historical Perspective]. St. Petersburg: Nauka.
- Berezkin, Y.E. 2016. Aziatskii sled v afrikanskom fol’klore v svete dannykh o transkontinental’nykh svyaziakh v akvatorii Indiiskogo okeana vo II tys. do n.e. [Asian Trace in the African Folklore in the Light of Data on the Transcontinental Links across the Indian Ocean, II mill. B.C. – I mill. A.D.]. In *Zografskii sbornik* [Zograf Collection], edited by M.F. Albedil and Y.V. Vasilkov, 5: 23–44. St. Petersburg: Museum of Anthropology & Ethnography.
- Berezkin, Y. 2018. Sibir’ i Tsentral’naia Aziia kak innovatsionnyi region (materialy fol’klora) [Siberia and Central Asia as a Region of Innovations (Folklore Data)]. *Antropologicheskii forum* 39: 33–51. <https://doi.org/10.31250/1815–8870–2018–14–39–33–51>

- Berezkin, Y.E. 2022. Kul'turnyi kontinuum boreal'noi zony Evrazii i vostochnosibirskii klin (po dannym sravnitel'noi mifologii i paleogenetiki) [The Cultural Continuum of the Eurasian Boreal Zone and the Eastern Siberian Wedge (Based on Comparative Mythology and Paleogenetics)]. *Arkheologiya, etnografiya i antropologiya Evrazii* 50 (2): 28–40. <https://doi.org/10.17746/1563-0102.2022.50.2.028-040>
- Bolte, J., and G. Polívka. 2013. *Anmerkungen zu den Kinder- u. Hausmärchen der Brüder Grimm* [Notes to the Children's and Household Tales by the Brothers Grimm], 1 (1–60). Leipzig: Dieterichsche Verlagsbuchhandlung Theodor Weicher.
- Fortes-Lima, C.A., et al. 2024. The Genetic Legacy of the Expansion of Bantu-Speaking Peoples in Africa. *Nature* 625: 540–547. doi.org/10.1038/s41586-023-0670-6
- Gapasso, G., et al. 2024. Direct Evidence of Plant Consumption in Neolithic Eastern Sudan from Dental Calculus Analysis. *Scientific Reports* 14 (4278). doi.org/10.1038/s41598-024-53300-z
- Kerdoncuff, E., et al. 2024. Years of Evolutionary History of India: Insights from ~2,700 Whole Genome Sequences. *BioRxiv preprint*. doi.org/10.1101/2024.02.15.580575
- Pfenning, A., L.N. Petersen, P. Kachambwa, and J. Lachance. 2023. Evolutionary Genetics and Admixture in African Populations. *Genome Biology and Evolution* 15 (4): evad054. doi.org/10.1093/gbe/evad054
- Pitulko, V.V. 2022. Rasselenie i adaptatsiya drevnego naseleniya Vostochno-Sibirskoi Arktiki v pozdnem neopleistotsene – rannem golotsene [Settling and Adaptation of the Ancient People of East Siberian Arctic in Late Neopleistocene – Early Holocene]. PhD diss., Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography.
- Schlebusch, C.M., and M. Jakobsson. 2018. Tales of Human Migration, Admixture, and Selection in Africa. *Annual Review of Genomics and Human Genetics* 19: 405–428.
- Stang, H. 1982. Greenland: A Map and a Myth from the Middle East. *Annual Newsletter of the Scandinavian Institute of Asian Studies* 16: 21–32.

ТРАДИЦИИ ВОЗДЕЛЫВАНИЯ И ХРАНЕНИЯ РЕПЫ НА РУССКОМ СЕВЕРЕ: ВЗГЛЯД ЭТНОЛИНГВИСТА

К.В. Осипова

Ксения Викторовна Осипова | <https://orcid.org/0000-0002-2285-6112> | osipova.ks.v@yandex.ru |
д. филол. н., доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации |
Уральский федеральный университет (ул. Мира 19, Екатеринбург, 620002, Россия)

Ключевые слова

Русский Север, этнолингвистика, топонимия, диалектная лексика, история сельскохозяйственных культур, репа

Аннотация

Статья опирается на корпус лексических и ономастических данных, собранных в ходе полевых исследований на территории Архангельской, Вологодской и Костромской областей, а также на материалы лексикографических и этнографических источников. В этнолингвистическом аспекте рассмотрены топонимы и географические термины, мотивационно связанные со словом *репа* (*репище*, *Репная Яма* и др.), а также комплекс культурно-языковых фактов, относящихся к выращиванию и хранению репы. Методы ареально-типологического и контекстного анализов лексики позволили восстановить особенности возделывания репы при подсечно-огневом земледелии и обнаружить влияние прибалтийско-финских бытовых практик на севернорусскую традицию. Охарактеризована география распространения *репищ* как названия лесных участков, выжженных и расчищенных под посев репы, льна и ржи, а также традиции организации “репных ям” — лесных необорудованных хранилищ для репы.

Несмотря на известную значимость репы в рационе славян, ни ее культурная история, ни приписываемые ей символические функции не имели прежде должного освещения в научной литературе. Исследования, посвященные символике репы в славянской культуре, начали выходить только в 2000-х годах (Березович, Усачева 2009; Бунчук 2000, 2010; Дьячкова, Доля 2023; Крашенинникова 2009; Топоров 2004; Фомичев 2022). Перечисленные работы отчасти восполнили существовавший пробел и представили основные ритуальные практики и символические значения репы: символика плодородия, эротические коннотации, хтонические мотивы, функция ритуального заместителя реальных предметов (ср. традицию вырезать репные гробики для мух, репные зубы ряженных и проч.) и др. В то же время история репы как сельскохозяйственной культуры

Статья поступила 05.02.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 13.03.2024
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Осипова К.В. Традиции возделывания и хранения репы на Русском Севере: взгляд этнолингвиста // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 180–200. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030103> EDN: BRBPOY

Osipova, K.V. 2024. Traditsii vozdel'vaniia i khraneniia repy na Russkom Severe: vzgliad etnolingvиста [Traditions of Cultivation and Storage of Turnips in the Russian North: The View of an Ethnolinguist]. *Этнографическое обозрение* 3: 180–200. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030103> EDN: BRBPOY

ры, особенности ее распространения и возделывания, место в рационе древних славян и других народов Европы до сих пор остаются за рамками исследований.

Имеющиеся в научной литературе сведения достаточно скупы: репу начали культивировать около 4 тыс. лет назад, она была известна грекам и римлянам, а к славянам могла проникнуть как южным путем, так и из Северной Европы (Баранова 2017; Бексеев 1999). В России наибольшее распространение репа получила на Русском Севере — ее короткий вегетационный период позволял получать урожай в недолгое северное лето: самыми “северными предельными пунктами выращивания овощей являлись районы Архангельской губернии, заселенные великороссами по долинам рек с иловатой почвой и наносными валунами. В этих местностях было возможно только выращивание культур с 3-х месячным сроком вегетации” (Пивоваров, Солдатенко 2022: 24). В начале XVIII—XIX вв. посадки репы во многих северных районах еще значительно превосходили другие овощи: из-за пищевой ценности и скороспелости репа считалась здесь “вторым хлебом” (Милов 1998: 75, 259, 261 и др.). Благодаря своим пищевым свойствам и объему выращивания репа на Русском Севере в какой-то мере заменяла капусту, составлявшую основу овощного рациона в среднерусской полосе, но не возделываемую во многих северных районах в силу большей прихотливости к условиям произрастания.

Полевые лингвистические исследования уральских лингвистов, уже более 60 лет проводимые на территории Архангельской, Вологодской и Костромской областей, позволили выявить обширный пласт ономастики и апеллятивной лексики, связанный с выращиванием и употреблением репы: названия репы, участков, предназначенных под ее посадку, помещений для ее хранения, обозначения способов кулинарной обработки репы и основных блюд из нее. Учитывая, что ономастике присуща значительная консервативность, она позволяет восстановить историю повседневной жизни северорусских крестьян в не меньшей, а порой и в большей степени, чем сохранившиеся свидетельства материальной культуры. Целью данного исследования является реконструкция некоторых традиционных агрономических и хозяйственных практик, связанных с возделыванием и хранением репы, с опорой на корпус диалектной лексики. Помимо лингвистических источников (диалектные словари и картотеки Топонимической экспедиции Уральского университета), привлекается также ряд историко-этнографических и фольклорных изданий XIX—XXI вв.

Ареал, который охватывает исследование, включает Архангельскую и Вологодскую области, а также примыкающие к ним районы Карелии и Костромской области. Кроме того, спорадически привлекаются данные русских диалектов восточных территорий — Вятки, Прикамья, Среднего Урала, Зауралья и Сибири. В некоторых случаях учитываются данные, полученные в результате исследования традиций (преимущественно прибалтийско-финских) народов, контактировавших с русскими на изучаемых нами территориях, с целью выявить типологически или генетически близкие культурно-языковые явления. Поскольку для прибалтийских финнов репа также была основной овощной культурой¹, можно предположить, что их сельскохозяйственные практики оказывали влияние на земледельческую культуру славян, освоивших северные территории позднее. Примечательно, что *финляндская*, или *чухонская*, репа даже считалась “своеобразной культурой северного района и вывозилась в Петербург именно под именем *финляндская репа* (курсив мой. — К.О.)” (Пивоваров, Солдатенко 2022: 24).

Участки для возделывания репы. О широте возделывания репы на севернорусских территориях свидетельствует ареал географического термина *репище* (или *рипище*) в значении “поле, где растет репа”² (фонетические варианты слова обусловлены особенностями перехода фонемы *ѣ* в севернорусских говорах в <е> или <и>). Термин “*ръпище*” отмечен уже в северных диалектах древнерусского языка. Его фиксируют псковские, новгородские и двинские документы, начиная с XIV в., в значениях “репное поле” и “род поземельного владения”, ср.: “Дал есмь въ домъ святому Николи въ Чюхченему ... на *ръпищи* гоны земли и притеребь” (ок. 1350) (Срезневский 1989: 222); “Он же Михайло на *рипишах* рожь да *ръпу* сияль” (1641); “Да за *ръкою* за Двиною *рипища* косить на себя” (1696) (Шаламова 1997: 146). В XX в. диалектные формы *репище* или *репнище* в значении “поле, где растет репа” широко записывались практически на всей территории Архангельской области, в Белозерье, Карелии и на северо-востоке Костромской области (Пудож, Кондоп; Выт, В-Уст, Кад, Кир, У-Куб, Хар; Вель, Карг, Лен, Леш, Плес, Холм; Вох, К-С, Окт, Пав) (КСГРС б.г.; ЛКТЭ б.г.; СРГК 2002: 515)³ – севернорусская география распространения этого термина отражена на Рис. 1, где схематично представлены районы Архангельской, Вологодской и Костромской областей.

Расширение значения слова *репище* от “участок под посев репы” до “огород”, отмеченное в Белозерье и Пудожском районе Карелии, подтверждает ключевую роль этой сельскохозяйственной практики. В Костромской области термин *рипище* чаще всего фиксируется в значениях “надел земли, нарезаемый на ребенка” и “участок пахотной земли, предназначенный для сева”, сохраняющих память о подушевом выделении лесных участков земли под разработку и сев. “Рипище” было тем минимальным наделом (ок. 10 соток), который выдавался на одну душу и из которого складывался участок всей семьи – “кулига” (40–50 соток): “Рипища нарезали, где земля свободная есть. Родится – намеряют рипище десять соток. Вышла замуж девочка – рипище отбирают” (Окт) (ЛКТЭ б.г.). В Макарьевском районе отмечены свидетельства единоличного возделывания “репищ” с последующим делением урожая на всех односельчан: “Там единолично репу сеяли и делили между всеми” (Мак) (ТК б.г.).

Значение слова *репище*, или *рипище* (“лесной участок, выжженный и расчищенный под посев репы, а также льна и ржи”), характерное для Архангельской области и Карелии (К-Б, Нянд, Онеж, Уст; Кондоп, Пудож) (КСГРС б.г.; СРГК 2002: 515), отражает бывшее распространение в лесной зоне Русского Севера системы подсечно-огневого земледелия и связанных с ней принципов севооборота сельскохозяйственных культур: “Рипешше выжжено, выпетано, лен и рожь сажали” (Вель); “Рипишше вырубись да сожгешь пни и ржу, репу на нем сеяли” (Кон); “Под репу только жгли, мало земли было” (Медв) (КСГРС б.г.; СРГК 2002: 515). После вырубki и выжигания ольхового или березового леса в первый год на богато удобренную золой почву сеяли репу, рожь или лен, во второй – ячмень или овес, в третий – репу, после чего участки забрасывали (Логинов 1993: 15; Копанев 1978: 162; Власова 2009: 139). Показательно, что наряду с термином *репище* в качестве обозначения расчищенных под посевы участков земли на Русском Севере употреблялись, хотя и не столь широко, термины *льнище* и *ржище* (Куркина 2011: 203–204), что отражало состав культур, участвовавших в севообороте и высаживавшихся первыми после расчистки надела.

Подсечно-огневой способ земледелия дольше всего сохранялся в Архангельской области, тогда как на более южных территориях Вологодской области репу

уже нередко сеяли “в пару” (РК 2006–2009, 5/3: 625). В отдельных северных районах Костромской области воспоминания о подсечно-огневом способе разработки сложных лесных участков под репу и лен записывались и в начале XXI в.:

Сенокосные места называют рипище. Раньше отвоевывали каждую сотку, каждый метр у леса. Сперва лес вырубали, потом жгли этот лес, катали головни, пни корчевали, засеивали льном <...> у самых пней сеяли репу, потому что на огнищах репа растет хорошо. Шла на корм себе, на корм скоту. И вот такие места после специальных запалов называли рипище. Когда-то сеяли репу на выжженных местах, хотя потом уже и лесом заросло это место – все равно рипище <...> От бабушки слышала, что репу сеяли на выжженных, на откосах, на склонах⁴ (Вох) (ЛКТЭ б.г.).

Впоследствии из-за сокращения сельскохозяйственных угодий лесные *репища* были заброшены, и репа стала высаживаться не на “рипищах”, а на небольших грядках в огороде, поэтому для многих информантов соотношение терминов *рипище* и *репа* перестало быть очевидным (закрепившись в форме *рипище* с корневым *-и-*, термин ускорил свою деэтимологизацию). Перешли на придомовое возделывание репы и поморы. По свидетельству К.П. Гемп, поморы различали *репник* – грядку для выращивания брюквы, *репничок* – грядку для выращивания репы и *репище* – участок для выращивания репы: «Под брюкву гряды зовем “репник”, с репищем не мешаем, разное обихаживаем. Брюква требует больше, чем репа. Репка-то попроще будет» (Гемп 2004: 382). *Репники* упоминались при описании поморских дворовых комплексов (Бернштам 1978: 124). Вероятно, *репники* изначально были придомовым вариантом выращивания именно репы, а не брюквы, и противопоставлялись удаленному от деревни *репищу*, которое разрабатывалось подсечно-огневым способом.

Иногда к выбору земли для посадки репы подключались субъективные критерии – например, такие как запах почвы, который, возможно, помогал выделить влажные, пригодные для репы участки: «Тетка пойдет, землю понюхает, скажет: “Тут не надо сажать – репа плоха будет. А вон тут хороша будет репа”» (Карг) (Мелехова 1993: 11). Известно, что репу старались сажать вблизи рек в *подполе*, т.е. в низине в конце поля, где была более влажная и удобренная почва (Крысанов и др. 2011: 86).

Широкий ареал имеет соотносимый с географическим термином *репище* топоним *Репище* (*Рипище*) (ТК б.г.), известный абсолютно во всех районах Архангельской, Вологодской и Костромской областей (см. Рис. 1). Большая широта распространения топонима по сравнению с географическим термином объясняется его большей устойчивостью, связанной с закреплённостью за уникальным объектом – пространственным ориентиром. На территории указанных областей общее количество имеющихся фиксаций топонима *Рипище*, его фонетико-морфологических (*Репищо*, *Репища*, *Репищи* и *Рипищо*, *Рипища*, *Рипищи*) и структурных вариантов (*Куликово Рипище*, *Большое Репище* и проч.) в Топонимической картотеке Топонимической экспедиции УрФУ (Там же) составляет 752 единицы⁵, что подтверждает широту северной зоны культивирования репы. Топонимом *Рипище* не исчерпывается весь ряд названий, восходящих к основе *реп-*. Среди них многочисленны топонимы типа: *Рэпино* (деревня), *Рэпинское* (озеро, покос), *Рэпица* (покос), *Рэпишное* (болото), *Рэпишные* (полосы на поле),

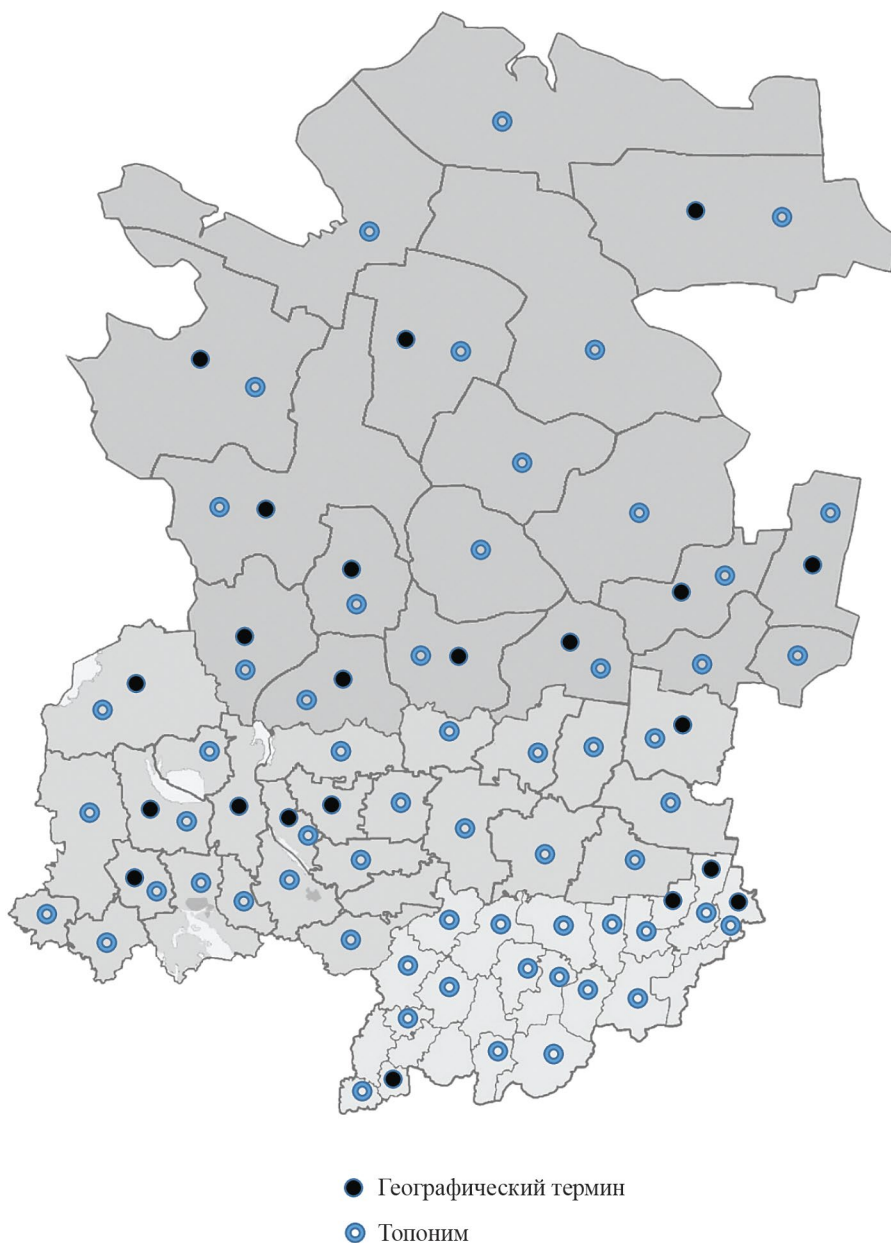


Рис. 1. Репище, рипище

Рэпишный лог (поле), *Рэпная поляна* (покос), *Рэпково* (покос), *Рэпная дорога*, *Рэпная грива* (место в лесу), *Рэпник* (остров, хутор), *Рэпниково* (деревня), *Рэпница* (поле, покос), *Рэпное* (лес, покос, поле), *Рэпной(—ый)* (ручей, остров), *Репные* (поле), *Рэпный бор* (лес), *Рэпный лог* (покос), *Ріпишиница* (поле), *Ріпищицы* (поле) и мн. др., называющие самые разные объекты – от населенных пунктов до озер

и ручьев. Общее число фиксаций подобных топонимов приближается к 300. Большая часть из них, несомненно, соотносится с *репой*, однако в ряде случаев не исключена этимологическая связь с омонимичными основами, поэтому при картографировании они не учитывались.

Согласно материалам, собранным во второй половине XX – начале XXI в., топоним *Рипище* и его фонетико-морфологические варианты (*Репищо*, *Репища*, *Репищи* и *Рипищо*, *Рипища*, *Рипищи*) указывают на смешанный объект – пожню или поле – при несомненной первичности последнего: “Раньше на этом месте сеяли репу” (Бел) (КСГРС б.г.). Преимущественно “репища” находились в пределах 1–5 км от деревни: именно на таком расстоянии расположены объекты, называемые топонимом *Рипище*. Комментарии диалектоносителей подтверждают подсечно-огневой характер возделывания лесных участков земли: волог. “Там мужики раньше, наверное, репу посеяли, на горелом-то месте хорошо растет” (В-Уст) (КСГРС б.г.). При таком экстенсивном способе обработки земли “репища” достаточно быстро меняли статус объекта: расчищенное поле возделывалось лишь 3–4 года, а затем забрасывалось и использовалось как покос. Нередко встречаются топонимы, включающие в свой состав не только географический термин, но и отантропонимическое прилагательное, что подтверждает закрепление “репищ” за отдельной семьей: *Захáрово Рéпище* (Плес), *Данíлково Рéпище* (В-Т), *Дёмино Рíпище* (К-Г), *Ки́рilloво Рéпище* (Холм), *Кóстино Рéпище* (Кад), *Купцóво Рéпище* (В-Важ), *Мати́югино Рíпище* (Ник), *Митрóхичево Рéпище* (В-Т), *Ми́шкино Рíпище* (Парф), *Попóво Рíпище* (Уст, Ней), *Прóхорово Рíпище* (В-Т), *Ха́рино Рéпище* (В-Т), *Якíмково Рéпище* (В-Т) и др.

Свидетельства о древних земледельческих практиках сохраняются не только в лексике, но и в северном фольклоре. Удаленность посадок репы и их расположение в густой лесной зоне способствовали рождению русских и прибалтийско-финских (карельских, вепсских) сказок о совместном возделывании репного поля крестьянином и лесным хозяином-медведем, в которых незадачливому медведю доставалась репная ботва, а хитрому мужику или лисе – “корешки”-корнеплоды (ВНС 1996: 174–176; КНС 1967: 28, 374–375; РК 2006–2009, 2/1: 74); сказочный сюжет при этом следует за типичным севооборотом культур – чередованием посадок репы и злаков. В другой группе сказок полученный урожай репы крестьянину приходилось хитростью отбирать у нечистой силы, или же “нежить” помогала вырастить репу крупной. Во всех перечисленных сказочных сюжетах лесными сторожами репы оказывается лесная “нечисть” – черт, леший или змей. Так, сюжет о воровстве репы чертом лежит в основе заонежской сказки “Про Ивана-дурачка”, в которой трое братьев по наказу отца по очереди сторожат репное поле, а младшему Ваньке удастся поймать и проучить воровавшего репу черта (*Онегина* 1986: 45–46). В севернорусской сказке “Лешева репа” мужик, вырастив в первый год репу с наперсток, с горя сказал: “Лешему бы всю репу!”. После этого через год репа выросла с блюдце, но права на нее заявил леший. Чтобы испугать лешего, хитрый мужик приехал за репой на бабе верхом, предварительно распустив ей волосы и поставив задом наперед⁶ (Старины и сказки 2009: 363–364); аналогичный сюжет имеет карельская народная сказка “Старик и черт на репном поле” (КНС 2010: 463–464). В водской сказке сеяли репу бог и черт: богу достались корешки-репки, черту – вершки (*Конькова* 2009: 125). В указателе финских мифологических рассказов упоминаются сюжеты, в которых змей стережет репное поле; колдун заклинает змею сторожить репное

поле, и змея разгоняет тех, кто пытался ее украсть; ворующий репу застревает на поле — колдун должен прийти, чтобы освободить его от чар (Симонсуури 1991: 89, 99, 100).

Мотив мужицкой хитрости, помогающей крестьянину отобрать урожай репы у стерегущей ее нечистой силы, находит совсем иной, изболитительный поворот в притче о краже репы и иллюстрирующем ее вологодском лубке “Яко напрасно нам виновен бес бывает”: крестьянин на огороде ворует репу у старца и пытается свалить вину на беса, который якобы научил его это сделать, но бес, на самом деле поставленный старцем стеречь репу, изболитает мужика во лжи (Иткина 1992: 33–34, 207–208).

Сев и уборка репы. Комплекс регламентаций определял технологию сева и времени сбора репы. Сажали репу или ранней весной, или на Ивана Купалу (24 июня/7 июля) (Милов 2006: 261; РК 2006–2009, 5/3: 465), либо же в Петров день (29 июня/12 июля), называя *ре́па-петро́вка* (Лен) (КСГРС б.г.). Сев репы ранней весной и в разгар лета позволял получать два урожая (Мелехова 1993: 130), последний из которых шел на длительное хранение. Собирали репу в день Воздвижения, 14/27 сентября (Березович, Усачева 2009: 425; КСГРС б.г.), или в день Никиты-Репореза, 15/28 сентября (Атрошенко и др. 2015: 280).

Связанные с посадкой репы ритуальные действия, предписания и запреты были направлены на стимулирование ее роста: распахивая полосу под репу, крестьяне старались не говорить лошади “тпру”, т.е. не останавливать ее, иначе “родится худая и мелкая репа” (РК 2006–2009, 5/3: 486). Репные семена крестьяне обычно покупали, боясь брать свои из-за угрозы вырождения репы. По причине мелкого размера семян сев репы был крайне сложен. Типичным для Русского Севера был способ сева “плеванием”, ср. *плевать* (“сеять семена, набирая их в рот и раздувая по поверхности почвы”): “*Плевать морковь, репу*” — новг., олон., карел. (рус.), онеж., арх., волог., твер., перм., сиб., енис. (СРНГ 2003: 107)⁷. Иной способ предполагал, что семена предварительно смешивали с песком, а затем разбрасывали по полю. Сеять репу крестьяне-однодеревенщики поручали одному человеку, у которого “рука счастливая” (Сольвычегодский уезд Вологодской губ.) (РК 2006–2009, 5/3: 465).

В Буйском районе Костромской области репу сажали только мужчины, чтобы она не цвела (ЛКТЭ б.г.): возникновение этой практики может быть обусловлено представлениями о связи цветов и цветения с женской символикой и физиологией женского организма (Колосова 2012). Высевая репу, вологжане приговаривали: “Рости, рости репка, не часта, не мевка, оботом по блюду, весом по пуду” (РК 2006–2009, 5/3: 373). Устойчивым мотивом было символическое соотнесение репы и ягодиц, уподобляемых репе по размеру, цвету и форме: чтобы репа росла лучше, в Вельском районе женщины, высевая репу, голым задом садились на землю со словами “Большая репка, расти!” (Приложение 2012). Мотив обнажения, связанный с севом репы, встречается в быличках: согласно одной из них, мужику, боронившему землю под посев репы, привиделась старуха в синем сарафане, которая «разголила задницу, да и “э-э-э-э” руки греет у огня» (Криничная 1989: 208).

Существовал устойчивый запрет на употребление репы в день Иоанна Предтечи (день усекновения главы Иоанна Крестителя, 29 августа/11 сентября); в этот день считалось грехом есть что-либо круглое или резать круглые овощи ножом (Кадниковский уезд) (РК 2006–2009, 5/2: 437). Определившее этот запрет сим-

волическое соотношение репы и головы⁸ было обусловлено не только формой, но и действительным размером северной репы, которая по многим свидетельствам вырастала величиною “с голову” или “с обыкновенную тарелку” (Мелехова 1993: 130; РК 2006–2009, 7/3: 9)⁹. За нарушение запрета следовало наказание, сопровождаемое ритуальным обнажением, что в целом вписывалось в комплекс сопровождающих репу мотивов, связанных с наготой и гениталиями: на Вологодчине нарушителя, сорвавшего репу раньше Ивана Постного (29 августа/11 сентября), раздевали донага, обматывали голову снятой одеждой и в таком виде проводили по деревне (РК 2006–2009, 5/1: 73).

При том что воровство репы было распространенным явлением (ср. волог.: “Репа и горох и сеются про воров” [Иваницкий 1890: 61]), в случае крайней необходимости крестьянам разрешалось брать небольшое количество чужой репы для собственного пропитания, что, вероятно, считалось жизненной необходимостью: “...тайное взятие плодов, — каковы: репа, редька, брюква и проч., с чужих полей, в небольшом количестве и только собственно для себя, не считается воровством” (Пин) (Ефименко 1869: 227). Мотив не оцениваемого как воровство угощения чужой репой находим в прикамском свадебном фольклоре: “— А вы, милые девчата, / Идите в чисто поле, / В широкое раздолье. / Там посеян загон репы. / Репу-то ешьте, но / Не воруйте, / Меня, дружку, не ругайте / И князя помилуйте! / А сами, красные девицы, / Замуж собирайтесь” (Болдырева, Толкачева 2018: 277).

Собранную осенью репу оставляли на хранение в специальных *репных ямах*. *Репные ямы* встречались на Русском Севере в нескольких функциональных вариантах. *Репные ямы* первого типа представляли собой придомовые оборудованные погреба, предназначенные для хранения овощей:

Яма эта похожа на колодец, только немного его пошире; в нее также спускают сруб, настилают пол и делают перегородки для разных овощей. Называется она репной ямой. Зимой репная яма тщательно закупоривается досками и соломой, чтобы овощи не замерзли. Иногда над ямой ставится небольшое бревенчатое здание с дверьми, на двери вешается замок для защиты овощей от воров, но здания эти строятся редко (Сольвычегодский уезд Вологодской губ.) (РК 2006–2009, 5/3: 666).

Подобного рода репные погреба — полуопущенные в яму срубы с односкатной кровлей — считались характерными для Русского Северо-Запада вплоть до берегов Белого моря (Блюмквист 1956: 315; Бернштам 1978: 124).

Репные ямы второго типа представляли собой вырытые в грунте никак не оборудованные ямы, которые обычно располагались в удалении от деревни, непосредственно у места произрастания репы. Традиция хранить репу в лесных “ямах”, на которой мы остановимся подробнее, известна по этнографической литературе и, что примечательно, в основном на северных территориях. Устройство подобных *репных ям* описано Е.Э. Блюмквист (Блюмквист 1956: 315–316) с опорой на книгу М.Б. Едемского “О крестьянских постройках на Севере России”:

К сооружениям, имеющим значение построек лишь по своей функции, а не по форме, надо прежде всего отнести репные ямы или просто ямы, в которых хранятся огородные овощи: репа, редька, картофель, брюква (“галанка”).

Для ям избирается место с сухим песчаным грунтом, вблизи перелеска или кустарников (чтобы зимой заносило снегом), иногда на значительном расстоянии от деревни, и в стороне от дорог. Яма выкапывается до двух, до 3-х и более аршин глубиной <...> Овощи там укладываются ранней осенью прямо в песок, и пересыпаются “костицей” (кострикой), яма сверху засыпается немного костицей, а затем прикрывается соломой, хворостом и сверху — землей (дерном). В такой яме овощи отлично сохраняются до весны. Зимой обыкновенно из ям уже запасов и не берут, а берут только под весну; или, когда необходимость заставит взять часть хранимых в яме запасов среди зимы, то для этого пользуются более теплой погодой, чтобы ямы не “настудить” и не подвергнуть остатки овощей опасности порчи. Ямами пользуются иногда даже имеющие погреба (Едемский 1913: 90).

В Вологодской губернии земляные “репные ямы” для овощей были противопоставлены “погребным ямам”, которые весной забивались снегом и использовались в качестве летнего хранилища продуктов (РК 2006–2009, 5/3: 666).

Одна из ранних фиксаций термина *репная яма* относится к началу XVII в. Так, в Актах Холмогорской и Устюжской епархии упоминается “рѣпная яма”, которая, по всей видимости, была местом хранения репы: “Розскопали у меня... рѣпную яму” (1615) (Шаламова 1997: 146); в подобную яму входило не менее 40 пудов (640 кг) репы (Угрюмов 2003). Как географический ориентир в лесу упоминаются “старые рѣпные ямы” в пермском памятнике 1683 г. (Полякова 2010: 419). В виде следов бывшего культурного ландшафта *репные ямы* отмечены на Вытегре (Алёшина-Матюшина 2010: 352; Алёшина 2018) и Кенозерье, в языке местных жителей обозначаемые как *репища* (Прус 2020; Лойченко 2022).

Память о подобных лесных хранилищах сохраняет и севернорусская топонимия, записанная Топонимической экспедицией УрФУ. Название *Репная Яма* (ТК б.г.) во второй половине XX в. носили покосы или лесные урочища, которые изначально, несомненно, были объектами хозяйственного предназначения — местами хранения урожая репы. Этот топоним имеет довольно четкую ареальную специфику (см. Рис. 2): встречается в районе Белозерья (Белозерский, Вожегодский, Кирилловский и Вашкинский р-ны Вологодской обл.) и поясом уходит на северо-восток Архангельской области (Вельский, Устьянский, Верхнетоемский и Пинежский р-ны). Прочерченная изоглосса может отражать как объективную особенность распространения соответствующей хозяйственной практики, так и, к сожалению, быть следствием лакун в полевом сборе. Однако достаточно четкие границы ареала и методическая надежность топонимического сбора, проводимого сотрудниками Топонимической экспедиции на севернорусской территории, позволяют предполагать, что на карте мы видим реальную изоглоссу и стоящую за ней изопрагму — распространение лесных земляных хранилищ.

Помимо топонима *Репная Яма*, на Русском Севере известны топонимы с компонентом *яма*, закрепленные за объектами, используемыми для хранения картофеля: *Ямы*, гора — “Картошку на хранение там зарывали в землю, в ямы” (У-Куб); *Ямы*, урочище — “Картошку хранили зимой” (С-Гал); *За Картофельными Ямами*, поле (Кадый); *Оскины Ямы*, урочище — “Место, которое занимал Оска. Там все картошку хороняли” (У-Куб) (ТК б.г.). О практике выкапывания лесных ям для хранения картофеля также свидетельствуют контексты и сформулированные в них народные мотивировки топонимов: “В Степановской была Ладѣйка, там

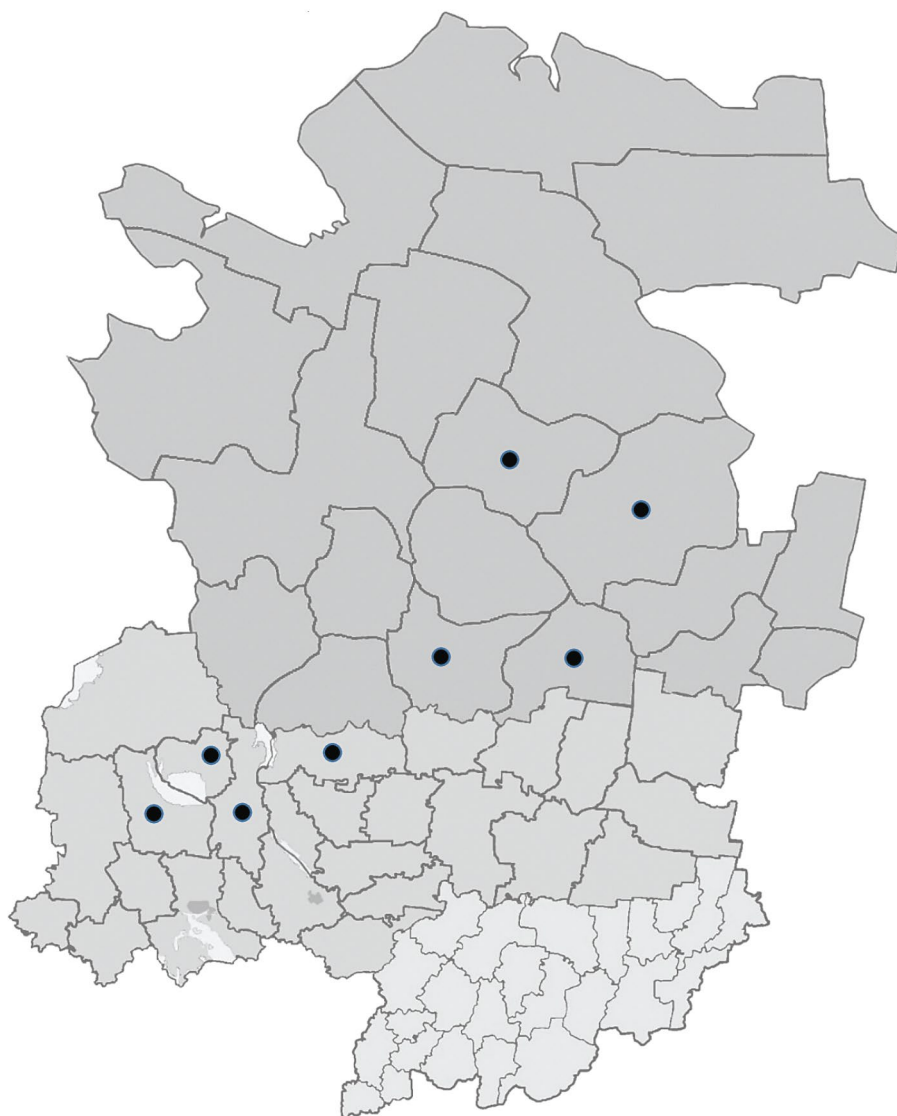


Рис. 2. Топоним *Репная Яма*

один песок, картошку возили на хранение, возили туда, ямы рыли” (Шексн); *Ям-бор*, поле — “Прежние люди ямы копали там, картошку хранили” (В-Т); однако, учитывая относительно недавнее появление картофеля на Русском Севере, стоит предполагать, что изначально в подобного типа ямах хранили репу.

Что касается лексикографических источников, то, вероятно, в силу близости семантики хозяйственно-географического термина *яма* (“лесная необорудованная яма для хранения репы или других овощей”) к литературному слову и его семантике, он не отмечен в диалектных словарях по северо-западной территории, хотя, несомненно, подобные фиксации позволили бы уточ-

нить ареал этой хозяйственной практики. В то же время термины *яма репная*, *яма картовная* (или просто *яма*) характерны для Вятки, Прикамья, Среднего Урала, а также встречаются в Башкирии, однако здесь *репные ямы*, предназначенные для хранения овощей, находились вблизи дома и были оборудованы как погреб. Немаловажно, что, несмотря на давнее сокращение посадок репы, термин *яма* долгое время сохранял на этих территориях определение *репная*, ср. вят., перм., среднеурал., южн.-прикам., башкир. (рус.) *репная яма*: среднеурал. “Раньше вот репна яма называли. Зимой снегу туда набросают, чтобы холод-от был, и все лето молоко туда спускают. Пошему-то репная яма. А ставили туда молоко, сметану, мясо, у кого есть” (ДЭИС 2009); среднеурал. “Сбегай-ка по картошку в репну яму”, “Репну яму обыкновенно рыли в огороде” (*Востриков и др.* 1984: 75; СРГБ 2008: 290); вят. “Репна яма — ссыпать овощи: выроют яму, запеледят, с боков омельем закроют, а стенки и потолок деревянны”, “Репные ямы и погреба были” (ОСВГ 9: 193); перм. “Картовая яма считается репная: туда и картовь, и репу кладут на зиму” (СПГ 2002: 527). С этим термином связано и до сих пор употребляемое в городском просторечии г. Екатеринбурга и некоторых городов Свердловской области слово *ямка* — “холодный погреб для хранения овощей неподалеку от дома” (из личных записей автора, а также см.: *Востриков и др.* 1988: 71).

Что касается Зауралья и Сибири, то в словарях этих территорий термин *яма* практически не упоминается; встречаются лишь единичные фиксации типа тюмен. *репная яма*: “Яма репная была, картошку сыплем” (Вагайский р-н) (СРСГЮТО 2014: 233) или алт. *ямка*: “Подпол — это в избе, а на улице — ямка называлась” (шир. распр.) (*Воробьева, Иванова* 1998: 254). В то же время термин *яма* был отмечен при полевых этнографических исследованиях в Красноярском крае (*Федоров и др.* 2017). В Енисейском и Богучанском районах так называли земляную яму, выкапываемую в огороде для хранения части урожая овощей: “Осенью в нее засыпается половина урожая картофеля и моркови (вторая половина спускается в подполье). Сверху яма закрывается сеном или соломой, присыпается землей, иногда опилками и так под снегом оставляется до весны” (Там же: 360). Очевидно, что русские Сибири практиковали придомовые ямы-овощехранилища, однако лексикографически эта традиция не была зафиксирована.

Интересные свидетельства о существовании “репных ям” дают севернорусские фольклорные тексты. Упоминание “репной ямы” как пространственной границы встречаем в былине “Добрыня и Алеша”: “Скачет конь по версты по мерныя, / Ископыт по ямы по репныя” (*Бобунова, Хроленко* 2006: 40). В сказке “Звери-плакальщики”, записанной на Шокшозере Лодейнопольского округа Олонецкой губернии, звери оказываются *в репной яме*, откуда не могут выбраться и где хитростью остается в живых только лиса (*Еремина, Жекулина* 1996: 308–309). “Репные ямы” нередко оказываются нечистым локусом в силу удаленности от жилья и подземного расположения: в олонецкой сказке “Любитель сказок” в репную яму прячется мужик-оборотень в образе медведя (Там же: 219–220). По вятским поверьям, чтобы избавиться от лихорадки, следовало измазать лицо сажей или грязью и забраться *в репную яму*. Когда лихорадка в виде прекрасной женщины подойдет к краю ямы и станет просить больного выйти оттуда, он не должен подавать признаков жизни. «Лихорадка наконец плюнет на лежащего и скажет: “Не приду к тебе больше вовек! Ты безобразен, выпачкан, обмаран!” — и уйдет навсегда» (*Новичкова* 1995: 347).

Таким образом, на основе лексических и топонимических данных можно сделать вывод о существовании северной культуры временного или постоянного хранения репы в лесных земляных ямах в непосредственной близости с местом ее посадки. Учитывая, что на более южных русских территориях были распространены придомовые ямы (нередко более обустроенные, со срубам и крышами), выскажем осторожное предположение, что традиция хранения репы на удаленных лесных угодьях сформировалась именно в зоне подсечно-огневого земледелия и под влиянием финно-угорских хозяйственных практик.

Так, в этнографической литературе известны свидетельства о том, что вепсы держали репу на подсеке в яме, а затем привозили домой и опускали в подполье (Винокурова 2011: 21). Уборка репы в ямы у карел приурочена к Воздвижению (14/27 сентября), которое считалось “репным” праздником и завершало осенние полевые работы, что нашло отражение в присловье *Zviizendäs nagzehet kuappas da akat päčil* (“С Воздвиженья репа в ямах, а бабы на печи”) (Жербин и др. 1983: 106). В одной из карельских сказок объем урожая репы оценивается в “две ямы” (КНС 1967: 375). Яма с репой встречается как объект карельских загадок, ср. *Perti ikkunatoi, tayzi perti istujua* (“Имба без окон – полна народу”) (КНЗ 1982: 102). Свидетельства об организации *репных ям* отмечены на территории с. Лойма Прилузского района Республики Коми. Описанный Ю.А. Крашенинниковой обычай *хоронить по-репному*, т.е. хоронить заложных покойников временно, а затем перезахоранивать на постоянном месте, среди прочего связывается с практикой временного сохранения репы на месте ее сбора в неглубоких ямах:

Хоронить по-репному? Это уж мелко, мелко. Ну, по-репному-то – это мелко, это по-репному и называется. Это репу раньше насыют, и репу мелконько захоронят, чтобы с осени сразу ее домой принести. Выжгут там вот лес, выжгут, и репу насеют. Неглубокую ямку, полметра, выроют и репу зароят. Потом ее как заморозки будут, снег пойдет, и ее увозят домой. Репу-то ведь не насыют тут близко, тащат подальше, кто где мог. Раньше везде поля, все засеяно было совхозом, колхозом (Крашенинникова 2009: 305).

Подобно тому как репу до сильных морозов и становления санного пути сохраняли в ямах на поле или в лесу, а потом перевозили на постоянное хранение в дом, заложных покойников хоронили *по-репному*, т.е. временно, в неглубоких земляных ямах, а затем переносили тело на место постоянного захоронения (подробнее см.: Крашенинникова 2009: 301). Т.Н. Бунчук, комментируя этот обычай, предлагает иную версию его интерпретации, опирающуюся на приписываемые репе символические признаки – “ненастоящий, первый, и потому еще не настоящий, временный; предшествующий действительному/правильному” (Бунчук 2010: 184, 185).

* * *

В поле зрения статьи оказались по сути два небольших языковых факта – севернорусский диалектизм *репище* и выражение *репная яма*. Между тем *репище* является важным индикатором распространения подсечно-огневого земледелия и традиции возделывания репы как основной сельскохозяйственной культуры, а *репная яма* выявляет ранее подробно не описанную практику лесного хранения репы, имеющую аналогию в культуре финно-угорских народов, контактировав-

ших с русскими на изучаемых нами территориях. В целом же лексика, связанная с возделыванием, приготовлением и употреблением репы (последняя осталась за страницами этого исследования), открывает важную, но пока малоизученную область этнографии — историю овощных культур. Несомненно, требуют дальнейшего изучения пути проникновения овощей на Русский Север, особенности районирования и культивирования, а также трансформации рациона, связанные с изменением состава овощей: история перехода от репы к картофелю, традиции севернорусского луководства, ареалы и практики возделывания капусты и гороха, а также особенности освоения новых сельскохозяйственных культур — огурцов, моркови, свеклы и проч. В решении этих вопросов лексические данные, несомненно, играют принципиально важную роль.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в рамках Программы развития Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина в соответствии с программой стратегического академического лидерства “Приоритет-2030”.

Примечания

¹ “В огородах карела не встретишь капусты, брюквы, редьки, — разве из ста человек трое-четверо сядят овощи <...> Даже картофеля сядят меньше, чем репы” (Георгиевский 1890: 765). О возделывании репы карелами и вепсами также см.: Клементьев, Шлыгина 2003: 255, 398–399.

² Тема *репищ* затрагивается в статье И.Н. Дьячковой и Т.М. Доли (Дьячкова, Доля 2023), опирающейся на общерусские данные, однако в нашем исследовании выбран принципиально более узкий ареал Русского Севера и существенно расширена фактографическая база за счет данных полевых исследований Топонимической экспедиции УрФУ.

³ А.В. Приображенский отмечает распространение термина *репище* (“поле, место в поле, засеваемое репой”) и в северо-западной, и в северо-восточной русской зоне, а также в южно-русских и среднерусских говорах (Приображенский 2004: 89–90).

⁴ Сложность с поиском земли для посадки репы и использование для этого не самых удобных лесных или прибрежных участков, вероятно, нашли отражение в мотиве сева репы на крыше, сквозного для русского и финно-угорского фольклора: в вологодской сказке старик посеял репу на крыше, а потом проходящие мимо одноног, двуног, треног и т.д. пытались помочь старику и старухе вытянуть репку (РК 2006–2009, 5/3: 33); в русской водлозерской и мордовской сказках старик сеет репу на крыше, а затем при сборе репы старуха падает с крыши и разбивается (Лызлова 2013: 269; Шахматов 1910: 331–334).

⁵ Указывается именно число фиксаций, а не топонимов, количество которых будет меньше.

⁶ Характерные для фольклора символические мотивы, сопровождающие обстоятельства посадки репы (связь с нечистой силой, мотив воровства, телесного низа и гениталий) и проявленные в фольклоре, народных верованиях и ритуалах, подробно рассмотрены в статьях Т.Н. Бунчук (Бунчук 2000), И.Н. Дьячковой и Т.М. Доли (Дьячкова, Доля 2023), поэтому позволим себе не касаться этой проблематики.

⁷ Плеванием сеяли репу и финно-угры (Тароева 1965: 26).

⁸ Об этом мотиве подробнее см., напр.: Дьячкова, Доля 2023: 31.

⁹ Эти знания заставляют по-другому взглянуть на завязку сказки “Репка”: действительно, сбор столь крупных плодов мог быть достаточно трудоемким.

Сокращения (названия районов)

Бел – Белозерский р-н Архангельской обл.
 В-Важ – Верховажский р-н Вологодской обл.
 Вель – Вельский р-н Архангельской обл.
 Вох – Вохомский р-н Костромской обл.
 В-Т – Верхнетоемский р-н Архангельской обл.
 В-Уст – Великоустюгский р-н Вологодской обл.
 Выт – Вытегорский р-н Вологодской обл.
 Кад – Кадуйский р-н Вологодской обл.
 Кадый – Кадыйский р-н Костромской обл.
 Карг – Каргопольский р-н Архангельской обл.
 К-Б – Красноборский р-н Архангельской обл.
 Кир – Кирилловский р-н Вологодской обл.
 Кон – Коношский р-н Архангельской обл.
 Кондоп – Кондопожский р-н Республики Карелия
 К-С – Красносельский р-н Костромской обл.
 Лен – Ленский р-н Архангельской обл.
 Леш – Лешуконский р-н Архангельской обл.
 Мак – Макарьевский р-н Костромской обл.
 Медв – Медвежьегорский р-н Республики Карелия
 Ней – Нейский р-н Костромской обл.
 Ник – Никольский р-н Вологодской обл.
 Нянд – Няндомский р-н Архангельской обл.
 Окт – Октябрьский р-н Костромской обл.
 Онеж – Онежский р-н Архангельской обл.
 Пав – Павинский р-н Костромской обл.
 Парф – Парфеньевский р-н Костромской обл.
 Плес – Плесецкий р-н Архангельской обл.
 Пудож – Пудожский р-н Республики Карелия
 С-Гал – Солигаличский р-н Костромской обл.
 У-Куб – Усть-Кубинский р-н Вологодской обл.
 Уст – Устьянский р-н Архангельской обл.
 Хар – Харовский р-н Вологодской обл.
 Холм – Холмогорский р-н Архангельской обл.
 Шексн – Шекснинский р-н Архангельской обл.

Сокращения (названия диалектов)

алт. – русские говоры на территории Республики Алтай
 арх. – архангельское
 башкир. (рус.) – русские говоры на территории Республики Башкирия
 волог. – вологодское
 вят. – вятское
 енис. – енисейское
 карел. (рус.) – русские говоры на территории Республики Карелия
 новг. – новгородское
 олон. – олонекское
 онеж. – онежское
 перм. – пермское
 сиб. – сибирское
 среднеурал. – среднеуральское
 твер. – тверское
 тюмен. – тюменское
 южн.-прикам. – южноприкамское

Источники и материалы

- Алёшина 2018 — Алёшина К.Т. Из истории земледелия // Проза.ру. 2018. <https://proza.ru/2018/01/28/1508>
- Алёшина-Матюшина 2010 — Алёшина-Матюшина К.Т. Вертосельга // Вытегра: краеведческий альманах. Вып. 4 / Гл. ред. серии М.А. Безнин. Вологда: Изд-во ВГПУ, 2010. С. 308—384.
- СРНГ 2003 — Словарь русских народных говоров. Вып. 27, Печечки — Поделывать / Сост. Н.И. Андреева-Васина и др. СПб.: Наука, 2003.
- Атрошенко и др. 2015 — Атрошенко О.В., Кривошапова Ю.А., Осипова (Пьянкова) К.В. Русский народный календарь: этнолингвистический словарь. М.: АСТ-ПРЕСС, 2015.
- Бобунова, Хроленко 2006 — Бобунова М.А., Хроленко А.Т. Словарь языка русского фольклора: лексика былины. Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2006.
- СПГ 2002 — Словарь пермских говоров. Вып. 2, О—Я / Сост. А.Н. Борисова и др. Пермь: Книжный мир, 2002.
- ВНС 1996 — Вепские народные сказки / Сост. Н.Ф. Онегина, М.И. Зайцева. Петрозаводск: Карелия, 1996.
- Воробьева, Иванова 1998 — Словарь русских говоров Алтая. Т. IV, Буквы Р—Я / Ред. И.А. Воробьева, А.И. Иванова. Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 1998.
- Востриков и др. 1984 — Словарь русских говоров Среднего Урала: В 7 т. Т. 5, Пристановье — Скалянка / Ред. О.В. Востриков и др. Свердловск: Средне-Уральское книжное изд-во, 1984.
- Востриков и др. 1988 — Словарь русских говоров Среднего Урала: В 7 т. Т. 7, Цабура — Яшной / Ред. О.В. Востриков и др. Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1988.
- Гемп 2004 — Гемп К.П. Сказ о Беломорье. Архангельск: Сев.-Зап. кн. изд-во, 2004.
- Георгиевский 1890 — Георгиевский М.Д. Из народной жизни // Олонецкие Губернские Ведомости. 1890. № 75. С. 764—765.
- ДЭИС 2009 — Диалектный этноидеографический словарь русских говоров Среднего Урала [электронный ресурс] / Авт.-сост. О.В. Востриков, В.В. Липина. Екатеринбург, 2009.
- Едемский 1913 — Едемский М.Б. О крестьянских постройках на Севере России. СПб.: Тип. В.Д. Смирнова, 1913.
- Еремина, Жекулина 1996 — Заветные сказки: из собрания Н.Е. Ончукова / Изд. подг. В.И. Еремина, В.И. Жекулина. М.: Ладомир, 1996.
- Ефименко 1869 — Ефименко П.С. Сборник народных юридических обычаев Архангельской губернии. Архангельск: Губ. тип., 1869.
- Иваницкий 1890 — Иваницкий Н.А. Материалы по этнографии Вологодской губернии // Сборник сведений для изучения быта крестьянского населения России. Вып. II / Под ред. Н. Харузина. М.: Тип. А. Левенсон и К°, 1890.
- КНЗ 1982 — Карельские народные загадки / Ин-т яз., лит. и истории Карел, фил. АН СССР; изд. подг. Н.А. Лавонен; ред. Э.С. Киуру, В.Д. Рягов. Петрозаводск: Карелия, 1982.
- КНС 1967 — Карельские народные сказки: Южная Карелия / Изд. подг. У.С. Конкка, А.С. Тупицына. Л.: Наука, 1967.
- КНС 2010 — Карельские народные сказки. Репертуар Марии Ивановны Михеевой. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010.

- Конькова 2009 — Предания и сказки водского народа. Vad'd'aa rahvaa jutud ja kaazgad / Сост., авт. вступ. ст. О.И. Конькова. СПб.: МАЭ РАН, 2009.
- Криничная 1989 — Легенды. Предания. Бывальщины / Сост., подгот. текстов, вступ. ст. и прим. Н.А. Криничной. М.: Современник, 1989.
- Крысанов и др. 2011 — Не век жить — век вспоминать. Народная культура Поонежья и Онежского Поморья (по материалам Онежских экспедиций) / Ред. А.А. Крысанов и др. Онега; Архангельск; М.: Товарищество Северного Мореходства, 2011.
- КСГРС б.г.— Картотека Словаря говоров Русского Севера (кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета, Екатеринбург).
- ЛКТЭ б.г.— Лексическая картотека Топонимической экспедиции Уральского федерального университета (кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета, Екатеринбург).
- Лойченко 2022 — Лойченко С. Кенозерский парк — это та лупа, через которую мы можем заглянуть в прошлое // Достояние Севера. 05.06.2022. <https://dostoyanie-severa.ru/александр-kozykin>
- Лызлова 2013 — Сказки Водлозерья / Сост. А. Лызлова. Петрозаводск: ИП Барбашина Е.А., 2013.
- Мелехова 1993 — Традиционный уклад Лекшмозерья. Ч. 1 / Авт.-сост. Г.Н. Мелехова. М., 1993.
- Онегина 1986 — Сказки Заонежья / Сост. Н.Ф. Онегина. Петрозаводск: Карелия, 1986.
- Полякова 2010 — Полякова Е.Н. Словарь лексики пермских памятников XVI — начала XVIII века: В 2 т. Т. 2, П—Я / Пермь: Ред.-изд. отд. Пермского гос. ун-та, 2010.
- Приложение 2012 — Приложение. Ракуло-Кокшеньга, Вельский р-н, Архангельская обл. // Фольклор и постфольклор. Архив Учебно-научной Лаборатории фольклористики ИФИ РГГУ. https://ruthenia.ru/folklore/folklorelaboratory/sna_5.htm
- Прус 2020 — Прус Ю. Почему в Кенозерье нет коренных лесов? // Кенозерье: эколого-просветительская газета. № 1—2 (65—66). 2020. С. 20—21. https://oopt.info/shtilmark/oopt_periodic/pdf/Kenozerje_2020_1-2.pdf
- РК 2006—2009 — Русские крестьяне. Жизнь. Быт. Нравы: материалы “Этнографического бюро” князя В.Н. Тенишева. Т. 2, Ярославская губерния. Ч. 1, Пошехонский уезд (2/1); Т. 5, Вологодская губерния. Ч. 1, Вельский и Вологодский уезды (5/1). Ч. 2, Грязовецкий и Кадниковский уезды (5/2). Ч. 3, Никольский и Сольвычегодский уезды (5/3); Т. 7, Новгородская губерния. Ч. 3, Череповецкий уезд (7/3). СПб.: Навигатор; Деловая полиграфия, 2006—2009.
- Симонсуури 1991 — Симонсуури Л. Указатель типов и мотивов финских мифологических рассказов. Петрозаводск: Карелия, 1991.
- СРГБ 2008 — Словарь русских говоров Башкирии, А—Я / Сост. И.П. Березовская-Пономарева и др.; под ред. З.П. Здобновой. Уфа: Гилем, 2008.
- СРГК 2002 — Словарь русских говоров Карелии и сопредельных областей: В 6 вып. Вып. 5, Подузорье — Свильнуть / Отв. ред. Л.В. Зубова, И.С. Лутовинова, О.А. Черепанова; гл. ред. А.С. Герд. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2002.

- Срезневский 1989 – Срезневский И.И. Словарь древнерусского языка: репринтное издание: В 3 т. Т. 3. Ч. 1. М.: Книга, 1989.
- СРСГЮТО 2014 – Словарь русских старожильческих говоров юга Тюменской области: В 2 т. Т. 2 / Авт.-сост. М.А. Романова и др.; под ред. С.М. Беляковой. Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2014.
- Старины и сказки 2009 – Старины и сказки в записях О.Э. Озаровской. М.: ОГИ, 2009.
- ТК б.г. – Топонимическая картотека Топонимической экспедиции Уральского федерального университета (кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Уральского федерального университета, Екатеринбург).
- Угрюмов 2003 – Угрюмов А.А. Кокшеньга: историко-этнографические очерки. Вологда, 2003.
- Шаламова 1997 – Словарь русского языка XI–XVII вв. Вып. 22, Раскидаться – Рященко / Ред. вып. А.Н. Шаламова. М.: Наука, 1997.
- Шахматов 1910 – Шахматов А.А. Мордовский этнографический сборник. СПб.: Тип. Императорской Академии наук, 1910.

Научная литература

- Баранова Л.А. Репа и ее “родственники” // Русская речь. 2017. № 2. С. 123–128.
- Бексеев Ш.Г. Большая энциклопедия огородничества: БЭО. СПб.: Диля, 1999.
- Березович Е.Л., Усачева В.В. Репа // Славянские древности: этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 4, П (Переправа через воду) – С (Сито) / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2009. С. 424–427.
- Бернштам Т.А. Поморы: формирование группы и система хозяйства / Под ред. К.В. Чистова. Л.: Наука, 1978.
- Блюмквист Е.Э. Крестьянские постройки русских, украинцев и белорусов (поселения, жилища и хозяйственные строения) // Восточнославянский этнографический сборник: очерки народной материальной культуры русских, украинцев и белорусов в XIX – начале XX вв. Т. XXXI / Отв. ред. С.А. Токарев. М.: Изд-во Академии Наук СССР, 1956. С. 3–458.
- Болдырева В.Г., Толкачева С.В. Русская свадьба Среднего Прикамья. Ижевск: Изд-во УИИЯЛ Уро РАН; Шелест, 2018.
- Бунчук Т.Н. Репа в традиционной картине мира (опыт реконструкции концепта) // Лингвофольклористика: сборник научных статей. Вып. 3 / Отв. ред. А.Т. Хроленко. Курск: Изд-во КГПУ, 2000. С. 44–56.
- Бунчук Т.Н. Хоронить по-репному: к этнолингвистической интерпретации севернорусской фразеологической единицы // Антропологический форум. 2010. № 13. С. 183–190.
- Винокурова И.Ю. Обычаи, ритуалы и праздники в традиционной культуре вепсов. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2011.
- Власова И.В. Народное сознание и культура севернорусского населения // Очерки русской народной культуры / Отв. ред., сост. И.В. Власова. М.: Наука, 2009. С. 113–196.
- Дьячкова И.Н., Доля Т.М. “Хороша девка, как репка”: этнолингвистический портрет реалии репа в русском языке // Studia Humanitatis Borealis. 2023. № 2 (27). С. 30–38. <https://doi.org/10.15393/j12.art.2023.3965>

- Жербин А.С. и др.* Карелы Карельской АССР. Петрозаводск: Карелия, 1983.
- Иткина Е.И.* (сост.) Русский рисованный лубок конца XVIII – начала XX века: Альбом: из собрания Государственного Исторического музея, Москва. М.: Русская книга, 1992.
- Клементьев Е.И., Шлыгина Н.В.* (отв. ред.) Прибалтийско-финские народы России. М.: Наука, 2003.
- Колосова В.Б.* Цветы // Славянские древности: этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 5, С (Сказка) – Я (Ящерица) / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2012. С. 476–480.
- Копанев А.И.* Крестьянство Русского Севера в XVI в. Л.: Наука, 1978.
- Крашенинникова Ю.А.* Похороны “по-репному” (о некоторых фактах похоронно-поминальной обрядности северных русских) // Антропологический форум. 2009. № 10. С. 299–310.
- Куркина Л.В.* Культура подсечно-огневого земледелия в зеркале языка. М.: Азбуковник, 2011.
- Логинов К.К.* Материальная культура и производственно-бытовая магия русских Заонежья (конец XIX – нач. XX в.). СПб.: Наука: С.-Петербург. изд. фирма, 1993.
- Милов Л.В.* Великорусский пахарь и особенности российского исторического процесса. М.: РОССПЭН, 2006.
- Новичкова Т.А.* (авт.-сост.) Русский демонологический словарь. СПб.: Петербургский писатель, 1995.
- Пивоваров В.Ф., Солдатенко А.В.* История овощеводства российского. М.: ФНЦО, 2022.
- Приображенский А.В.* Диалектная база русской топонимии Карельского Поморья и Обонежья // Севернорусские говоры. Вып. 8 / Отв. ред. А.С. Герд. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. С. 87–99.
- Тароева Р.Ф.* Материальная культура карел. М.; Л.: Наука, 1965.
- Топоров В.Н.* О двух уровнях понимания русской сказки о репке (семантика и этимология) // Сокровенные смыслы: слово, текст, культура. Сборник статей в честь Н.Д. Арутюновой / Отв. ред. Ю.Д. Апресян. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 513–530.
- Федоров Р.Ю., Лысенко Д.Н., Аболина Л.А.* “Погреб с напогребницей”: дворовые постройки для хранения продуктов в XVII–XXI веках (Ангара-Енисейский регион) // Культура русских в археологических исследованиях / Под ред. Л.В. Татауровой. Омск: ИД “Наука”, 2017. С. 357–363.
- Фомичев С.А.* Репа в русском фольклоре и литературе // Русский фольклор: материалы и исследования. 2022. № 39. С. 175–182. <https://doi.org/10.31860/0136-7447-2022-39-175-182>

Research Article

Osipova, K.V. Traditions of Cultivation and Storage of Turnips in the Russian North: The View of an Ethnolinguist [Traditsii vozdelevaniia i khraneniia repy na Russkom Severe: vzgliad etnolingvista]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 180–200. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030103>
EDN: BRBPOY ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Kseniia Osipova | <https://orcid.org/0000-0002-2285-6112> | osipova.ks.v@yandex.ru | Ural Federal University (19 Mira St., Ekaterinburg, 620002, Russia)

Keywords

Russian North, ethnolinguistics, toponymics, dialects, history of agricultural crops, turnip

Abstract

The article is drawn on lexical and onomastic data collected during field research in the Arkhangelsk, Vologda, and Kostroma regions of Russia, as well as on relevant materials from lexicographic and ethnographic sources. It takes an ethnolinguistic standpoint to examine the toponyms and geographical terms that exhibit commonalities with the word *turnip* in various motifs, and explore the complex of cultural and linguistic phenomena related to the cultivation and storage of turnips. Areal topology and context analysis approaches to methodologies of studying vocabularies have been instrumental in reconstructing the specifics of turnip cultivation in slash-and-burn agricultural systems and discovering the influence of Baltic-Finnish everyday practices on Northern Russian traditions. The article discusses the geographical distribution of so called *repishche*, that is names given to forest areas burned and cleared for turnip, flax, and rye lots, as well as the tradition of constructing basic unequipped storage facilities called “turnip pits”.

References

- Baranova, L.A. 2017. Repa i ee “rodstvenniki” [Turnip and Its “Relatives”]. *Russkaia rech'* 2: 123–128.
- Bekseev, S.G. 1999. *Bol'shaia entsiklopediia ogorodnichestva: BEO* [Big Encyclopedia of Gardening: BEG]. St. Petersburg: Dilia.
- Berezovich, E.L., and V.V. Usacheva. 2009. Repa [Turnip]. In *Slavianskie drevnosti: etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary, 5 vols]. Vol. 4, *P (Pereprava cherez vodu) – S (Sito)* [P (Crossing the Water) – S (Sieve)], edited by N.I. Tolstoi, 424–427. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Bernshtam, T.A. 1978. *Pomory: formirovanie gruppy i sistema khoziaistva* [Pomors: Group Formation and Household System], edited by V. Chistov. Leningrad: Nauka.
- Bliumkvist, E.E. 1956. Krest'ianskie postroiiki russkikh, ukraintsev i belorusov (poseleniia, zhilishcha i khoziaistvennye stroeniia) [Peasant Buildings of Russians, Ukrainians and Belarusians (Settlements, Dwellings and Outbuildings)]. In *Vostochnoslavianskii etnograficheskii sbornik: ocherki narodnoi material'noi kul'tury russkikh, ukraintsev i belorusov v XIX – nachale XX vv.* [East Slavic Ethnographic Collection: Essays on the Folk Material Culture of Russians, Ukrainians and Belarusians in the 19th – Early 20th Centuries], edited by S.A. Tokarev, XXXI: 3–458. Moscow: Izdatel'stvo Akademii Nauk SSSR.
- Boldyreva, V.G., and S.V. Tolkacheva. 2018. *Russkaia svad'ba Srednego Priam'ia* [Russian Wedding of the Middle Kama Region]. Izhevsk: Izdatel'stvo UIIaL Uro RAN; Shelest.
- Bunchuk, T.N. 2000. Repa v traditsionnoi kartine mira (opyt rekonstruktsii kontsepta) [Turnip in the Traditional Picture of the World (Experience of Concept Reconstruction)]. In *Lingvofol'kloristika: sbornik nauchnykh statei* [Lingvofolkloristics: Collection of Papers], edited by A.T. Khrolenko, 3: 44–56. Kursk: Izdatel'stvo KGPU.
- Bunchuk, T.N. 2010. *Khoronit' po-repnomu: k etnolingvisticheskoi interpretatsii severnorusskoi frazeologicheskoi edinitsy* [Burying Like a Turnip: Towards an Ethnolinguistic Interpretation of a Northern Russian Phraseological Unit]. *Antropologicheskii forum* 13: 183–190.

- Dyachkova, I.N., and T.M. Dolya. 2023. “Khorosha devka, kak repka”: etnolingvisticheskii portret realii repa v russkom iazyke [“What a Fine Girl! Pretty as a Turnip”: Ethnolinguistic Portrait of the Turnip as a Culture-Specific Item of the Russian Language]. *Studia Humanitatis Borealis* 2 (27): 30–38. <https://doi.org/10.15393/j12.art.2023.3965>
- Fedorov, R.Y., D.N. Lysenko, and L.A. Abolina. 2017. “Pogreb s napogrebitsei”: dvorovye postroiiki dlia khraneniia produktov v XVII–XXI vekakh (Angaro-Eniseiskii region) [“Pogreb s napogrebitsei”: Courtyard Buildings for Storing Food in the 17th – 21st Centuries (Angara-Yenisei Region)]. In *Kul'tura russkikh v arkheologicheskikh issledovaniiaakh* [Russian Culture in Archaeological Research], edited by L.V. Tataurova, 357–363. Omsk: Izdatel'skii dom “Nauka”.
- Fomichev, S.A. 2022. Repa v russkom fol'klore i literature [Turnip in Russian Folklore and Literature]. *Russkii fol'klor: materialy i issledovaniia* 39: 175–182. <https://doi.org/10.31860/0136-7447-2022-39-175-182>
- Itkina, E.I., ed. 1992. *Russkii risovannyi lubok kontsa XVIII – nachala XX veka: Al'bom: iz sobraniia Gosudarstvennogo Istoricheskogo muzeia, Moskva* [Russian Hand-Drawn Popular Print of the Late 18th – Early 20th Centuries: Album: From the Collection of the State Historical Museum, Moscow]. Moscow: Russkaia kniga.
- Klement'ev, E.I., and N.V. Shlygina, eds. 2003. *Pribaltiisko-finskie narody Rossii* [Baltic-Finnish Peoples of Russia]. Moscow: Nauka.
- Kolosova, V.B. 2012. Tsvety [Flowers]. In *Slavianskie drevnosti: etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary, 5 vols]. Vol. 5, *S (Skazka) – Ya (Yashcheritsa)* [S (Fairy Tale) – I (Lizard)], edited by N.I. Tolstoi, 476–480. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Kopanev, A.I. 1978. *Krest'ianstvo Russkogo Severa v XVI v.* [Peasantry of the Russian North in the 16th Century]. Leningrad: Nauka.
- Krashenninnikova, Y.A. 2009. Pokhorony “po-repnomu” (o nekotorykh faktakh pokhoronno-pominal'noi obriadnosti severnykh russkikh) [Funeral “Po-repnomu” (On Some Facts of Funeral and Memorial Rituals of Northern Russians)]. *Antropologicheskii forum* 10: 299–310.
- Kurkina, L.V. 2011. *Kul'tura podsechno-ognevogo zemledeliia v zerkale yazyka* [The Culture of Slash-and-Burn Agriculture in the Mirror of Language]. Moscow: Azbukovnik.
- Loginov, K.K. 1993. *Material'naia kul'tura i proizvodstvenno-bytovaia magiia russkikh Zaonezh'ia (konets XIX – nachalo XX v.)* [Material Culture and Industrial and Everyday Magic of the Russians of Zaonezhie (Late 19th – Early 20th Centuries)]. St. Petersburg: Nauka: Sankt-Peterburgskaia izdatel'skaia firma.
- Milov, L.V. 2006. *Velikorusskii pakhar' i osobennosti rossiiskogo istoricheskogo protsessa* [The Great Russian Plowman and the Features of the Russian Historical Process]. Moscow: ROSSPEN.
- Novichkova, T.A. 1995. *Russkii demonologicheskii slovar'* [Russian Demonological Dictionary]. St. Petersburg: Peterburgskii pisatel'.
- Pivovarov, V.F., and A.V. Soldatenko. 2022. *Istoriia ovoshchevodstva rossiiskogo* [History of Russian Vegetable Growing]. Moscow: FNTsO.
- Priobrazhenskii, A.V. 2004. Dialektnaia baza russkoi toponimii Karel'skogo Pomor'ia i Obonezh'ia [Dialect Base of Russian Toponymy of Karelian Pomerania and Obonezhie]. In *Severnorrusskie govory* [Northern Russian Dialects], edited by A.S. Gerd, 8: 87–99. St. Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta.

- Taroeva, R.F. 1965. *Material'naia kul'tura karel* [Material Culture of Karelians]. Moscow; Leningrad: Nauka.
- Toporov, V.N. 2004. O dvukh urovniakh ponimaniia russkoi skazki o repke (semantika i etimologiya) [On Two Levels of Understanding the Russian Fairy Tale about the Turnip (Semantics and Etymology)]. In *Sokrovennye smysly: slovo, tekst, kul'tura. Sbornik statei v chest' N.D. Arutiunovoi* [Hidden Meanings: The Word, Text, Culture], edited by Y.D. Apresian, 513–530. Moscow: Yazyki slavianskoi kul'tury.
- Vinokurova, I.Y. 2011. *Obychai, ritualy i prazdniki v traditsionnoi kul'ture vepsov* [Customs, Rituals and Holidays in the Traditional Vepsian Culture]. Petrozavodsk: Karel'skii nauchnyi tsentr RAN.
- Vlasova, I.V. 2009. Narodnoe soznanie i kul'tura severnorusskogo naseleniia [National Consciousness and Culture of the Northern Russian Population]. In *Ocherki russkoi narodnoi kul'tury* [Essays on Russian Folk Culture], edited by I.V. Vlasova, 113–196. Moscow: Nauka.
- Zherbin, A.S., et al. 1983. *Karely Karel'skoi ASSR* [Karelians of the Karelian Autonomous Soviet Socialist Republic]. Petrozavodsk: Kareliia.

РАЗБИВАНИЕ ПОСУДЫ В СВАДЕБНОМ ОБРЯДЕ ДОНСКИХ КАЗАКОВ: АРЕАЛЬНОЕ ВАРИИРОВАНИЕ СЕМАНТИКИ И ПРАГМАТИКИ ДЕЙСТВИЯ

Т.Е. Гревцова

Татьяна Евгеньевна Гревцова | <http://orcid.org/0000-0001-7512-9528> | tanyar_2@mail.ru | к. филол. н., старший научный сотрудник лаборатории филологии | ФГБУН “Федеральный исследовательский центр Южный научный центр Российской академии наук” (ЮНЦ РАН) (пр. Чехова 41, Ростов-на-Дону, 344006, Россия)

Ключевые слова

донские казаки, свадебный обряд, разбивание посуды, акциональный код, семантика, прагматика, картографирование

Аннотация

Разбивание посуды на свадьбе известно всем славянам. Оно сопровождает важнейшие этапы обряда и символизирует смену социального статуса молодых. В донской традиции разбивание посуды также обнаруживает ряд значений, объединенных символикой ритуального перехода участников свадьбы, прежде всего новобрачной. Зачастую “битье горшков” — это лишь первый элемент микрообряда, включающего различные манипуляции с посудой и ее осколками. “Подметание черепков” является наиболее устойчивой частью такого микрообряда, оно может объединяться с другими элементами или совершаться как самостоятельный акт. В памяти старожилов донских станиц и хуторов долгое время сохранялись действия (разбивание горшка на животе у свекрови или тещи; сажание в горшок курицы или петуха; бросание черепков в костер и перепрыгивание через него), за которыми стоят архаичные народные представления, связанные с заключением брака. Однако сегодня разбивание посуды в донской традиции все больше становится развлекательным и соревновательным элементом свадьбы.

Информация о финансовой поддержке

Государственное задание ЮНЦ РАН [№ гр. проекта 122020100347–2]

Разбивание посуды в ходе свадебного обряда распространено у всех славян (Гура 2012; Топорков 1995), оно встречается также у немцев, австрийцев, французов, итальянцев, греков, албанцев, евреев (Иванова и др. 1988: 71, 202, 221; 1989: 21, 22, 28, 32, 52, 127, 128, 204; Сумцов 1996: 156). При этом разбивание посуды как значимое ритуальное действие является полифункциональным.

Статья поступила 10.07.2023 | Окончательный вариант принят к публикации 20.02.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Гревцова Т.Е. Разбивание посуды в свадебном обряде донских казаков: ареальное варьирование семантики и прагматики действия // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 201–220. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030116> EDN:BRBIZO

Grevtsova, T.E. 2024. Razbivanie posudy v svadebnom obriade donskikh kazakov: areal'noe var'irovanie semantiki i pragmatiki deistviia [Pot Breaking in the Wedding Ritual of Don Cossacks: Areal Variations in the Semantics and Pragmatics of Action]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 201–220. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030116> EDN:BRBIZO

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

нальным актом (*Чистов* 1974: 80), может по-разному объясняться в различных локальных традициях, а его семантика в каждом конкретном случае зависит от обстоятельств (*Толстая* 1996: 95; *Гура* 2012: 380).

Н.Ф. Сумцов отмечал, что в древнее время разбивание сосудов совершалось в конце жертвоприношения, поскольку после этого они уже не могли служить людям (*Сумцов* 1996: 156). А.Л. Топорков объясняет семантику действия через осмысление в народном сознании человека как сосуда и выражение через его разрушение символики переломных моментов жизни (*Топорков* 2009: 217). У восточных славян разбивание горшков символизировало совершение первой брачной ночи, сохранение или утрату невестой девственности до брака, окончание гуляний, служило своего рода обеспечением благополучия новой семьи; на черепках гадали, сколько детей будет у молодоженов; подметание осколков было условным испытанием хозяйственных умений молодой жены (*Топорков* 1995: 180–181; *Гура* 2012: 366, 380, 512, 528, 620). При этом даже в одной областной традиции символика битья посуды может отличаться пестротой (см. об этом, напр.: *Ларина* 1990: 53; *Бузин* 2015: 486–487), что обусловлено акциональностью этого элемента обряда, получающего разные значения, вплоть до амбивалентных, в зависимости от других «логически подчиненных ему элементов, его “актантов”» (*Толстая* 1996: 89).

В свадебном обряде восточнославянского населения территории бывшей Области войска Донского “разбивание посуды” обнаруживает целый набор значений, который включает в том или ином виде практически все смыслы этого действия, отмеченные у славян. Варьирование ритуальной семантики данного акта определяется временем и местом совершения, его участниками, дальнейшими манипуляциями с осколками, приговорами и обрядовой лексикой, а также “прагматическими смыслами”, которые “обусловлены отношением к действию его исполнителей, их интенциями и мотивировками совершаемого ритуального акта” (Там же: 94). Пестрота значений “разбивания посуды”, помимо акциональности, обусловлена и особенностями формирования традиционной духовной культуры населения региона – вторичной по отношению к культуре “материнских”, в первую очередь южнорусских территорий, складывавшейся под влиянием образа жизни донских казаков, обычаев соседних неславянских народов, а также малороссийских крестьян, переселявшихся на Дон (*Проценко* 1998: 80–82). Основным источником изучения разбивания посуды на донской свадьбе стали материалы диалектологических и этнолингвистических экспедиций Южного федерального университета (до 2006 г. – Ростовский государственный университет) в Ростовскую и Волгоградскую области (далее – РО и ВО соответственно) в 1976–2014 гг. (с 2008 г. экспедиции проводились совместно с Южным научным центром РАН), личные архивы полевых материалов ростовских исследователей и автора настоящей статьи, опубликованные полевые материалы и работы по свадебному обряду донских казаков. Было проанализировано более 150 текстов о разбивании посуды на свадьбе из 22 районов РО и 14 районов ВО, территория которых входила до революции в Область войска Донского.

В дореволюционных источниках по донской свадьбе разбивание посуды упоминается не часто, однако уже в них зафиксированы разные значения этого действия. А.В. Терещенко писал, что у донских казаков во время свадебного пира разбивали стеклянные бокалы и посуду, чтобы жизнь новобрачных была счастливой (*Терещенко* 2014: 837). Встречается в публикациях приуроченность данного

ритуального акта к бужению новобрачных на второй день свадьбы (*Никулин* 2019: 91) и объявлению “честности” молодой (*Харузин* 1885: 201–202). Отмечено битье посуды во время завершающих свадьбу эпизодов (*Пономарев* 1876: 3; *Харузин* 1885: 204; *Номикосов* 1884: 315), в том числе при изображении родов свекрови или тещи с разбиванием горшка у нее на животе (*Антонов* 2019: 96; *Харузин* 1885: 205).

В работах современных исследователей тоже встречаются описания изображения родов в свадебном обряде донских казаков (*Анашкина* 1976: 119; *Литвиненко* 1997: 103–104; *Рудиченко* 2000: 93; *Капля* 2003: 54). Б.Н. Проценко также фиксировал разнообразие обрядовой семантики “битья горшков” у донских казаков — от празднования “честности” молодой до ее испытания на второй день свадьбы (*Проценко* 2004: 33). Хотя в ходе свадебного обряда на Дону разбивали преимущественно горшки, могли бить и другую посуду (тарелки, стаканы, кувшины) и то, что осмыслялось в славянской народной культуре и в народном сознании как вместилище, сосуд (напр., тыкву) (*Чёха* 2012: 335). Комплексного анализа этого акционального компонента донской свадьбы ранее не проводилось. Представляется, что исследование варьирования его семантики в географическом ключе будет способствовать более точному выделению региональных типов свадебного обряда донских казаков и формированию представлений о его генезисе.

Несмотря на то что имеющиеся полевые материалы по большей части отражают достаточно позднее состояние традиционной духовной культуры донского казачества (начиная с 1920-х годов), характеризующееся сокращением и объединением свадебных эпизодов, забвением семантики обрядовых действий и тяготением их к развлекательному смыслу, экспедиционные записи конца XX — начала XXI в. показывают не только значительное варьирование семантики “разбивания посуды” на свадьбе, но и сохранение прагматики этого действия в памяти старожилов. На основании контекста “разбивания посуды” были выделены несколько основных вариантов содержания данного ритуального действия в свадебном обряде Дона:

1. Наиболее распространено разбивание посуды для испытания новобрачной/новобрачных, которое встречается и в других русских областях (*Матлин* 2016). Чаще всего оно совершается на второй день свадьбы, но может происходить и в первый день после раздачи каравая или во время заключительных эпизодов обряда, называемых *хоронить концы*, *завивать (заливать) овин*, *тушить пожар*. Здесь акцент делается не на самом нарушении целостности посуды, а на следующем за ним подметании черепков молодой или обоими молодыми. Поэтому разбивали любую посуду: горшки, тарелки, кувшины, а иногда тыкву (*кабак*). Использование тыквы в этом обрядовом акте также обусловлено ее символикой и ролью в других эпизодах свадьбы (выражение отказа сватам с помощью тыквы; поднесение тыквы матери “нечестной” невесты) (*Чёха* 2012: 337; *Гура* 2012: 619). “Горшок жалко разбить, а кабак-то у каждого есть” (ПМ Проценко 1990).

Часто подметание осколков разбитой посуды сопровождалось бросанием гостями мелких денег, которые новобрачные должны были собрать. При этом молодую подвязывали фартуком и давали ей веник, а молодому — кочергу.

Горшки бьют, ну, там корча́жка или махотка. Шас же корчажек нету. Приходят и берут, и бьют в круг, а тут все, тут музыка играет, все танцуют и по этим по горшкам. Кто тыклу разобьёт. А кидают мелочь. А жаних и нявеста собирают. Нявеста в фартук, жаних с кочаргою, там же тыклы и деньги. Глядишь, набирают чей-то (ПМДЭ 2004)¹.

Каждый хоче, кабы вдарить горшок. Ему денег туда. А невеста с женихом всё чисточки копеечки собирають, в карман кладуть или куды там. Завёску такую подцепють невесте. Она вот эти деньги — и жаних же — собираеть. А горшки же эти надо все отгресть — она веником, а он с кочерёжкой. Дають жениху кочерёжку, он гребёт всё чисточки, чтобы деньги видно было (ПМ Проценко: б.г.).

Кочерга символически связана с огнем и очагом, может выступать как предмет, посредством которого происходит приобщение к дому и хозяйству (Белова 1999: 635–636). У восточных славян в похожих обрядах использовались и другие предметы. Так, в Тамбовской области новобрачному давали лопату, “чаплю” (Бузин 2015: 497), в Свердловской — ухват (Липовецкая 1982: 138). В этом отношении интересно связывание перед сватовством помела и кочерги у русских (Белова 1999: 637; Ларина 1990: 160), помела, кочерги, вил, ухвата и веника у белорусов (Гура 2012: 151).

Носителями традиции подметание черепков объясняется проверкой молодой супруги и ее хозяйственных умений: “не слепая ли”, “какая хозяйка”, “как она умеет прибирать, мести”:

А невеста должна веник, всё это собирать, горшки битые собирать, деньги, а жених ей помогает. И вот значить там говорить: “О, слепая, слепая невеста, вон не подняла!” Там начинают тоже шутки по-всякому (ПМ Н.А. Власкиной 2009б);

...это бить горшки, бьют, пошла свекруха танцевать, вдарила, рассыпались, тарелку или горшок, танцуеть, а все деньги кидають, мелочь и иголки, что невеста слепая или нет, увидеть иголку или нет. Вот они танцують все, кто мелочь, кто рубль, а она веником метёт (ПМДЭ 1992: К.Д. Онищенко).

Исследователи восточнославянской свадьбы видят в подобных эпизодах второго дня с подметанием мусора и черепков разбитой посуды «разновидность обрядности “перехода”» и трактуют их семантику как необходимое возвращение новобрачной из “потустороннего мира”, в том числе через “открытие” органов чувств, важнейшим из которых являются глаза (ср. частое объяснение: “не слепая ли”) (Бузин 2015: 487, 498), а также как приобщение молодой к домашнему пространству дома мужа (посредством подметания, принесения воды, приготовления пищи, приведения в порядок печи) (Бузин 2015: 500; Байбурин 1993: 87). М.Г. Матлин считает, что в этом обрядовом акте соединились разбивание посуды для бужения молодых в знак совершения брачной ночи и подметание новобрачной пола на второй день свадьбы (Матлин 2016: 61).

Собранные деньги подсчитывали; считалось, что у кого из новобрачных их больше, тот и будет “хозяином в семье” (“А потом же вроде кто больше собрал, кто больше хозяин” [ПМ Проценко 1990]). Поэтому подметание осколков разбитой посуды и подбор денег становилось соревнованием молодых, которое вписывалось в ряд других распространенных на Дону испытаний и состязаний послевенчальных дней (принесение воды, разрезание каравая, распределение спиртного из связанных бутылок — *быков*). Эти деньги становились частью всего поднесенного супружеской паре на свадьбу и осмыслились как продолжение подарков первого дня, что подтверждается в том числе и донской обрядовой

терминологией (ср.: *кидать на горшки* — “бросать деньги во время подметания черепков разбитых горшков” и *кидать на каравай* — “дарить подарки на свадьбе” [БТСДК 2003: 209]):

Горшок били... и мелочь кидали, я собирала, а тут танцевали по этой мелочи, не давали собирать по полу ногами, все пляшут. И вот я собирала, фартук надела и собирала эту мелочь, и жаних помогал мне, кидал мне в фартук. Когда надарили нам, и вот в горшок это всё ссыпали, и горшок, как вдарить яго, и он рассыпался весь, и эту мелочь всю топтали, и вот мы эту мелочь собирали, сколько на горшок кидали нам (ПМА 2009).

В данном обрядовом акте обратим внимание на одну деталь, которая обычно остается за рамками анализа, но является достаточно частотной в воспоминаниях информантов: во время разбивания посуды присутствующие танцуют около подметающих новобрачных, иногда прямо на черепках. В Верхнедонском районе РО посуду бросали прямо под ноги танцующим гостям (Литвиненко 1997: 103–104). Танец здесь, как и в других региональных вариантах славянской свадьбы, с одной стороны, имеет продуцирующее значение и знаменует бесповоротность заключенного брака (Агапкина 2012: 231–237), с другой — является одним из способов помешать молодым (Матлин 2016: 62–63). При этом упоминания о каких-то иных, распространенных в других русских регионах препятствиях, чинимых гостями новобрачным, встречаются на Дону достаточно редко:

Тут же ж им не дают собирать, и по рукам, и всё бывает (ПМ Проценко: 1990);

Горшки бьют — это невесту оценивают. Горшки, посуду побьют, а должна невеста, и мелочь насыпют, как она быстро соберёт. Это значит, разворотливость, суетливость невесты определяют. Она хватает, курей пускают, курицу поймать. Вот такие вот игры, сыпют они, в общем мешают ей, она подбирает (ПМЭЭ 2010: Бурындин).

2. На Дону объясняют разбивание посуды во время различных эпизодов свадьбы пожеланием счастья молодым. У казаков-некрасовцев после венчания били стаканы, из которых новобрачные пили вино, поднесенное батюшкой: “разобьётся, значит, жить будут хорошо” (ПМ Власкиной 2007). В Семикаракорском и Усть-Донецком районах РО во время встречи свадебной процессии в доме жениха “на счастье” разбивали тарелку, на которой лежали хмель, зерно, мелкие деньги, конфеты, орехи для осыпания молодых:

Приехали [молодые], родители же встречают его, мы же к жениху приехали. Встречали, этот полотенец, пирог сладкий же, ну и это вот теперь у нас орехи... кидают конфеты, когда молодых ведут, тарелку разбивают, ну закон же такой был, кидают на деньги. И кидают же на молодых и сквозь деньги там, серебро, медь, и конфеты, кидают, а люди же подбирают, такой закон (ПМДЭ 1992: Евдокия Иосифовна).

Черепки разбитой посуды в этом эпизоде продолжают множественность других предметов, используемых для продуцирования богатства и плодородия

в новой семье (хмель, зерно, орехи, деньги). Например, в пос. Чернышки ВО били тарелку на второй день свадьбы; считалось, что чем больше будет осколков, тем больше будет счастья у новобрачных (ПМДЭ 2011). А.К. Байбурин трактует мотивировку разбивания посуды для пожелания счастья молодым как один из ритуальных способов наделения их долей. При этом черепки могут ассоциироваться с детьми, горшок — с воплощением цельности, а его разбивание — с бесповоротностью свершившегося (Байбурин 1993: 83).

Разбивание посуды “на счастье” у донских казаков может быть приурочено к другим значимым в структуре ритуала моментам свадьбы и отмечать важный этап обрядового перехода молодых людей. В станице Мелиховской Усть-Донецкого р-на РО били посуду, в которой принесли каравай (ПМ Проценко: середина 1980-х годов). В станице Маркинской Цимлянского р-на РО после даров спрашивали у молодого, “чей он зять”, а у молодой, “чья она”. После их ответа били тарелки, танцевали, сыпали на пол деньги. Затем новобрачная меняла свадебный наряд на повседневную одежду (ПМ Проценко: 1992). В станице Краснокутской Боковского р-на РО горшок били “на счастье” в конце свадьбы (ПМЭЭ 2010: Белоножко). В некоторых местах считалось (сохранились упоминания об этом), что осколки от разбитой “на счастье молодым” посуды нельзя выбрасывать, их нужно закапывать (ПМА 2017; Анашкина 1976: 119), как и другие предметы, наделяемые сакральным смыслом (Байбурин 1993: 42, 172).

3. Посуду разбивали в случае сохранения невестой девственности до свадьбы. Такая семантика фиксируется от станицы Мариинской Константиновского р-на РО и выше по течению Дона (в Волгодонском, Обливском, Шолоховском районах РО, Иловлинском, Котельниковском, Кумылженском, Серафимовичском, Суrowsикинском, Урюпинском, Чернышковском районах ВО): “Потом утром встают, подымать прѣстыну, какая она, чистая или грязная. Эт позорно, если грязная, эта было не к чаму [выносить простыню]. И вот если она [молодая] цельная, бьют горшки” (ПМЭЭ 2008). В Иловлинском районе ВО в случае “честности” новобрачной били целую посуду, а в случае “нечестности” — “худую”: “А утром подсвашка и дружка спрашивают у жаниха: честная ли невеста. Простыню показывали всем. Если честная — били хорошую посуду, если нечестная — плохую, дырявую, и всем объявляли, что нечестная” (Рыблова и др. 2020: 11).

Ниже по Дону в знак “честности” молодой преимущественно носили *калину* (Гревцова 2022: 115). В Котельниковском, Суrowsикинском и Чернышковском районах ВО совершали обряд *бить (играть) калину (калинку)*, который можно рассматривать как комбинацию разбивания посуды и определенных действий с калиной, в случае сохранения невестой девственности до брака: на второй день свадьбы гости становились в круг, свекровь в центре круга разбивала тарелку, на которую до этого присутствующие клали деньги и иногда ягоды калины. При этом исполняли песню про калину. Новобрачные, подметая черепки, собирали монеты (СДГВО 2011: 44; ПМДЭ 1993; ПМДЭ 2011; ПМ Власкиной 2011: Захарова, Горячева, Берозко, Донская).

Вот на второй день калину-то играют, честная или нечестная: “Калинушка, калина”. Бьют тарелку, и вот свѣшка должна бить тарелку: “На горочке калина, / На горочке калина” [поет]. Бьют тарелку и тогда топшутъ и тут кидаютъ деньги и всѣ: “Ну что ж, кому дело, калина, / Ну кому какое дело, калина” [поет]. Вот это вот на второй день играют калину, и тарелку бьют,

и топшуть мелочь. И тут с веником, дают невесте, жениху, собирают деньги, и эти склянки, всё собирают в завёски. И кто сколько набрал, сколько жених набрал, сколько невеста набрала. Нащинаяют считать, посчитали: вот сколько на калину накидали денег... Бывает и сухая калина, красная, сушёная калина, и вот там её с деньгами всё это сыплют, шоб они подметали (ПМ Власкиной 2011: Горячева).

Районы Среднего Дона, где зафиксирован обряд *играть (бить) калину (калинку)*, можно считать переходным ареалом распространения двух способов демонстрации “честности” молодой у донских казаков: действиями с *калиной* (с веткой, ягодами калины или украшенной красной материей веткой другого дерева) и разбиванием посуды.

На Дону отмечено и противоположное значение “разбивания посуды”: для демонстрации “нечестности” новобрачной, но оно встречается гораздо реже и главным образом в районах, население которых преимущественно составляют потомки малороссийских крестьян (Миллеровский, Тарасовский районы РО): “Если же невеста потеряла честь до свадьбы, тогда не калину кидают, не рубашки, а бьют горшки. Кидают горшки матери, в лицо бросают, горшки кидают, чашки, ложки” (ПМДЭ 1991). Появление такой семантики разбивания посуды в районах с казачьим населением (в Весёловском районе РО и Иловлинском районе ВО) может быть обусловлено влиянием соседней традиции малороссийских крестьян (*Кабакова* 2001: 182; *Топорков* 1995: 181; *Терещенко* 2014: 728). Развитие амбивалентных значений одного действия — разбивания посуды — в разных региональных вариантах обряда связано с позицией “утрата девственности”. В русских областях били посуду во время или после брачной ночи, нередко о двери помещения, где спали новобрачные, или около него (*Гура* 2012: 528; *Бузин* 2015: 460; *Топорков* 1995: 180–181). У донских же казаков приуроченность разбивания посуды к брачной ночи молодых встречается редко. Например, битье горшков в это время зафиксировано в г. Урюпинске ВО (*Головачев, Лащилин* 1947: 158).

4. Наиболее символически нагруженным является разбивание горшка во время изображения родов старшей участницы обряда — свекрови или тещи (*Гревцова* 2022: 139–141). Женщину клали на лавку, ставили ей на живот горшок, при этом она изображала родовые муки. Один из присутствующих, часто переодетый во врача, разбивал горшок. Иногда горшком накрывали курицу (петуха), и птица вылетала после того, как он раскалывался. Носители традиции часто объясняют, что это означает, что свекровь “родила себе невестку/дочку/молодую” (*Рыблова и др.* 2020: 70, 81, 136, 171; ПМЭЭ 2006: Парамонова; *Харузин* 1885: 204–205):

Вот я бяру себе сноху и мне жавот правять, я родила, значит, дочку сабе. Ложуть на лавку, врач тут у нас во всем белом стоять. Белый халат одевать, берёт палку и подходить к этой свекрови и начинать живот править. В шутки все, а когда разобьют горшки, а там и курица сидить в горшке (*Рыблова и др.* 2020: 70);

А потом ещё свекровью качають. Она кричить:

— Ой, живот болить!

Останавливають и над ней горшок бьют. Она:

— Ой, ну таперь мне легко — горшок накнули.

Это она вроде как опросталась, родила — это ж она молодуху к себе берёт

(Там же: 81).

В Белокалитвинском районе РО говорили, что свекровь родила “близнецов”, “двойнят”, имея в виду новую супружескую пару (Анашкина 1976: 119; Рудиченко 2000: 93). Данный обрядовый акт чаще всего приходился на второй или третий день свадьбы. В Алексеевском районе ВО изображение родов происходило после отъезда молодых на венчание перед обрядом *заливания овина* (Капля 2003: 54). “...когда невесту забирают — увозят, у матери начинаются схватки. Ей ставят горшок на живот и разбивают его. Всё, живот не болит” (Рыблова и др. 2020: 65). Иногда упоминается о том, что разбивание горшка на животе у свекрови совершалось только в том случае, если невеста сохранила девственность до брака (СДГВО 2011: 44). Нередко после этого молодая или оба новобрачных подметали осколки и бросаемые мелкие деньги, а гости танцевали (Рыблова и др. 2020: 91, 92, 171; Токмакова 2018; ПМДЭ 2010: Ржевская; ПМДЭ 2003). Очевидно, что все это варианты одного обрядового акта, поскольку основное действие (разбивание горшка на животе у свекрови или тещи) и его ритуальная семантика (“рождение” женщины в новой семье) одинаковы. Такое значение разбивания горшка легко реконструируется даже без упоминания носителями традиции изображения родов: “ложут мать на лавку и бьют или горшок, или тарелку. Это конец уже свадьбы” (ПМДЭ 2010: Ржевская); “Тещу кладут на лауку, ставят гаршок на пузу и бьют, а зять дорит новыи тухли” (БТСДК 2003: 45); “А когда заканчивают — бьют у жениховой матери на животе горшки” (Рыблова и др. 2020: 92).

В славянской традиционной культуре петух и курица — символы мужского и женского начал, а в свадебном ритуале — жениха и невесты: “Петух наделяется мужской сексуальной символикой, а курица — символикой плодovitости” (Гура 2012: 308). В обрядах, имеющих матримониальные смыслы и сопровождающих заключение брака, эти птицы могут использоваться живыми, подаваться в составе ритуальных блюд или присутствовать в виде изображений, их упоминают в свадебных песнях и приговорах (Там же: 308–315). В донском варианте разбивания горшка фигурируют и курица (Рыблова и др. 2020: 70, 91; ПМДЭ 1992: А.С. Аникеева; ПМЭЭ 2006: Агапова, Кузнецова), и петух (Рыблова и др. 2020: 133, 136; Рыблова 2022: 238; ПМДЭ 2008).

М.А. Рыблова присутствие петуха в этом эпизоде соотносит с юношеской сексуальной силой, а курицу трактует как символ женского начала и плодородия (Рыблова 2022: 113–114). Однако мне хочется предложить и другое объяснение использования в этом обряде именно петуха, а не курицы, являющейся ритуальным двойником невесты (Гура 2012: 310). В народной культуре петух ассоциируется с огнем — стихией, которая в свадебном ритуале имеет продуцирующую, инициальную, апотропеическую символику (Гура, Узенёва 2009: 28; Белова, Узенёва 2004: 516–517). Разбиваемая посуда в свадебном обряде донских казаков также обнаруживает разнообразные связи с огнем (битие горшков в обрядах *тушения пожара*, *заливания овина*, зажигание платков в горшке, бросание черепков в огонь, сгребание их кочергой и др.), в появлении которых, видимо, не последнюю роль играет ассоциация горшка (наиболее часто упоминаемого предмета в описаниях этого обряда) с печью и очагом (Топорков, Толстой 1995: 526).

Каравай поднесли, а они должны горшки бить. Кладут свекровь на лавку и горшком. И по горшку палкой бьют, а она кричит:

— Ой, рожать хочу!

Иногда петуха посадят в горшок и держут. Как он вдарит палкой, этот горшок разбился — петух выскочит из горшка. Ну, и свекровь шумит:

— Ой, дочку родила, дочку родила! (Рыблова и др. 2020: 136).

“Освобождение” курицы или петуха из-под разбиваемого горшка можно рассматривать не только как символическое рождение молодой в семье мужа, о чем прямо говорили донские старожилы, но и в контексте распространенного у славян использования этих птиц, особенно петуха, в знак дефлорации невесты (Гура 2012: 313–314; Гура, Узеньева 2009: 32–33). Таким образом, у донских казаков изображение родов, сопровождавшееся разбиванием горшка с курицей или петухом, вписывается, с одной стороны, в обрядовую семантику битья посуды, символизирующую “честность” новобрачной, а с другой — в парадигму действий с курицей/петухом в послесвадебные дни: соединение живой курицы с украшенной веткой калины, которую носили в случае сохранения невестой девственности до брака; кража кур ряжеными в цыган гостями; приготовление лапши на курином бульоне утром второго дня свадьбы; название *курником* свадебного деревца (Гревцова 2022: 117, 128, 131–132); битье куриных яиц в конце всех свадебных гуляний (Пономарев 1876: 3). Кроме того, разбивание горшка на животе у матери одного из новобрачных знаменует и ее обрядовый переход в социовозрастную группу женщин, женившихся/выдавших замуж своих детей (Кабанова 2001: 185).

У восточных славян разбивание посуды на свадьбе в знак совершения брачной ночи или для обеспечения благополучия молодых было достаточно широко распространено (Топорков 1995), а вот для изображения родов этот элемент обряда встречается редко (напр., в Ульяновской области, где роженицу изображал мужчина, а после “родов” происходили “поиски ярки” [Матлин 2019: 276]). Главным образом фиксации такого действия локализуются в украинском и белорусском Полесье. В Гомельской области на второй день свадьбы “молодицы разбивали палкой на животе у свекрови горшок; это означало, что теперь у нее двое детей — сын и невестка” (Топорков 1990: 85). На Волыни во время заключительного свадебного эпизода — *перезвы* или после него били горшок на животе у одной из участниц обряда, чаще всего у свекрови. В Рогачевском уезде Могилевской губернии шуточные роды устраивали во время обеда после привезения приданого невесты в дом будущего мужа, перед первой брачной ночью: одна из женщин изображала роженицу; “новорожденного” (котенка) пеленали, назначали ему отца и крестных, а для роженицы — “бабку”; рожающая причитала, что у нее болит живот, и ее “лечили”. Разбивание посуды в этом описании не упоминается (Шейн 1890: 316–317).

Сделанные наблюдения позволяют выдвинуть две гипотезы о происхождении этого обрядового акта в донской традиции. Согласно первой, выходцы с полесских территорий, возможно, принимали участие в заселении тех донских хуторов и станиц, где зафиксировано битье посуды на животе матери невесты или свекрови. Согласно второй, это обрядовое действие относится к числу архаических. Вероятно, в прошлом оно было широко распространено на территории Славии, но впоследствии сохранилось преимущественно на ее периферии. В поддержку такой

гипотезы служит предложенный Н.И. Толстым принцип “инновации (центр) — архаика (периферия)”. Проанализировав культуру романских и славянских народов, исследователь причислил к славянским архаическим зонам Полесье, Русский Север и ряд южнославянских регионов (Толстой 1995: 41–60). Примечательно, что ряд элементов традиционной культуры донских казаков обнаруживает параллели именно с этими регионами (ср.: обряд “бабья каша”; бытование термина *пращур* в значении “праправнук”; былички о повитухах, предсказывающих судьбу ребенка; и др. [Власкина 2011: 180–182, 207–208, 216–226]).

5. В ряде районов Дона посуду били в конце свадьбы во время обрядов *тушить пожар*, *завивать* (заливать) *овин*, *хоронить концы*, которые были описаны еще в дореволюционных работах («Заканчивается свадьба своеобразным обычаем “заливания пожара”. Гости, приглашенные на свадьбу, собираются в последний раз в доме родителей жениха и изрядно выпивают. Берут затем платок, смоченный в водке, и зажигают его, а после льют воду и разбивают горшок или тарелку [Номикосов 1884: 315]). Описания этих обрядов могут быть весьма разнообразными и включать, помимо разбивания посуды, подметание молодыми ее осколков (ПМ Власкиной 2009; Рыблова и др. 2020: 39; СДГВО 2011: 601) и изображение родов (ПМ Проценко: 1990; ПМДЭ 1992: А.С. Аникеева; Токмакова 2018). В населенных пунктах, расположенных на севере Усть-Донецкого района РО по р. Кундрючья, обряд *хоронить концы* включал только разбивание посуды, часто сопровождаемое зажиганием огня, перепрыгиванием через него и его тушением (ПМА 2007):

Потом же костёр жгут вот так. Соломы наложут, загорится и в хорошей одежде прядают через этот огонь, через пыль, зола. Тогда у этот, горшок какой-нибудь, видите, может, черепня какая-нибудь. Как неколоную, так полбеды, а то целую. Вот горить этот огонь, раз, и разбили. <...> Концы хоронить называется, это концы. Сожгли, разбили, всё, готово. Невеста не ваша, а наша (ПМА 2007: Савкина).

В Нехаевском районе ВО *завиванием овина* назывался обряд конца свадьбы, когда молодая разбивала кидаемые ей стаканы (СДГВО 2011: 44). У донских малороссов Миллеровского района РО били тарелки во время заключительного свадебного эпизода — *забивания чопа*: “У нас в доме не забивали [чоп], вот мы как женились, у нас прям вот тут вот на воротах забивали, тут и тарелки били” (ПМА 2011). Таким образом, разбивание посуды в конце всех свадебных гуляний, как и другие символические действия со значением уничтожения или закрывания (тушение огня, забивание чопа), было знаком окончательной смены социального статуса молодых, завершения их, прежде всего новобрачной, ритуального перехода.

Значения “разбивания посуды” в свадебном обряде были нанесены на карту Области войска Донского, что позволило выявить ареалы их распространения. Практически повсеместно на исследуемой территории (кроме Нижнего Дона) отмечается подметание осколков новобрачными, а само действие нарушения целостности посуды уходит на второй план. Битье горшков в знак “честности” невесты распространено от станицы Мариинской Константиновского р-на РО и выше по течению Дона вплоть до самых северных районов проживания потомков донских казаков. На севере Области войска Донского, преимущественно в населенных пунктах по р. Хопер, имеется ареал, где довольно частотно фикси-

руется разбивание посуды при изображении родов у свекрови или тещи. В некоторых населенных пунктах по р. Северский Донец и в прилегающем Тацинском районе РО также зафиксировано битье посуды при имитации родов. Разбивали посуду “на счастье молодых” в станицах и хуторах Семикаракорского района РО, в Урюпинском районе ВО; остальные фиксации точечны (см. Рис. 1).

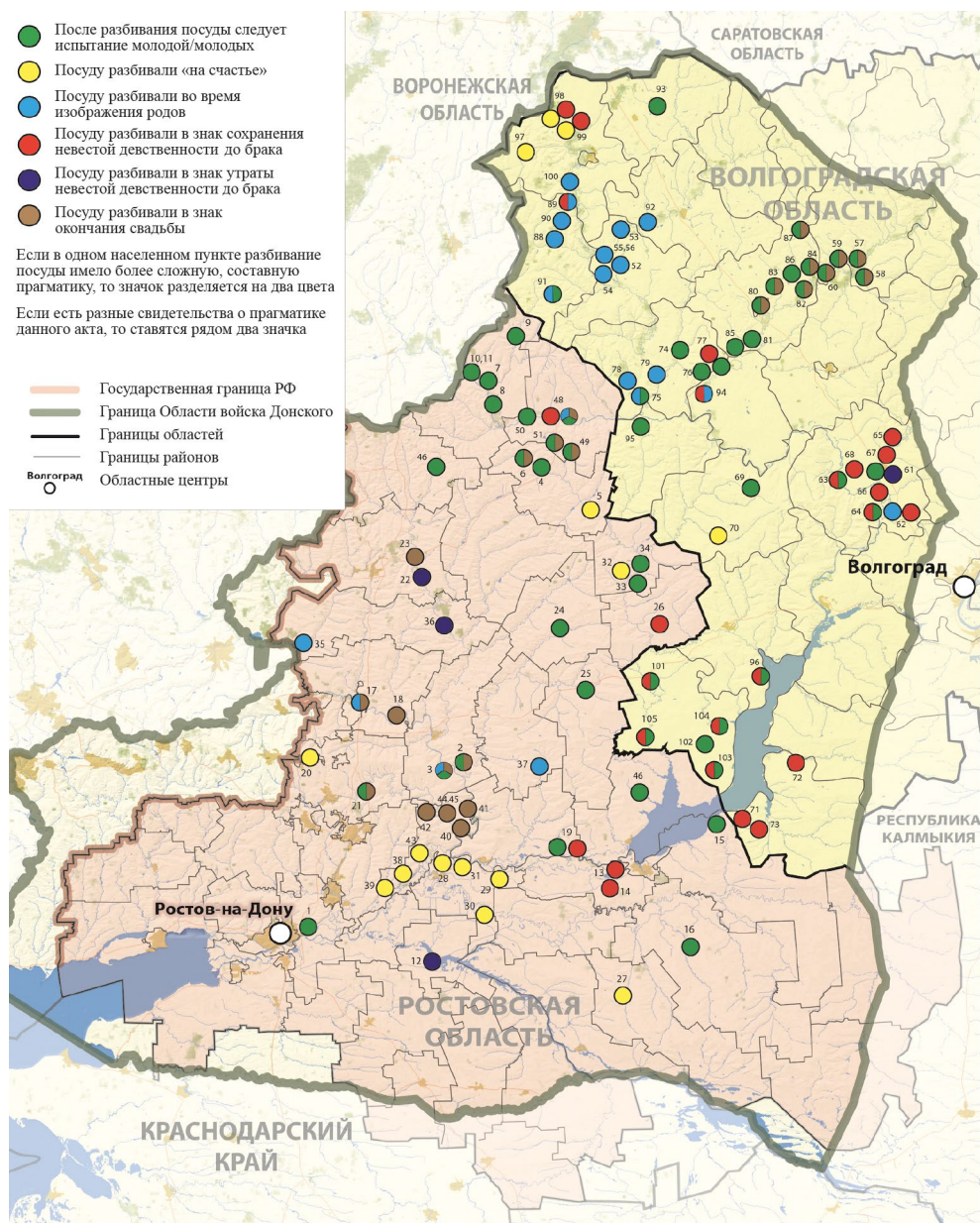


Рис. 1. Карта распространения значений разбивания посуды в свадебном обряде донских казаков (сост. Т.Е. Гревцова)

Таким образом, “разбивание посуды” в донской свадебной традиции обнаруживает несколько значений, которые объединяет символика ритуального перехода участников ритуала — новобрачных (в первую очередь молодой) и их матерей. Нередко это действие входит в состав микрообряда, включающего ряд манипуляций с посудой и ее осколками: разбивание посуды в знак “честности” невесты и последующее подметание молодыми черепков; битье горшка в процессе изображения родов, часто также завершающееся сметанием осколков; и т.п. Эти микрообряды зачастую имеют общее наименование: *хоронить концы/заливать овин/тушить по-жар*. Одним из наиболее устойчивых их элементов является подметание частей разбитой посуды, которое может как объединяться с другими элементами, так и совершаться как самостоятельное действие. Некоторые акты, сопровождающие разбивание посуды, могут производиться и как отдельные (без “битья горшков”): зажигание и тушение огня, подметание молодыми мусора и мелких денег.

Следует отметить хорошую сохранность на Дону обрядовых действий (разбивание горшка на животе у свекрови или тещи; сажание в горшок курицы или петуха; бросание черепков в костер и перепрыгивание через него; и др.), за которыми стоят архаичные народные представления о ритуальном переходе. При этом в памяти старожиллов сохраняется и ритуальная прагматика разбивания посуды (“невеста не наша, а ваша”, “свекровь родила себе дочь” и т.д.). Однако сегодня разбивание посуды в донской традиции все больше становится развлекательным и соревновательным элементом свадьбы — возможно, это и стало одним из факторов консервации таких обрядовых актов. В наибольшей степени утрачена семантика дефлорации в первую брачную ночь, что коррелирует с угасанием бытования и других действий, отмечающих “честность” невесты у донских казаков (“ношения калины”, демонстрации простыни и др.).

Примечания

¹ В диалектных текстах из личных полевых архивов ростовских исследователей и в текстах, собранных в экспедициях Южного федерального университета, сохраняется оригинальная орфография с характерными чертами донских говоров; буквой *г* передается *γ* (*г*-фрикативное). Материалы из других экспедиционных архивов или опубликованных текстов приводятся в том виде, в каком они представлены в источнике.

Источники и материалы

БТСДК 2003 — Большой толковый словарь донского казачества: ок. 18000 слов и устойчив. словосочетаний. М.: Русские словари; Астрель; АСТ, 2003.

Головачев, Лащилин 1947 — Головачев В.Г., Лащилин Б.С. Народный театр на Дону / Ред. и вступ. ст. В.А. Закруткина. Ростов-на-Дону: Ростовское областное книгоиздательство, 1947.

Номикосов 1884 — Номикосов С.Ф. Статистическое описание Области Войска Донского. Новочеркасск: Областная войска Донского типография, 1884.

ПМ Власкиной 2007 — Полевые материалы с.н.с. ЮНЦ РАН Нины Алексеевны Власкиной. Экспедиция в Приморско-Ахтарский район Краснодарского края, 2007 г. (информант: Ф.Я. Блохина, 1935 г.р.).

ПМ Власкиной 2009 — Полевые материалы с.н.с. ЮНЦ РАН Нины Алексеевны Власкиной. Экспедиция в Даниловский район ВО, 2009 г. (информант: А.Я. Чумакова, 1914 г.р.).

- ПМ Власкиной 2011 — Полевые материалы с.н.с. ЮНЦ РАН Нины Алексеевны Власкиной. Экспедиция в Чернышковский район ВО, 2011 г. (информанты: Л.М. Берозко, 1940 г.р.; М.Н. Горячева, 1934 г.р.; О.В. Донская, 1973 г.р.; М.М. Захарова, 1948 г.р.).
- ПМ Проценко — Полевые материалы Бориса Николаевича Проценко. Коллекция личных документов Б.Н. Проценко в ЮНЦ РАН: середина 1980-х годов — экспедиция в станицу Мелиховскую Усть-Донецкого р-на РО (Тетрадь № 13, информант: А.Н. Яковлева, 1909 г.р.); 1990 г. — экспедиция в станицу Краснодонецкую Белокалитвинского р-на РО (Тетрадь МАРДГ-5, информант: М.М. Чикомасова, 1899 г.р.); 1992 г. — экспедиция в Цимлянский р-н РО (информанты: О.Г. Кулыгина, 1906 г.р.; В.Г. Чернозубова, 1908 г.р.); б.г. — экспедиция в Верхнедонской р-н РО, год записи неизвестен (информант: В.И. Назарова, 1915 г.р.).
- ПМА 2007 — Полевые материалы автора. Экспедиция в Усть-Донецкий район Ростовской обл., 2007 г. (информанты: А.И. Бакулина, 1937 г.р.; Т.Н. Герасимова, 1936 г.р.; Е.М. Круглова, 1935 г.р.; Н.К. Круглова, 1943 г.р.; З.А. Никитина, 1922 г.р.; В.П. Наумова, 1927 г.р.; В.Ф. Пятницкова, 1924 г.р.; Т.К. Рыковская, 1928 г.р.; Н.Е. Савкина, 1929 г.р.).
- ПМА 2009 — Полевые материалы автора. Экспедиция в Кумылженский район ВО, 2009 г. (информант: Л.К. Ермилова, 1948 г.р.).
- ПМА 2011 — Полевые материалы автора. Экспедиция в Миллеровский район РО, 2011 г. (информант: Р.И. Ермашева, 1941 г.р.).
- ПМА 2017 — Полевые материалы автора. Экспедиция в г. Гуково РО, 2017 г. (информант: А.В. Кравченко, 1953 г.р.).
- ПМДЭ 1991 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Ростовского государственного университета в Веселовский район РО, 1991 г. (информант: П.Ф. Бондаренко, 1907 г.р.).
- ПМДЭ 1992 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Ростовского государственного университета 1992 г. в Милютинский район РО (информант: К.Д. Онищенко, 1916 г.р.), в Семикаракорский р-н РО (информант: Евдокия Иосифовна [фамилия неизвестна], 1913 г.р.), в Шолоховский р-н РО (информант: А.С. Аникеева, 1942 г.р.).
- ПМДЭ 1993 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Ростовского государственного университета в Суrowsкий р-н ВО, 1993 г. (информанты: М.Л. Пилкина, 1914 г.р., Ф.Н. Попова, 1913 г.р.).
- ПМДЭ 2003 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Ростовского государственного университета в Тарасовский район РО, 2003 г. (информант: М.Н. Антифеева, 1922 г.р.).
- ПМДЭ 2004 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Ростовского государственного университета в Верхнедонской район РО, 2004 г. (информант: Е.Л. Козырева, 1926 г.р.).
- ПМДЭ 2008 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Южного федерального университета и ЮНЦ РАН в Нехаевский район ВО, 2008 г. (информант: А.Д. Бирюков, 1929 г.р.).
- ПМДЭ 2010 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Южного федерального университета и ЮНЦ РАН в Тагинский район РО, 2010 г. (информант: О.А. Ржевская, 1948 г.р.).
- ПМДЭ 2011 — Полевые материалы диалектологической экспедиции Южного

- федерального университета и ЮНЦ РАН в Чернышковский район ВО, 2011 г. (информант: Г.П. Пономарева, 1938 г.р.).
- ПМЭЭ 2006 — Полевые материалы этнолингвистической экспедиции Южного федерального университета в Алексеевский район РО, 2006 г. (информанты: Л.В. Агапова, 1934 г.р.; Н.А. Кузнецова, 1939 г.р.; В.А. Парамонова, 1930 г.р.).
- ПМЭЭ 2008 — Полевые материалы этнолингвистической экспедиции Южного федерального университета и ЮНЦ РАН в Урюпинский район ВО, 2008 г. (информант: А.Л. Топилина, 1926 г.р.).
- ПМЭЭ 2010 — Полевые материалы этнолингвистической экспедиции Южного федерального университета и ЮНЦ РАН в Боковский район РО, 2010 г. (информанты: Л.М. Белоножко, 1930 г.р., П.А. Бурындин, 1928 г.р.).
- Пономарев 1876 — Пономарев С.* Луганская станица (этнографический очерк): о праздниках, рукобитье, подвеселках и свадьбе Луганской станицы // Донские областные ведомости. 1876. № 50. С. 2—3.
- СДГВО 2011 — Словарь донских говоров Волгоградской области / Авт.-сост. Р.И. Кудряшова, Е.В. Брысина, В.И. Супрун; под ред. Р.И. Кудряшовой. Волгоград: Издатель, 2011.
- Токмакова 2018 — Токмакова О.С.* Свадебный обряд станицы Краснодонецкой Белокалитвинского района Ростовской области // Культура.рф. 20.04.2018. <https://www.culture.ru/objects/3447/svadebnyi-obryad-stanicy-krasnodoneckoibelokalitvenskogo-raiona-rostovskoi-oblasti>
- Харузин 1885 — Харузин М.Н.* Сведения о казачьих общинах на Дону. Материалы для обычного права. Вып. 1. М.: Тип. М.П. Щепкина, 1885.
- Шейн 1890 — Шейн П.В.* Материалы для изучения быта и языка русского населения Северо-Западного края. Т. I. Ч. 2. СПб.: Тип. Имп. Акад. наук, 1890.

Научная литература

- Агапкина Т.А.* Танец // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 5 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2012. С. 335—337.
- Анашкина С.* Свадебная обрядность донецких казаков // Традиционное и современное народное музыкальное искусство / Ред.-сост. Б.Б. Ефименкова. М.: б.и., 1976. С. 113—136.
- Антонов А.* Из Каменской станицы (Донские областные ведомости. 1875. № 84) // Донская свадьба. Вып. 1, Материалы архивов и публикации XIX века / Сост., авт. коммент. и примеч. М.А. Рыблова, А.В. Когитина. Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления — филиала РАНХиГС, 2019. С. 94—96.
- Байбурун А.К.* Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов. СПб.: Наука, 1993.
- Белова О.В.* Кочерга // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 2 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 1999. С. 635—637.
- Белова О.В., Узеньёва Е.С.* Огонь // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 3 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2004. С. 513—519.

- Бузин В.С. Рождение, вступление в брак и смерть в традиционной южнорусской обрядности (Липецкая, Тамбовская, Пензенская области). СПб.: Нестор-История, 2015.
- Власкина Т.Ю. Домашний мир на сломе эпох. Очерки традиционной культуры донских казаков (конец XIX – середина XX вв.). Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2011.
- Гревцова Т.Е. Свадебный обряд донских казаков: ареальное исследование. Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2022.
- Гура А.В. Брак и свадьба в славянской народной культуре: семантика и символика. М.: Индрик, 2012.
- Гура А.В., Узенёва Е.С. Петух // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 4 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2009. С. 28–35.
- Иванова Ю.В., Кашуба М.С., Красновская Н.А. (отв. ред.). Брак у народов Западной и Южной Европы. М.: Наука, 1989.
- Иванова Ю.В., Кашуба М.С., Красновская Н.А. (отв. ред.). Брак у народов Центральной и Юго-Восточной Европы. М.: Наука, 1988.
- Кабакова Г.И. Антропология женского тела в славянской традиции. М.: Ладомир, 2001.
- Капля О.В. Свадебный обряд хоперских казаков Алексеевского района Волгоградской области // Фольклор: традиции и современность / Под ред. М.Ч. Ларионовой. Таганрог: Изд-во Таганрогского гос. педагогического института, 2003. С. 49–55.
- Ларина Л.И. Терминология свадебного обряда Курского региона в этнолингвистическом аспекте: Дис. ... канд. филол. наук. Курский государственный педагогический институт. Курск, 1990.
- Липовецкая И.Р. Своеобразие русской уральской свадьбы конца XIX – начала XX века // Фольклор Урала. Вып. 6, Фольклор городов и поселков. Свердловск: Уральский гос. ун-т, 1982. С. 130–140.
- Литвиненко О.В. К вопросу о свадебной обрядности в северных районах Ростовской области // Известия Ростовского областного музея краеведения. Вып. 7. Ростов-на-Дону: Ростовский областной музей краеведения, 1997. С. 96–105.
- Матлин М.Г. “Пахать пол”: своеобразие семантики свадебного термина // Научный диалог. 2016. № 1 (49). С. 59–69.
- Матлин М.Г. Смех в русской народной свадьбе XIX – начала XXI вв.: типологический и функциональный аспекты. Дис. ... докт. филол. наук. Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова. Ульяновск, 2019.
- Никулин П. Народные юридические обычаи донских казаков 2-го округа. Окончание (Донская газета. 1875. № 87) // Донская свадьба. Вып. 1, Материалы архивов и публикации XIX века / Сост., авт. коммент. и примеч. М.А. Рыблова, А.В. Когитина. Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2019. С. 89–94.
- Проценко Б.Н. Этнолингвистическая концепция происхождения и характера духовной культуры донских казаков // Наука о фольклоре сегодня (к 70-летию юбилею Федора Мартыновича Селиванова). Тезисы Международной научной конференции (Москва, 29–30 октября 1997 г.) / Ред. Т.Б. Дианова и др. М.: Диалог-МГУ, 1998. С. 80–82.

- Проценко Б.Н. Свадебный обряд донских казаков во времени и пространстве // Традиционная культура. 2004. № 4. С. 26–34.
- Рудиченко Т.С. Особенности свадебного ритуала казачьих поселений юга Донецкого округа (по экспедиционным материалам) // Итоги фольклорно-этнографических исследований этнических культур Кубани за 1999 год. Дикаревские чтения (6): материалы Региональной науч.-практической конф., ст. Крепостная, 14–16 мая 1999 г. / Сост., науч. ред. М.В. Семенцов. Краснодар: Кубанькино, 2000. С. 91–95.
- Рыблова М.А. Казаки и казачки в обрядовой и трудовой жизни донской общины. Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2022.
- Рыблова М.А., Кубракова В.С., Шилкин В.А. (сост.) Донская свадьба. Вып. II, материалы этнографических и фольклорных экспедиций 1983–2017 гг. Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2020.
- Сумцов Н.Ф. Символика славянских обрядов: избранные труды. М.: Восточная литература, 1996.
- Терещенко А.В. Быт русского народа: В 2 т. Т. I. Ч. I–III / Сост. А.В. Фролова; отв. ред. О.А. Платонов. М.: Институт русской цивилизации, 2014.
- Толстая С.М. Акциональный код символического языка культуры: движение в ритуале // Концепт движения в языке и культуре / Отв. ред. Т.А. Агапкина. М.: Индрик, 1996. С. 89–103.
- Толстой Н.И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. М.: Индрик, 1995.
- Топорков А.Л. Домашняя утварь в поверьях и обрядах Полесья // Этнокультурные традиции русского сельского населения XIX – начала XX в. Вып. 2 / Отв. ред. Т.В. Станюкович. М.: ИЭА РАН, 1990. С. 67–135.
- Топорков А.Л. Битье посуды // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 1 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 1995. С. 180–182.
- Топорков А.Л. Посуда // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 4 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2009. С. 215–218.
- Топорков А.Л., Толстой Н.И. Горшок // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 1 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 1995. С. 526–531.
- Чёха О.В. Тыква // Славянские древности. Этнолингвистический словарь: В 5 т. Т. 5 / Под общ. ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2012. С. 335–337.
- Чистов К.В. Проблемы картографирования обрядов и обрядового фольклора. Свадебный обряд // Проблемы картографирования в языкознании и этнографии / Отв. ред. С.И. Брук. Л.: Наука, 1974. С. 69–84.

Research Article

Grevtsova, T.E. Pot Breaking in the Wedding Ritual of Don Cossacks: Areal Variations in the Semantics and Pragmatics of Action [Razbivanie posudy v svadebnom obriade donskikh kazakov: areal'noe var'irovanie semantiki i pragmatiki deistviia]. *Этнографическое обозрение*, 2024, no. 3, pp. 201–220. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030116> EDN: BRBIZO ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Tatyana Grevtsova | <http://orcid.org/0000-0001-7512-9528> | tanyar_2@mail.ru | Federal State Budgetary Institution of Science “Federal Research Centre the Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences” (SSC RAS) (41 Prospect Chekhova, Rostov-on-Don, 344006, Russia)

Keywords

Don Cossacks, wedding ritual, breaking of dishes, action code, semantics, pragmatics, mapping

Abstract

The breaking of dishes at weddings is known to all Slavs. It accompanies the most important stages of the ritual and symbolizes the change of the young couple's social status. This action in the Don wedding tradition reveals a number of meanings, which are united by the symbolism of the ritual transition of the wedding participants, especially the bride, as well as the newlywed and their mothers. Often “pot beating” is part of the whole micro rites, including various manipulations with dishes and its fragments. Sweeping up the shards of broken crockery is the most stable element of the ritual, which can be combined with other components and performed as an independent action. In the memory of old residents of Don villages and farms for a long time there were actions (breaking a pot on the belly of the mothers-in-law, putting a chicken or a rooster into it, throwing crock-pots into the fire and jumping over it), behind which there are archaic folk beliefs related to the conclusion of marriage. However, the general orientation of breaking dishes in the Don tradition changes in the direction of increasing entertainment and competition.

Funding Information

Federal Research Centre Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences [project number 122020100347–2]

References

- Agapkina, T.A. 2012. Tanets [Dancing]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 5: 335–337. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Anashkina, S. 1976. Svadebnaia obriadnost' donetskikh kazakov [Wedding Ritual of the Donets Cossacks]. In *Traditsionnoe i sovremennoe narodnoe muzykal'noe iskusstvo* [Traditional and Contemporary Folk Music Art], edited by B.B. Efimenkova, 113–136. Moscow.
- Antonov, A. 2019. Iz Kamenskoï stanitsy (Donskie oblastnye vedomosti. 1875. № 84) [From Kamenskaya Stanitsa (Don Regional News. 1875. No. 84)]. In *Donskaia svad'ba* [Don Wedding]. Vol. 1, *Materialy arkhivov i publikatsii XIX veka* [Materials from Archives and Publications of the 19th Century], edited by M.A. Ryblova and A.V. Kogitina, 94–96. Volgograd: Izdatel'stvo Volgogradskogo instituta upravleniia – filiala RANKhiGS.
- Baiburin, A.K. 1993. *Ritual v traditsionnoi kul'ture. Strukturno-semanticheskii analiz vostochnoslavianskikh obriadov* [Ritual in Traditional Culture: Structural and Semantic Analysis of Eastern Slavic Rites]. St. Petersburg: Nauka.
- Belova, O.V. 1999. Kocherga [Poker]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 2: 635–637. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Belova, O.V., and E.S. Uzeneva. 2004. Ogon' [Fire]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 3: 513–519. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.

- Buzin, V.S. 2015. *Rozhdenie, vstuplenie v brak i smert' v traditsionnoi yuzhnorusskoi obriadnosti (Lipetskaia, Tambovskaia, Penzenskaia oblasti)* [Birth, Marriage and Death in the Traditional South Russian Rituals (Lipetsk, Tambov, Penza Regions)]. St. Petersburg: Nestor-Istoriia.
- Chekha, O.V. 2012. Tykva [Pumpkin]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 5: 335–337. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Chistov, K.V. 1974. Problemy kartografirovaniia obriadov i obriadovogo fol'klora. Svadebnyi obriad [Problems of Mapping Rites and Ritual Folklore: Wedding Ritual]. In *Problemy kartografirovaniia v yazykoznanii i etnografii* [Problems of Mapping in Linguistics and Ethnography], edited by S.I. Bruk, 69–84. Leningrad: Nauka.
- Grevtsova, T.E. 2022. *Svadebnyi obriad donskikh kazakov: areal'noe issledovanie* [Wedding Ritual of the Don Cossacks: An Areal Study]. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo YNTs RAN.
- Gura, A.V. 2012. *Brak i svad'ba v slavianskoi narodnoi kul'ture: semantika i simbolika* [Marriage and Wedding in the Slavic Folk Culture: Semantics and Symbolism]. Moscow: Indrik.
- Gura, A.V., and E.S. Uzeneva. 2009. Petukh [Rooster]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 4: 28–35. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Ivanova, Y.V., M.S. Kashuba, and N.A. Krasnovskaia, eds. 1988. *Brak u narodov Tsentral'noi i Yugo-Vostochnoi Evropy* [Marriage among the Peoples of Central and Southeastern Europe]. Moscow: Nauka.
- Ivanova, Y.V., M.S. Kashuba, and N.A. Krasnovskaia, eds. 1989. *Brak u narodov Zapadnoi i Yuzhnoi Evropy* [Marriage among the Peoples of Western and Southern Europe]. Moscow: Nauka.
- Kabakova, G.I. 2001. *Antropologiya zhenskogo tela v slavianskoi traditsii* [Anthropology of the Female Body in Slavic Tradition]. Moscow: Lodomir.
- Kaplia, O.V. 2003. Svadebnyi obriad khoperskikh kazakov Alekseevskogo raiona Volgogradskoi oblasti [Wedding Ritual of the Koper Cossacks of the Alekseevsky District of the Volgograd Region]. In *Fol'klor: traditsii i sovremennost'* [Folklore: Traditions and Modernity], edited by M.C. Larionova, 49–55. Taganrog: Izdatel'stvo Taganrogskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta.
- Larina, L.I. 1990. Terminologiya svadebnogo obriada Kurskogo regiona v etnolingvisticheskom aspekte [Terminology of Wedding Ritual of Kursk Region in Ethnolinguistic Aspect]. PhD diss., Kursk State Pedagogical Institute.
- Lipovetskaia, I.R. 1982. Svoeobrazie russkoi ural'skoi svad'by kontsa XIX nachala XX veka [The Peculiarity of the Russian Ural Wedding of the end of 19th and Beginning of 20th Century]. In *Fol'klor Urala* [Folklore of the Ural]. Vol. 6, *Fol'klor gorodov i poselkov* [Folklore of Cities and Towns], 130–140. Sverdlovsk: Ural'skii gosudarstvennyi universitet.
- Litvinenko, O.V. 1997. K voprosu o svadebnoi obriadnosti v severnykh raionakh Rostovskoi oblasti [To the Question of Wedding Rituals in the Northern Districts of the Rostov Region]. *Izvestia Rostovskogo oblastnogo muzeia kraevedeniia* (Rostov-na-Dony) 7: 96–105.
- Matlin, M.G. 2016. “Pakhat' pol”: svoeobrazie semantiki svadebnogo termina [“Plowing the Floor”: The Peculiarity of the Semantics of the Wedding Term]. *Nauchnyi dialog* 1 (49): 59–69.

- Matlin, M.G. 2019. *Smekh v russkoi narodnoi svad'be XIX – nachala XXI vv.: tipologicheskii i funktsional'nyi aspekty* [Laughter in the Russian Folk Wedding 19th – Early 21st Centuries: Typological and Functional Aspects]. PhD, Ulyanovsk State Pedagogical University Named after I.N. Ulyanov.
- Nikulin, P. 2019. *Narodnye yuridicheskie obychai donskikh kazakov 2-go okruga. Okonchanie* (Donskaia gazeta. 1875. № 87) [Folk Legal Customs of the Don Cossacks of the 2nd District. Ending (Don Newspaper. 1875. No. 87)]. In *Donskaia svad'ba* [Don Wedding]. Vol. 1, *Materialy arkhivov i publikatsii XIX veka* [Materials from Archives and Publications of the 19th Century], edited by M.A. Ryblova and A.V. Kogitina, 89–94. Volgograd: Izdatel'stvo Volgogradskogo instituta upravleniia – filiala RANKhiGS.
- Protsenko, B.N. 1998. *Etnolingvisticheskaia kontseptsiiia proiskhozhdeniia i kharaktera dukhovnoi kul'tury donskikh kazakov* [Ethnolinguistic Concept of the Origin and Character of the Spiritual Culture of the Don Cossacks]. In *Nauka o fol'klоре segodnia (k 70-letnemu yubileiu Fedora Martynovicha Selivanova). Tezisy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Moskva, 29–30 oktiabria 1997g.)* [Science of Folklore Today (To the 70th Anniversary of Fyodor Martynovich Selivanov): Theses of the International Scientific Conference (Moscow, October 29–30, 1997)], edited by T.B. Dianova et al., 80–82. Moscow: Dialog-MGU.
- Protsenko, B.N. 2004. *Svadebnyi obriad donskikh kazakov vo vremeni i prostranstve* [Don Cossacks' Wedding Rituals in Time and Space]. *Traditsionnaia kul'tura* 4: 26–34.
- Rudichenko, T.S. 2000. *Osobennosti svadebnogo rituala kazach'ikh poselenii yuga Donetskogo okruga (po ekspeditsionnym materialam)* [Peculiarities of Wedding Ritual of Cossack Settlements in the South of Donetsk District (On Expeditionary Materials)]. In *Itogi fol'klorno-etnografi cheskikh issledovaniy etnicheskikh kul'tur Kubani za 1999 god. Dikarevskie chteniia (6), 14–16 maia 1999g.* [Results of Folklore-Ethnographic Studies of Ethnic Cultures in Kuban in 1999: Dikarev Readings (6), May 14–16, 1999], edited by M.V. Sementsov, 91–95. Krasnodar: Kuban'kino.
- Ryblova, M.A. 2022. *Kazaki i kazachki v obriadovoi i trudovoi zhizni donskoi obshchiny* [The Cossack Men and Women in the Ritual and Labour Lives of the Don Community]. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo YNTs RAN.
- Ryblova, M.A., V.S. Kubrakova, and V.A. Shilkin, eds. 2020. *Donskaia svad'ba* [Don Wedding]. Vol. II, *Materialy etnograficheskikh i fol'klornykh ekspeditsii 1983–2017 gg.* [Materials from Ethnographic and Folklore Expeditions 1983–2017], edited by M.A. Ryblova, V.S. Kubrakova, and V.A. Shilkin. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo YNTs RAN, 2020.
- Sumtsov, N.F. 1996. *Simvolika slavianskikh obriadov: izbrannye trudy* [Symbolism of Slavic Rites: Selected Works]. Moscow: Vostochnaia literatura.
- Tereshchenko, A.V. 2014. *Byt russkogo naroda: V 2 t.* [The Life of the Russian People, in 2 vols.], edited by A.V. Frolova and O.A. Platonov I (I–III). Moscow.: Institut russkoi tsivilizatsii.
- Tolstaia, S.M. 1996. *Aktsional'nyi kod simvolicheskogo yazyka kul'tury: dvizhenie v rituale* [Actional Code of the Symbolic Language of Culture: Movement in Ritual]. In *Kontsept dvizheniia v yazyke i kul'ture* [Concept of Movement in Language and Culture], edited by T.A. Agapkina, 89–103. Moscow: Indrik.
- Tolstoi, N.I. 1995. *Yazyk i narodnaia kul'tura. Ocherki po slavianskoi mifologii i etnolingvistike* [Language and Folk Culture: Essays on Slavic Mythology and Ethnolinguistics]. Moscow: Indrik.

- Toporkov, A.L. 1990. Domashniaia utvar' v pover'iakh i obriadakh Poles'ia [Domestic Utensils in the Beliefs and Rituals of Polesie]. In *Etnokul'turnye traditsii russkogo sel'skogo naseleniia XIX – nachala XX v. Vyp. 2* [Ethno-Cultural Traditions of the Russian Rural Population of the 19th – Early 20th Century. Iss. 2], edited by T.V. Staniukovich, 67–135. Moscow: IEA RAN.
- Toporkov, A.L. 1995. Bit'e posudy [Smashing Dishes]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 1: 180–182. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Toporkov, A.L. 2009. Posuda [Dishes]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 4: 215–218. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Toporkov, A.L., and N.I. Tolstoi. 1995. Gorshok [Pot]. In *Slavianskie drevnosti. Etnolingvisticheskii slovar': V 5 t.* [Slavic Antiquities: Ethnolinguistic Dictionary. 5 vols.], edited by N.I. Tolstoi, 1: 526–531. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia.
- Vlaskina, T.Y. 2011. *Domashnii mir na slome epokh. Ocherki traditsionnoi kul'tury donskikh kazakov (konets XIX – seredina XX vv.)* [The Home World on Demolition of Epoch: Essays on the Traditional Culture of the Don Cossacks (the Late 19th and the Mid-20th Centuries)]. Rostov-on-Don: Izdatel'stvo YNTs RAN.

КРАХ ЭТНОНАЦИОНАЛИЗМА В “ФИННО-УГОРСКИХ” РЕСПУБЛИКАХ РФ: ИТОГИ ПЕРЕПИСИ 2021 Г. КАК СВИДЕТЕЛЬСТВО КРИЗИСА ЭТНИЧЕСКИХ ЭЛИТ

Ю.П. Шабает

Юрий Петрович Шабает | <http://orcid.org/0000-0002-0867-4662> | yurshabaev@mail.ru | д.и.н., заведующий сектором этнографии | Институт языка, литературы и истории ФИЦ “Коми научный центр Уральского отделения Российской академии наук” (ул. Коммунистическая 26, Сыктывкар, 167982, Россия)

Ключевые слова

этничность, финно-угры, урбанизация, перепись населения, ассимиляция, интеграция

Аннотация

В статье анализируются итоги переписи населения 2021 г. (официально именуемой “Все-российская перепись населения 2020 года”), которые показали очень существенное снижение численности финно-угорских народов РФ. Отметим, что две предыдущие постсоветские переписи уже фиксировали эту четко обозначившуюся негативную тенденцию, но данные 2021 г. свидетельствуют о том, что темпы сокращения численности титульных групп в республиках, которые с начала 1990-х годов стали называть “финно-угорскими”, нарастают. Комментаторы итогов последней кампании, с одной стороны, пытаются полученные результаты представить как “культурную катастрофу” и заявить о “провале” принятой в стране модели этнополитики, с другой — обвинить организаторов переписи в грубых ошибках, исказивших ее результаты. Однако логика этнокультурного развития финно-угров и этнокультурные ориентации молодежи, выявленные в результате многолетних социологических опросов, говорят о том, что перепись достаточно верно показала динамику изменений, происходящих среди российских финно-угров, а оценивать эти процессы как “гуманитарную катастрофу” можно лишь с позиций этнонационализма, которые весьма сильны на “финно-угорских территориях” в силу самого характера регионального этнокультурного и этнополитического менеджмента.

Информация о финансовой поддержке

Государственное задание по плановой теме № ЕГИСУ НИОКТР 121042600207—7

Статья поступила 17.04.2023 | Окончательный вариант принят к публикации 27.02.2024

Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (*Chicago Manual of Style, Author-Date*):

Шабает Ю.П. Крах этнонационализма в “финно-угорских” республиках РФ: итоги переписи 2021 г. как свидетельство кризиса этнических элит // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 221—244. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030127> EDN: BRBGCL

Shabaev, Y.P. 2024. Krakh etnonatsionalizma v “finno-ugorskikh” respublikakh RF: itogi perepisi 2021 g. kak svidetel'stvo krizisa etnicheskikh elit [The Fiasco of Ethnonationalism in “Finno-Ugric” Republics of the Russian Federation: Outcomes of the 2021 Population Census as an Evidence of the Crisis of Ethnic Elites]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 221—244. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030127> EDN: BRBGCL

Этнографическое обозрение | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>

© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

Как известно, переписи населения во всех странах являются важным мероприятием, связанным с учетом населения. Они должны обеспечивать государственные институты наиболее полной и достоверной информацией, характеризующей половозрастную и социально-культурную структуру населения. Тем не менее во многих случаях получить абсолютно достоверные результаты не получается, несмотря на наличие в ряде стран жестких санкций против тех, кто отказывается предоставлять информацию о себе. В этом смысле российские переписи не являются исключением, и особенно много претензий было высказано в адрес кампании 2021 г.

Введение: трактовка материалов переписей

Спектр мнений по поводу итогов переписи 2021 г. широк: от утверждения, что она “полностью провалилась”, до полного признания ее результатов. Анализируя итоги этой кампании, эксперты пытаются оценивать как качество полученных сведений, так и возможности их интерпретации, при этом достаточно часто пишется о недоучете населения или выявленных (а чаще предполагаемых) приписках. Но мало кто категорически отрицает значимость переписей вообще и последней кампании в частности, ибо других столь масштабных и сложных в организационном плане опросов в России (да и в других странах) не проводится. Мы не ставим своей целью анализ практики сбора данных во время переписи 2021 г., ибо для этого необходимо было осуществлять соответствующий мониторинг во время переписной кампании, не ставим и задачу критики ее итогов (это может быть предметом только широкой экспертной дискуссии, а не субъективных мнений отдельных исследователей), мы лишь рассматриваем полученные результаты в определенном контексте. Наша оценка итогов переписи, во-первых, ограничена региональными рамками, т.е. республиками Карелия, Коми, Марий Эл, Мордовия, Удмуртия, где титульными этническими группами являются народы финно-угорской ветви уральской языковой семьи. Во-вторых, основной целью данной статьи является анализ итогов переписи в контексте этнополитики, осуществляемой в указанных республиках, и соотнесение переписных данных с материалами, характеризующими происходящие здесь социальные и культурные трансформации. Только так, на наш взгляд, можно определить, насколько корректными являются полученные в ходе переписи результаты.

В основе нашего анализа лежат исторические, статистические, этнополитологические и социологические материалы, интерпретация которых подразумевает использование определенных теоретических подходов. В политологическом плане автор опирается на политологическую теорию рационального выбора (Rakner 1996) и теории национализма (Смит 2004), в социологическом — на современные теории модернизации (Штомпка 1996), социологическое понимание социального действия и социальных ролей (Парсонс 2000), а также на теорию ассимиляции; в качестве демографических оснований выбраны некоторые положения теории миграций. О последних двух теоретических подходах подробнее будет сказано ниже. Что касается понимания природы этничности, то мы оцениваем ее с позиций конструктивистского подхода (Барт 2006). Помимо теоретической основы работы необходимо сделать уточнение и по поводу нашего понимания базового термина “этническая элита”. Оно не строится на стратификационных и качественных оценках, а касается той группы влияния, для кото-

рой этничность крайне актуальна. Часть этой группы искренне заинтересована в сохранении отличительности своих культурно-языковых сообществ и активно содействует этому, другая часть не менее активна в пропаганде финно-угорских традиций, но использует ресурс этничности в своих личных политических и иных интересах. Последних часто называют “этническими антрепренерами” (Политический словарь б.г.; *Esman* 1994; *Parekh* 2008).

Финно-угорский этнополитический дискурс

Публичное обсуждение итогов переписи 2021 г. в регионах проживания финно-угров строится на основе алармистских сценариев, которые доминируют в региональных этнополитических дискуссиях уже давно. О “вымирании” финно-угорских народов России этнические активисты заговорили на рубеже 1980–1990-х годов, когда в СССР, а затем и в Российской Федерации происходила масштабная политизация этничности, сопровождавшаяся созданием многочисленных этнических и этнополитических организаций, идейной основой деятельности которых являлась “возрожденческая” риторика. Развернутых, политически и юридически корректных программ развития (“возрождения”) этнических сообществ в рамках сформировавшихся территориальных (в советской версии – национально-государственных) сообществ идеологи названных организаций предложить не смогли. Незавершенность идейных конструкций, на которых строилась деятельность этнических движений и организаций (у некоторых из них даже не было программ), конечно, была связана с отсутствием опыта политической деятельности. Но это не означает, что идейной основы у этих объединений не было.

Ключевые идейные постулаты этнонациональных движений российских финно-угров (шире – народов уральской языковой семьи) достаточно определенно можно охарактеризовать на основе резолюций этнических съездов, выступлений их делегатов, анализа других источников, связанных с деятельностью таких объединений. Большинство организационно оформившихся организаций и движений органично связано с идеологией национализма. “В их основе лежала идея разделенного общества и декларирование особого места и особых прав титульных этнических сообществ, противопоставление этничности гражданству и декларирование приоритета групповых прав над правами человека” (*Шабает* 2019: 105). В наиболее значимых документах этнонациональных организаций и движений финно-угров изначально отсутствовали (а за последние годы так и не появились) концепции развития титульных групп как органичной части региональных сообществ (*Шабает, Чарина* 2010).

Но и региональные политические элиты, на наш взгляд, не особо стремились к гражданской интеграции, они во многом соглашались с идейными исканиями этнонациональных движений, о чем свидетельствуют региональная практика этнополитики, риторика политических лидеров и – что особенно важно – положения Основных Законов республик, фактически наделявшие титульные группы особым статусом и тем самым разделявшие территориальные сообщества по этническому признаку. Так, в Конституцию Коми 1994 г. было перенесено положение резолюции I съезда народа коми (1991 г.) – и в важнейшем правовом документе появился политический лозунг: “коми народ – источник государственности республики” (Конституция 1994: 146). Это положение было

некорректным и в политическом, и в историческом смысле, но главное — оно прямо противоречило принципам конституционного права, ибо источником государственности может служить только право на самоопределение (желательно реализованное в Акте самоопределения), а таковым правом наделяется лишь территориальное сообщество в целом, но не отдельный его культурный сегмент. В Конституции Удмуртии, в свою очередь, фактически декларировался разделенный характер республиканского социума, поскольку в ней узаконивалось деление граждан на “удмуртскую нацию” и “народ Удмуртии”: “...Удмуртская Республика — Удмуртия — государство в составе Российской Федерации, исторически утвердившееся на основе осуществления удмуртской нацией и народом Удмуртии своего неотъемлемого права на самоопределение...” (Конституция 1994. Разд.1. Гл. 1, ст. 1, п. 1). Конституция Карелии исключала из процесса государственного строительства русских, финнов, венгров и представителей других народов, ибо провозглашала: “Исторические и национальные особенности Республики Карелия определяются проживанием на ее территории карелов” (Конституция 2021. Ст. 1, п. 5).

Сложившиеся в 1990-е годы практики продолжают успешно тиражироваться и сегодня, вступая в противоречие с принципом гражданской интеграции, зафиксированным в “Стратегии государственной национальной политики РФ” (Указ 2012). Меняющиеся политические лидеры республик, как и прежде, продолжают публично проявлять свою лояльность не региональным гражданским сообществам в целом, но ее титульным группам (“коренным народам”). Гражданский поворот в региональных моделях этнополитики, на наш взгляд, все еще не сделан или носит сугубо символический характер, а потому в республиках с финно-угорским населением не созданы стратегии гражданской интеграции, нет продуманной политики идентичности и политики памяти, а региональные практики этнополитики все еще строятся на тиражировании мероприятий, демонстрирующих культурные отличия, но не единство российских народов.

Укоренившееся в политическом лексиконе деление территориальных сообществ на “коренной народ” и “некоренное население” не осознается местными лидерами как наследие большевизма. По-видимому, эти лидеры просто не осведомлены о том, что используемая ими культурная иерархия была внедрена в политическую практику в ходе реализации большевистского лозунга “размежевания народов России” и принятия доктрины этнического национализма, основанной на делении региональных сообществ на разностатусные культурные группы населения (Тишков 1993). Ревитализация принципов ранней советской этнополитики выражается не только в некорректных заявлениях региональных лидеров, но и в их стремлении подтверждать вербальные практики маркирования этнически привилегированных групп путем их “материализации”. Ради этого создавались “финно-угорские этноцентры”, утверждались непродуманные концепции этнокультурного образования, проводились и проводятся многочисленные шумные акции с целью демонстрации культурных отличий, но не пропаганды гражданского единства россиян. Кроме того, были приняты крайне сомнительные правовые акты и документы, закрепляющие особый статус отдельных этнических групп (Закон 1994; Постановление 2018).

Политика памяти в указанных республиках долгие годы строилась не на пропаганде общих исторических деяний, общих героев, общей исторической

судьбы российских народов и демонстрации фактов их тесного многовекового взаимодействия, а часто сосредоточивалась на прямом или косвенном конструировании исторической “финно-угорской альтернативы”, свидетельством чему стали новое прочтение уже отвергнутых историками представлений о Биармии (Арсентьев и др. 2000) и создание экстерриториальной конструкции “Финно-угорский мир” (Шабаев, Чарина 2010). В исторических повествованиях и региональных учебниках упускается из виду крайне важный сюжет, связанный с начальным этапом формирования российской государственности: в 862 г. в этом процессе непосредственно участвовали финские племена, и Государство Российское изначально было создано в результате тесного варяжско-финско-славянского взаимодействия. Именно Государство Российское является исторической родиной российских финно-угров, а не мифологизированные конструкции “возрождающейся семьи родственных народов” (Декларация 1994: 231). Очень мало говорится о том, что предки финно-угров были активными участниками борьбы за независимость общего Отечества в разные периоды его истории. Не показана важная роль финно-угров в покорении и крестьянской колонизации Сибири, т.е. в проекте, осуществлявшемся совместно с другими народами и превратившем Россию в великую евроазиатскую державу. Региональные практики этнокультурного просвещения и образования не выдерживают критики. Задача демонстрации культурного многообразия страны и исторической обусловленности формирования поликультурных местных сообществ в региональных учебно-методических разработках только декларируется, но не решается (Шабаев и др. 2021).

Более тысячи лет совместного созидания государства, борьбы за его независимость и укрепление не могли не привести к активному всестороннему взаимодействию и постепенному стиранию культурных границ и отличий, что и стало основой для современных процессов интеграции, трактуемых как ассимиляция и “вымирание” народов.

Объяснительная модель “вымирания” народов стала неким идейным лозунгом этнических организаций на рубеже 1980—1990-х годов и главным доводом в пользу создания этнонациональных организаций финно-угров и самодийцев, ибо их заявленной целью была необходимость “возрождения” этих народов. Так, на I съезде народа коми, прошедшем в 1991 г., был создан исполнительный орган, который получил показательное название “Комитет возрождения коми народа” (позднее переименован в “Коми войтыр” — “Коми общество”), на I Всероссийском съезде финно-угорских народов в мае 1992 г. делегаты обсуждали проект “Декларации о национальном возрождении финно-угорских народов, находящихся под юрисдикцией Российской Федерации”. Идея возрождения марийцев активно муссировалась во время проведения III съезда народа мари осенью 1992 г., на котором была учреждена Всемарийская организация “Марий ушем” (“Союз мари”). На Всеудмуртском съезде в 1992 г., на котором была создана Всеудмуртская ассоциация “Удмурт кенеш” (“Удмуртский совет”), идея “возрождения” также обсуждалась, как и на заседаниях его исполнительного органа “Национального собрания — Пичи кенеш”. Более того, для финансового обеспечения деятельности ассоциации было решено образовывать “Фонд возрождения удмуртского народа”. В Мордовии в 1989 г. был создан общественный центр “Вельмена” (“Возрождение”), а позднее появился межрегиональный “Совет возрождения мордовского народа”. Активисты эт-

нических организаций, если следовать этимологии термина, собрались “возрождать” здравствующие и вполне самостоятельные народы численностью в сотни тысяч человек.

Значение социальных и культурных трансформаций

Несмотря на наличие многих сходных экономических, социальных и культурных явлений, в республиках с финно-угорским населением заметно различаются как общая этническая ситуация, так и динамика этнодемографических процессов. Но при этом во всех этих регионах с середины 1950-х годов сформировалась устойчивая тенденция, связанная с активизацией социальной модернизации, выражавшейся в формировании более открытого общества, в котором динамично меняются социальная структура и культурные потребности его членов. Наиболее очевидным свидетельством изменений социального облика титульных этнических групп стало превращение аграрных сообществ, каковыми до той поры являлись российские финно-угры, в урбанизированные народы. При этом процессы индустриализации и урбанизации в названных республиках приобрели масштабный характер на два-три десятилетия раньше начала массовой миграции финно-угров в города. На европейском севере население большинства городов изначально представляло собой полиэтническое сообщество, слабо связанное с местным культурным ландшафтом, поскольку основу его составляли бывшие узники лагерей ГУЛАГа (*Шабает* 2022). А почти все города Удмуртии выросли из горнозаводских поселков, где все население было русским. Царевококшайск (нынешняя Йошкар-Ола) и Саранск возникли как опорные центры Русского государства, обеспечивавшие укрепление его позиций в Поволжье, и изначально также были преимущественно русскими поселениями, стремительный рост которых начался с 1930-х годов.

Массовый отток представителей финно-угорских народов в города, связанный со сменой социального статуса и образа жизни, сопровождался *естественными процессами* аккультурации и ассимиляции. Финно-угры в данном случае выступали в качестве мигрантов, а русскоязычное большинство — в качестве принимающего сообщества. Согласно классической теории ассимиляции, которую начали разрабатывать в 1920-е, а окончательно обосновали в 1960-е годы представители Чикагской социологической школы, “ассимиляция” мигрантов в принимающее сообщество рассматривалась как естественный процесс односторонней индивидуальной интеграции (*Park* 1928). В России/СССР в ходе этого процесса сельские мигранты воспринимали городской образ жизни, который они ассоциировали с русским населением и русским языком — языком всего городского населения страны.

Аккультурация и языковая ассимиляция предшествовали полной смене этнического самосознания у значительной части мигрантов из села; эти процессы усилились после школьной реформы 1958 г., а эпоха так наз. этнического ренессанса 1990-х годов никак не повлияла на этих людей, ибо глубина социальных трансформаций оказалась слишком значимой. Именно социальные изменения определяют сдвиги в культурных ориентациях человека, а потому пересмотреть эти ориентации за счет апелляции к идее этнической солидарности, как это пытаются делать этнические активисты, не представляется возможным.

Следствием социальных изменений стал тот факт, что в 1990-е годы, согласно данным микропереписи населения 1994 г., из каждой 1000 опрошенных в семье общались на русском языке 987 вепсов, 825 карел, 568 коми, 381 коми-пермяк, 363 марийца, 350 удмуртов (Финно-угорские регионы 1996). В дальнейшем языковые предпочтения еще более смещались в сторону использования русского языка. Так, например, по данным опроса 2004 г., в Коми всего 3% городских коми семей говорит с детьми на коми языке, в бывшем Коми-Пермяцком округе — 11,5%. В городах Республики Коми полностью не владели коми языком 42% детей из мононациональных коми семей, свободно говорила на нем только четверть детей (Денисенко 2007: 37).

По материалам опроса 2011 г., проведенного в Марий Эл, лишь 1,2% городских жителей разговаривают со своими детьми дошкольного возраста на марийском языке, и такая же доля родителей общается на родном языке с детьми школьного возраста. На русском и марийском языках говорят дома 1,8% и 2,2% соответственно (Социологические исследования 2013: 303). А по материалам опроса 2015 г. только 0,4% городских жителей общались на марийском языке со своими детьми дошкольного возраста и 1,1% с детьми школьного возраста, на русском и марийском языках — 3,1% и 3,3% соответственно (Межконфессиональные... 2016: 88–90). Сходная ситуация имеет место и в других “финно-угорских регионах”, и повсеместно языковой сдвиг (от национально-русского двуязычия к русскому моноязычию) самым активным образом происходит в среде городских коми, карел, удмуртов, мордвы, марийцев.

Превращение финно-угорских народов из сугубо аграрных сообществ в урбанизированные произошло достаточно быстро: уже к началу 1990-х годов их социальная структура принципиально изменилась по сравнению с серединой, а тем более началом XX в. Модернизационные процессы, с одной стороны, существенно изменили образ жизни большей части указанных этносов и особенно культурные ориентации молодежи, а с другой — стали стимулом для формирования этнонациональных организаций и их идеологии, поскольку, как замечает Э. Геллнер, аграрные сообщества не являются националистическими, так как их культурная специфика воспроизводится самой повседневностью (Геллнер 1991). Не случайно какие-либо формы этнонационального движения с ясными идейными позициями в начале XX в. возникли только у карел — но не в их культурной среде: в 1905 г. в финском Тампере было создано “Общество беломорских карел”, состоявшее в основном из финнов и заявлявшее о необходимости добиваться автономии для карел. Первые Марийские съезды и съезд удмуртов в 1917–1918 гг. были спровоцированы февральской революцией и октябрьским переворотом, когда на местах началось “революционное брожение” (Воронцов и др. 2005). Но как реальные политические акторы этнонациональные движения финно-угров стали формироваться только на рубеже 1980–1990-х годов, хотя свою роль сыграли и процессы советского национально-государственного строительства, которые стоит рассматривать как часть модернизационных изменений. С первой половины 1990-х годов в идейных позициях новообразованных организаций появились требования учета групповых прав этнических сообществ (хотя в основе современных правовых систем лежат права личности, права гражданина), а теза “вымирания” финно-угров получила поддержку западных партнеров после того, как в 1992 г. возникло международное финно-угорское движение.

В 1998 г. положение финно-угорских народов оказалось предметом политических инсинуаций. Идея “вымирания” финно-угров была озвучена в специальной резолюции ПАСЕ, а в 2005 г. с подачи российских этнических активистов эта же организация инициировала проведение специального исследования с целью изучения нарушения прав финно-угорских народов в России и поручила курировать его евродепутату из Эстонии, бывшему министру Эстонской Республики по делам народонаселения К. Сакс. Несмотря на то что К. Сакс привлекла российских “экспертов”, опубликованный в 2006 г. специальный доклад изобилует грубейшими ошибками этнографического плана, был предельно тенденциозен, а социологические данные были получены и интерпретированы с грубыми методическими недочетами (Тишков, Шабаетов 2007). В противовес заказным выводам К. Сакс серьезные западные исследователи, анализируя позднесоветские практики этнополитики и результаты переписей (когда этнополитика еще не превратилась в объект спекуляций и не заняла столь значимое место во внутренней политике национальных республик), заявляли, что тезис о целенаправленной русификации меньшинств в России не находит научного подтверждения (Anderson, Silver 1984).

Тем не менее не вызывает сомнений тот факт, что в культурном облике финно-угров происходят существенные изменения, связанные с трансформацией как самого социума, так и культурных ориентаций его представителей. Как показано выше, сильно возрастает значение русского языка. При этом выбор языка общения и получения образования со второй половины 1950-х годов определяется гражданами самостоятельно и является результатом не столько воздействия культурного окружения, сколько рационального выбора, т.е. степенью полезности для карьерного роста того или иного языка и его соответствием жизненным стратегиям конкретной личности.

Попытки трансформировать языковую ситуацию и языковые ориентации были связаны с изменением официального статуса языков и принятием региональных программ развития языков финно-угорских народов. Однако, поскольку в указанных регионах не было проведено качественных социолингвистических исследований, должного внимания решению проблемы стимулирования мотивации молодежи к изучению языков предков, а также разработке и реализации программ повышения престижа языков и практикам языкового маркетинга не было уделено (Baker, Jones 1998), а языковое строительство свелось к обыкновенному пуризму. В финно-угорские языки за пару десятилетий было внедрено по несколько тысяч неологизмов (Цыганов 2005: 25), которые были слабо связаны с логикой культурного развития указанных народов, а потому воспринимались простыми пользователями языка, как нечто инородное¹.

Региональная этнокультурная политика во многом носила декларативный и символический характер, поскольку она строилась, опираясь на эмоциональные мнения и оценки этнических активистов, деятелей культуры, — именно они нередко рекрутировались в экспертные советы, создаваемые при республиканских властных институтах. Поэтому структуры, которые должны были быть объектами региональной государственной национальной политики, превратились в субъекты этой политики, т.е. в системе региональной этнополитики произошло неоправданное нарушение логики управления и изменение социальных ролей субъектов и объектов управления (Парсонс 2000). В подобной ситуации превратить этнокультурные процессы в реально управляемые,

а практику этнокультурного строительства в форму продуманной социальной инженерии не представлялось возможным, и последствия этой политики нашли отражение в итоговых результатах переписи-2021 (Всероссийская перепись 2020).

Случилась ли гуманитарная катастрофа?

Анализ итогов переписи позволяет заключить, что кроме снижения численности финно-угров, связанного с демографическим старением населения и изменением культурных ориентаций молодежи (*Шабаев и др.* 2021), радикальных изменений ситуация в республиках с финно-угорским населением не претерпела. Доказательством тому служат этнодемографические пропорции. Наиболее благоприятно положение дел в Мордовии и Марий Эл (см. Табл. 1), где динамика этнической ситуации такова, что доля титульных групп не сокращается. Впрочем, в Удмуртии и Коми этнические пропорции в составе населения тоже радикально не меняются в последние десятилетия, но в Карелии доля карел падает весьма значительно. При этом стоит заметить, что феномен Мордовии трудно объяснить, ибо еще во время переписи 2010 г. 50 тыс. русских неожиданно записались мордвой, а переписная кампания 2021 г. зафиксировала резкое (почти на 10%) увеличение доли мордвы, при том что численность населения республики сократилась лишь на 50 тыс. человек (см. Табл. 2), а потому этнические пропорции не могли измениться столь радикально.

Таблица 1

Доля титульного населения в республиках с финно-угорским населением, в %
(по данным переписей населения)

Год \ Регион	1939	1979	1989	2002	2010	2021
Карелия	23,2	11,1	10,0	9,2	7,1	5,5
Коми	72,5	25,3	23,3	25,2	22,5	22,2
Марий Эл	47,2	43,5	43,3	42,9	41,8	40,1
Мордовия	34,1	34,3	32,5	31,9	29,3	38,7
Удмуртия	39,4	32,2	30,9	29,3	27,0	24,1

Таблица 2

Численность населения республик с финно-угорским населением, тыс. чел.
(по данным переписей населения)

Год \ Регион	1939	1979	1989	2002	2010	2021
Карелия	468,9	736,0	791,3	716,2	643,5	533,1
Коми	319,0	1118,4	1261,0	1018,6	901,1	737,3
Марий Эл	580,6	702,7	749,4	728,0	696,5	672,1
Мордовия	1188,6	990,6	964,1	888,7	834,7	783,5
Удмуртия	1219,3	1493,7	1609,0	1570,3	1521,4	1452,9

Тем не менее сведения о численности финно-угорских народов (см. Табл. 3) и изменении их доли в составе городского населения (см. Табл. 4) дают основания поставить под сомнение корректность данных переписи 2021 г. по некоторым регионам (и не только по Мордовии). Скорее всего, в ряде случаев имели место приписки, ибо результаты переписей в республиках чрезвычайно политизируются. Однако недочеты переписной кампании вряд ли радикально искажают итоговые данные и сложившиеся этнодемографические тенденции, хотя и влияют на реальные показатели, касающиеся численности, половозрастной структуры, языковой идентификации.

Таблица 3

Изменение численности финно-угорских народов РФ, тыс. чел. (по данным переписей населения)

Год \ Народ	1926	1989	2010	2021
бесермяне	10	—	2,2	2,0
вепсы	32	12,5	5,9	4,5
вудь	—	—	64*	99*
ижора	17	0,4	266*	210*
карелы	248	125	60	33
коми	226 (вместе с коми-пермяками)	336	228	143
коми-пермяки	—	147	94	56
марийцы	428	644	547	434
мордва	1335	843	744	484
удмурты	514	715	552	386

* в этих ячейках указано конкретное число людей (чел.)

Сокращение численности у финно-угорских народов наметилось довольно давно, что было связано со сложной социально-экономической ситуацией в регионах их проживания, с ускорившимися процессами аккультурации и ассимиляции глубокими социальными переменами и потрясениями XX в., миграционными и этнополитическими процессами, урбанизацией и изменениями в культурных ориентациях.

В советские годы раньше других началось сокращение численности финнов-ингерманландцев, ижоры, вепсов, коми-пермяков. Численность мордвы тоже стала стремительно снижаться — это было связано с дисперсным расселением данного этнического сообщества по территории страны и проживанием большей его части за пределами Мордовии. Численность остальных финно-угров все советское время росла. Однако после последней в СССР переписи населения 1989 г. все следующие переписные кампании фиксируют последовательное ее снижение у всех финно-угорских народов (но не у самодийцев, которые вместе с финно-уграми входят в состав уральской языковой семьи). После публикации итогов переписи 2010 г. в республиках, где финно-угры являются

титутным населением, местные лингвисты и этнические активисты заговорили о “вымирании народов”, об “этнической катастрофе” (Шабаев 2013). Опубликованные данные переписи 2021 г. о национальном составе Российской Федерации вызвали похожую реакцию, хотя спектр мнений стал шире. Однако преподносить результаты переписных кампаний как “культурную катастрофу” можно лишь с позиций логики этнического национализма, но не с позиций серьезного анализа социальных и культурных процессов в названных республиках.

Впрочем, если оценивать сугубо арифметические показатели, то они действительно удивляют: между переписями 2010 и 2021 гг., т.е. за одно десятилетие, численность карел сократилась на 46,7%, коми-пермяков на 41,0%, мордвы на 34,9%, удмуртов на 30,0%, вепсов на 23,6%, коми на 37,1%, марийцев на 22,3%.

С чем связаны столь существенные изменения? Безусловно, важнейшую роль здесь играют трансформация социального облика этнических сообществ, динамика демографических процессов и меняющиеся этнокультурные ориентации молодежи. С середины 1950-х годов, как замечено выше, начался быстрый процесс превращения финно-угорских народов из “аграрных” в “городские”. Он еще не завершен, но говорить о финно-уграх как об аграрных сообществах сегодня уже нельзя. Однако важно иметь в виду, что именно в городе происходит активная смена этнической идентичности у представителей этнических меньшинств. Об этом свидетельствуют и данные последней переписи, поскольку она зафиксировала заметное сокращение доли городских коми, коми-пермяков и удмуртов (см. Табл. 4). Можно предположить, что следующая перепись подтвердит, что этот процесс (сокращение доли городского населения в общем составе этнической группы) коснулся и других уральских народов, а также этнических групп, принадлежащих к иным языковым семьям. При этом символическая приверженность финно-угорским языкам существенно ослабевает только у мордвы и карел (см. Табл. 5), а у марийцев, удмуртов и коми она весьма высока, и это показательно, ибо одновременно происходит снижение уровня языковых компетенций, особенно среди финно-угорской молодежи. И еще важно заметить, что наш опрос осенью 2022 г. показал, что около половины молодых людей в рассматриваемых республиках признают значимость этнической принадлежности как формы символической связи со своими предками. Все эти процессы можно рассматривать как важный культурный ресурс, которым полезно было бы воспользоваться в практике реализации государственной национальной политики.

Таблица 4

Доля горожан среди крупнейших финно-угорских народов, в % (по результатам переписей)

Год \ Народ	1970	2002	2010	2021
марийцы	19,3	49,4	42,6	44,0
мордва	33,4	49,4	51,0	51,3
карелы	43,7	55,9	57,9	59,3
коми	35,7	47,5	48,1	39,4
коми-пермяки	22,2	38,9	36,8	30,8
удмурты	31,4	46,6	44,6	34,7

Особого внимания заслуживает ситуация в Удмуртии, ибо здесь, с одной стороны, имеют место инициативы, идущие снизу, которые явно работают на повышение престижа удмуртских традиций². С другой стороны, раздаются призывы лидеров этнонациональной организации “Удмурт кенеш”, требующих преференций для удмуртов как для “коренного этноса” (Кардинская 2006: 55). Квинтэссенцией этих требований стал акт самосожжения удмуртского исследователя и этнического активиста 79-летнего Альберта Разина 19 сентября 2019 г., который в своем предсмертном послании к парламенту призвал к тому, чтобы удмуртский язык в обязательном порядке изучали все дети республики, начиная с детского сада (Шабает, Миронова 2020). Эти инициативы принципиально противоречат международному праву, поскольку образование не должно строиться на административном навязывании ценностей одной культурной группы другим, “образование должно дать возможность всем быть полезными участниками свободного общества, способствовать взаимопониманию, терпимости и дружбе между всеми нациями и всеми расовыми, этническими и религиозными группами” (Международный пакт 1966). Стоит заметить, что в Ижевске (столице Удмуртии) удмурты составляют только 14% населения и почти все они русскоязычны, на что обращал внимание и сам Разин за четверть века до своего самосожжения. В сборнике статей, составленном Институтом Яана Тыниссона (Эстония), он писал, что “многие удмурты поражены этническим нигилизмом” (Разин 1994: 98) — этим термином он маркировал право на свободный выбор культурных ценностей, которое является одним из фундаментальных прав человека, но которое не нашло отражения ни в документах, ни в риторике этнических активистов. Иными словами, исследователь хотел видеть “этническую личность” не свободным человеком, ориентированным на индивидуальный выбор культурных ценностей и образа жизни, а полностью зависимой от своей культурной группы. В этом он был солидарен с идеологами этнонациональных движений и исследователями, рассматривающими этничность как примордиальную сущность, а потому, по их мнению, отдельный этнофор не может быть свободен по самой своей биологической природе и должен подчиняться культурному диктату группы.

Таблица 5

Доля населения, чья этническая принадлежность совпадает с этническим языком
(по итогам переписи населения 2021 г.)

Народ	Численность, тыс. чел.	Этнический язык, названный как родной, в %
мордва	479,0	55,3
марийцы	417,3	74,8
удмурты	383,9	69,2
коми	142,4	66,4
карелы	32,2	26,1

Примордиальная сущность исканий идеологов этнических движений (и их трактовки культурных процессов, имеющих место в регионах проживания финно-угров) нашла отражение в идее “этнического нигилизма”, которая особенно

активно обсуждалась местными исследователями в 1990-е годы, но не приобрела какой-либо внятной концептуальной формы. Вот что писал в упомянутой выше статье Разин:

На сегодняшний день более трети удмуртов, а среди 7–16-летних половина не владеют удмуртским языком. В 1926 г. им владели почти все... Этнический нигилизм — это очень серьезное явление. Он наносит огромный вред делу сохранения и развития самобытной национальной культуры и всей нации, препятствует развитию личности, формированию чувства собственного достоинства. Отсутствие этнической гордости порождает комплекс неполноценности, ущербности (Разин 1994: 99).

Исследователь, анализирувавший сложные этнокультурные и этнополитические явления, судя по процитированному тексту, не отталкивался в своих рассуждениях от доминирующего понимания природы современных гражданских наций. При этом он оперировал не столько научными категориями, сколько надуманными понятиями типа “этнической гордости”, и, видимо, не мог или не хотел понять и принять суть социальных изменений, происходивших в удмуртском этносе. Возможно поэтому после выхода на пенсию Разин, сохранивший приверженность этническому национализму, пытался влиять на ситуацию, устраивая “языческие моления в поддержку удмуртского языка” (Мельников 2019). Это не дало результата и привело его к личной трагедии.

Не случайно появление официальных итогов переписи 2021 г. было специфическим образом воспринято в СМИ республики и трактовалось как масштабный культурный переворот, явно противоречащий лозунгам и идеям удмуртского движения. Сетевое издание “Udm-info” опубликовало в связи с этим комментарий, название которого — “Не хочу быть удмуртом” — носило явно некорректный, провоцировавший недовольство искренних приверженцев этнических традиций характер (Не хочу быть удмуртом 2023). В комментарии, однако, содержались вполне здравые идеи. К примеру, авторы обращали внимание на то, что на отрицательную динамику численности удмуртов как в стране, так и в Удмуртской республике повлиял тот факт, что довольно большое количество опрошенных вообще отказались отвечать на вопрос о своей национальности.

Феномен “отказников”

В масштабах России численность неуказавших свою этническую принадлежность была в 2021 г. наивысшей по сравнению с данными предыдущих постсоветских переписей: 16,6 млн человек или 11,3% опрошенных. Но реально эта цифра меньше, поскольку 1 млн 150 тыс. человек воспользовались гражданским определителем “россиянин” как этнонимом (Колебакина-Усманова 2023), а 500 тыс. использовали “альтернативные” этнонимы, среди которых были не только вымышленные, но и давно получившие распространение, такие как региональный маркер “сибиряк” (некоторые исследователи все же признают его этнонимом, как и сословный определитель “казак”). Реально отказались указывать этническую принадлежность только 7 млн человек. Данные об остальных лицах, причисленных к этой категории, переписчики заимствовали из офици-

альных источников (поскольку не смогли лично встретиться с ними), в которых этническая принадлежность сегодня не указывается.

Таким образом, можно утверждать, что в России происходит серьезный идентификационный сдвиг, связанный в первую очередь с наметившимся изменением в характере культурной идентификации: место лояльности культурно-языковому и региональному сообществу начинает все активнее занимать лояльность политическому сообществу — российской нации. Кроме того, падает политическая значимость этнических определителей и все активнее начинают стираться культурные отличия и культурные границы между группами, всевозможные способы публичного маркирования которых были чуть ли не главным содержанием региональных моделей этнополитики с начала 1990-х годов (*Шабает, Чарина* 2010).

Для иллюстрации вышеназванных доводов сошлемся на результаты опросов студенческой молодежи, регулярно проводившихся в республиках с финно-угорским населением с 2017 г. по единой методике, разработанной ИЭА РАН (*Тишков и др.* 2017). Опрос школьников и студентов, проведенный в 2017 г., показал, что молодые люди продемонстрировали приоритет не региональной, а гражданско-государственной идентичности. Подавляющее большинство предпочитало, чтобы в повседневной жизни окружающие воспринимали их в первую очередь как граждан России: до 87% в Марий Эл, более 89% в Коми, 81% в Удмуртии и 80% в Мордовии (примерно такие же данные были получены и при опросе в других регионах) (*Шабает и др.* 2018).

Многие местные интеллектуалы сомневаются в правдивости результатов переписи 2021 г., подкрепляя это указанием на некорректные (с их точки зрения) формулировки вопросов и тем, что кампания проводилась в разгар пандемии, а переписчики работали недобросовестно (Переписали для галочки 2021). Отмечается также, что электронная процедура сбора данных в основном ориентирована на молодежь, у которой меньше выражено стремление к национальной самоидентификации. Но доводы сомневающихся достаточно часто слабо аргументированы.

Итоги переписи 2021 г. в этнополитическом контексте

Перепись в целом зафиксировала значительное сокращение численности целого ряда народов России (не только финно-угров, но и русских, некоторых тюркских народов). Причин такой динамики, помимо миграционного оттока и естественной убыли населения, много (в том числе, вероятно, и недоучет), но среди весьма значимых — смена идентичностей, причем речь идет не об этнических определителях, как уже сказано выше, а о замене этнической идентичности идентичностью гражданской. Здесь важно заметить, что это связано не только со стремительно усиливающейся привлекательностью гражданского определителя (политонима) “россиянин”, который многими используется в качестве этнонима, но и с попытками предлагать некие интегрированные образцы этнических определителей самими людьми — а таких граждан, как сказано выше, было около полумиллиона, хотя часть из них не столько предлагала свою альтернативу официальным этнонимам, сколько пародировала идею этнического маркирования.

Существенную роль в тех изменениях, которые зафиксировала перепись, играют и сугубо демографические факторы (половозрастные диспропорции,

миграции, возрастающая естественная убыль, быстрое старение населения) и факторы этнокультурные. Еще во время предыдущих переписей финно-угров называли “седеющими народами”, поскольку средний возраст их представителей был весьма высок (Шабаев 2019). Важно заметить, что наиболее активно стареет сельская часть этих этнических групп, а именно село является хранителем культурных традиций, ибо там полноценно функционируют финно-угорские языки (а точнее — их диалектные формы), сохраняются элементы традиционного уклада жизни и быта.

Комментаторы итогов переписи на местах во многом правы, когда говорят о том, что многолетние попытки маркировать этнические границы между группами внутри республиканских сообществ так и не были реализованы, призывы этнонациональных организаций, обращения местных культуртрегеров к представителям титульных этнических групп проявлять солидарность с традициями “своего народа” так и не были услышаны, а идеи этнического национализма оказались решительно отвергнуты теми, кого и местные этнические активисты, и региональные политики определяли как “коренные народы”. Это означает, что идеология этнического национализма в республиках с финно-угорским населением потерпела полный крах. И в этом смысле весьма показательна публикация, которая появилась в Карелии:

Совет уполномоченных IX съезда карелов еще до проведения переписи выступил с заявлением, в котором призвал всех представителей коренного народа Карелии обязательно указать свою национальность. В том духе, что давайте все, кто может, даже если вы не владеете карельским языком, записывайтесь карелами. Но оказалось, что или карелов осталось совсем мало, то ли этот орган, Совет уполномоченных, не обладает никаким авторитетом среди местного населения. И приходится напомнить в очередной раз, что уже 33 года в нашей республике весьма популярна тема сохранения карелов, карельских традиций и карельского языка. Сколько правильных слов сказано с высоких трибун! И ведь финансируется издание газет, книг, проведение различных мероприятий. Три муниципальных района официально названы национальными. Дорожные указатели там на карельском языке... А еще есть целое министерство по национальной политике. Есть Совет представителей карелов, вепсов и финнов при главе Республики Карелия... Все они вроде бы заботятся о карелах, многие за это получают из бюджета деньги, получают различные гранты... А толку никакого... Возникает и вопрос о том, нужно ли тратить деньги на регулярное проведение съездов карелов, если никакой пользы от них нет? Ведь статусные деятели национального карельского движения, заседавшие в его президиумах и “светившиеся” на телевидении, полностью обанкротились. Народ они сохранить не смогли... (Степанов 2023).

В Республике Коми перед переписью 2021 г. молодежный журнал “Йӧлӧга” запустил флешмоб и призвал молодых людей размещать его аватарку со значком “Родной язык — коми, национальность — коми”. К пропаганде “подсказок” на ответы переписного листа присоединилось и сыктывкарское отделение организации “Коми войтыр”, официально обратившееся к соплеменникам: “От правильного указания каждым из нас своей национальной принадлежности в ходе

нынешней Всероссийской переписи населения зависит дальнейшая судьба нашего народа – исчезнет он или продолжит жить и развиваться, а также своей государственности” (Русские по умолчанию 2021). Но призывы этнических активистов просто не могли быть услышанными теми, кому они предназначались. Большая часть молодежи, хотя и признает значимость этничности как культурного ресурса, не видит угрозы существованию финно-угорских народов, а потому для нее не актуальны эти идеи и лозунги: только пятая часть молодых людей, по данным опроса 2020 г., что-то знает о деятельности этнически ориентированных организаций и поддерживает эту деятельность (*Шабаев и др.* 2021), но при этом практически не вовлечена в нее.

В том, что молодежь не восприимчива к проблемам сохранения этничности, отчасти виноваты и социально-экономические реалии республик с финно-угорским населением: темпы их экономического роста невелики, местная экономика не носит инновационного характера, уровень жизни везде невысок, а пятая часть населения Марий Эл и Мордовии имеет доходы ниже прожиточного минимума. Ясных перспектив развития у республик нет, и ни вообще население, ни молодежь в частности ничего о них не знает и в будущее благополучие не очень верит, а потому, как показали опросы последних лет, уровень социального оптимизма в этих регионах низок (*Шабаев и др.* 2021). Значительная часть молодежи в такой ситуации не хочет отождествлять себя ни с республиканскими социумами в целом, ни с активно стареющими титульными этническими сообществами. Системный кризис, который имеет место в Карелии, Коми, Марий Эл, Мордовии и отчасти в Удмуртии, провоцирует высокие темпы оттока из этих республик в первую очередь молодежи – и эти миграционные настроения не меняются, о чем свидетельствуют данные нашего опроса, проведенного осенью 2022 г. (см. Табл. 6). Мы согласны с теми исследователями, которые называют миграцию формой социального протеста (*Brettell, Hollifield* 2000; *Zaloznaya, Gerber* 2012): очевидно, что отток молодежи есть отражение серьезных социально-экономических региональных проблем, форма общественной реакции на способы их решения. Конкретным выражением этой реакции как раз и является то, что активные и амбициозные молодые люди вынуждены искать счастья за пределами своих республик, утрачивая с местными сообществами и земляческие, и культурные связи.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос:
“Связываете ли Вы свое собственное будущее с будущим вашего региона?”, в %

№	Наименование позиции	% указавших
1	Да, безусловно, я хотел бы здесь жить и работать	30,8
2	Скорее всего, нет, ибо я собираюсь реализовывать свои жизненные планы в более динамично развивающихся городах и регионах	36,7
3	Нет, безусловно, ибо здесь я не вижу никаких перспектив для себя	9,9
4	Затрудняюсь ответить	22,5

* * *

Какие выводы можно сделать на основании результатов последней (2021 г.) и всех трех постсоветских переписей и опыта реализации этнополитики в СССР и РФ? Соотнесение материалов четырех кампаний вкупе с учетом характера социальных трансформаций, переживаемых финно-угорскими народами, и данных массовых опросов населения позволяют сделать вывод, что итоги переписи 2021 г. вполне логичны.

Вместе с тем эти итоги косвенным образом показывают, что этнические элиты утратили влияние в собственных этнических сообществах, особенно среди молодежи, а идеи этнического национализма обанкротились. Попытки навязывать и сохранять этничность с помощью ее огосударствления, равно как и с помощью политической мобилизации этничности и попыток использовать групповую солидарность для давления на культурные ориентации личности, могут иметь только ограниченный успех, ибо прочная этническая идентичность формируется преимущественно культурной средой, а не государством или организованными группами этнических антрепренеров и их идеологией. Очевидно, что региональные модели этнополитики, главным содержанием которых многие годы являлась пропаганда культурной отличительности (культурного многообразия), не работают, поскольку носят не конструктивно-прикладной, а преимущественно символический характер, заданный ориентацией региональных властей на лояльность идеям и требованиям этнонациональных движений и спонсирование их деятельности. Этничность сохраняет свое значение в культурном позиционировании финно-угров, на что указывают и данные массовых опросов, и данные переписей, свидетельствующие о приверженности значительной доли титульных групп этническим языкам (не путать с языковыми компетенциями). Сохранение этнических традиций, языков и идентичностей должно быть связано не только и не столько с тиражированием и финансированием фольклорных фестивалей, этнических съездов, съездов писателей и т.д. Эта цель может быть решена посредством разработки и реализации целого ряда более важных проектов, среди которых должны быть научно обоснованные стратегии экономического и социального преобразования сельской поселенческой сети в республиках и периферийных регионах, специальные программы языкового маркетинга и выработка методов повышения престижа этнических языков и мотивации молодежи к их изучению и, безусловно, последовательная работа государственных институтов и общественности по гражданской интеграции, укреплению культуры толерантности и традиций взаимопомощи и сотрудничества внутри региональных сообществ.

Примечания

¹ Видный коми драматург и ученый О. Уляшев в статье “Лексика, оторванная от корней” (Уляшев 2005), опубликованной в комиязычном журнале “Войвыв кодзув”, дал крайне негативную оценку процессам языкового строительства в Республике Коми и охарактеризовал современный литературный коми язык как “китайскую грамоту”.

² Примером служит народный коллектив “Бурановские бабушки”, ставший культурным символом республики без какой-либо серьезной финансовой поддержки со стороны государства и даже выступивший на Евровидении.

Источники и материалы

- Всероссийская перепись 2020 – Всероссийская перепись населения 2020 года. Т. 5, Национальный состав и владение языками // Росстат. https://rosstat.gov.ru/vpn_popul
- Декларация 1994 – Декларация об основных принципах, целях и задачах объединения финно-угорских народов мира // Штрихи этнополитического развития Коми Республики. Очерки. Документы. Материалы / Сост. Ю.П. Шабаев; ред. М.Н. Губогло. Т. 1. М.: ЦИМО, 1994. С. 257.
- Закон 1994 – Закон Республики Коми “О статусе съезда коми народа” // Штрихи этнополитического развития Коми Республики. Очерки. Документы. Материалы / Сост. Ю.П. Шабаев; ред. М.Н. Губогло. Т. 1. М.: ЦИМО, 1994. С. 128–129.
- Колебакина-Усманова 2023 – Колебакина-Усманова Е. Дмитрий Функ об итогах переписи: “Если людям стыдно говорить о своей идентичности – задайте вопрос себе” // БИЗНЕС Online. 02.04.2023. <https://www.ras.ru/digest/showdnews.aspx?id=f56a02ba-e4f0-45dd-be6b-f23db44393ad&ysclid=lu2qgt2h5a534762457>
- Конституция 1994 – Конституция Республики Коми. Раздел 1. Гл. 1, ст. 3 // Штрихи этнополитического развития Коми республики. Очерки. Документы. Материалы / Сост. Ю.П. Шабаев; ред. М.Н. Губогло. Т. 1. М.: ЦИМО, 1994. С. 146–169.
- Конституция 1994 – Конституция Удмуртской Республики. <https://www.udmgossovnet.ru/upload/documents/pravregdoc/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%A3%D0%A0.pdf>
- Конституция 2021 – Конституция Республики Карелия. http://constitution.garant.ru/region/cons_karel
- Международный пакт 1966 – Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах. https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactecon.shtml
- Межконфессиональные... 2016 – Межконфессиональные и межнациональные отношения в Республике Марий Эл: научно-статистический бюллетень (МарНИИЯЛИ им. В.М. Васильева) / Авт.-сост. В.И. Шабыков, О.В. Орлова, Г.С. Зеленева, А.В. Гуляев. Йошкар-Ола, 2016.
- Мельников 2019 – Мельников А. Бунт языческого Разина // Независимая газета. 17.09.2019. https://www.ng.ru/ng_religii/2019-09-17/11_472_events01.html?ysclid=ll86tge2l2552873842
- Не хочу быть удмуртом 2023 – “Не хочу быть удмуртом”: больше 100 тысяч жителей республики сменили национальность // Udm-info. 11.01.2023. <https://udm-info.ru/news/2023-01-11/ne-hochu-byt-udmurtom-bolshe-100-tysyach-zhiteley-respubliki-smenili-natsionalnost-2634580>
- Переписали для галочки 2022 – Переписали для галочки: в Сыктывкаре масштабный “перерасчет” населения вызывает больше вопросов, чем ответов // Комсомольская правда в Коми. 02.10.2022. <https://www.komi.kp.ru/daily/28350/4498477>
- Политический словарь б.г. – Политический словарь. <https://my-dict.ru/dic/politicheskii-slovar/2142679-etnicheskii-antreprenyer>

- Постановление 2018 – Постановление Правительства Республики Карелия от 24.01.2018 об утверждении государственной программы Республики Карелия “Этносоциальное и этнокультурное развитие территорий традиционного проживания коренных народов” // Официальный интернет-портал правовой информации. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/1000201801260004>
- Русские по умолчанию 2021 – Русские по умолчанию: как прошла перепись для коми // Komi Daily. Коми культура ставныслы. 23.11.2021. <https://komidaily.com/2021/11/23/perepis>
- Социологические исследования 2013 – Социологические исследования межнациональных и межконфессиональных отношений // Материалы межрегиональной научно-практической конференции. 7 июня 2012 г. Йошкар-Ола, 2013.
- Степанов 2023 – Степанов А. Итоги переписи и полное банкротство “карельского движения” // Онлайн-журнал Черника. 16.01.2023. <https://mustoi.ru/itogi-perepisi-i-polnoe-bankrotstvo-karelskogo-dvizheniya/?ysclid=lu3q0vo2y2185575733>
- Указ 2012 – Указ Президента РФ от 19 декабря 2012 г. N1666 “О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года” (с изменениями и дополнениями). <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36512>
- Уляшев 2005 – Уляшев О.И. Орём вужъясысь кыён кыввор // Войвыв кодзув. 2005. № 4. С. 62–66.
- Финно-угорские регионы 1996 – Финно-угорские регионы России в цифрах / Ред. В.П. Марков. Сыктывкар: Комистат, 1996.

Научная литература

- Арсентьев Н.М., Доленко Д.В., Юрченков В.А. Центр и периферия: история России или множества Россий? // Финно-угорский мир: история и современность. Материалы II Всероссийской научной конференции финно-угроведов / Отв. ред. Н.М. Арсентьев. Саранск: Красный Октябрь, 2000. С. 16–25.
- Барт Ф. Введение // Этнические группы и социальные границы. Социальная организация культурных различий / Под ред. Ф. Барта. М.: Новое издательство, 2006.
- Воронцов В.С., Шабаев Ю.П., Шаров В.Д., Шилов Н.В. Финно-угорские народы России: общее положение, проблемы и решения // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. № 183 / Под общ. ред. В.А. Тишкова, Ю.П. Шабаева. М.: ИЭА РАН, 2005.
- Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991.
- Денисенко В.Н. Родной язык и этнос: коми и коми-пермяки // Материалы XXXVI международной филологической конференции. 12–17 марта 2007 г. Вып. 9, Уралистика. СПб.: Филологический факультет Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2007. С. 36–40.
- Кардинская С.В. Этничность в идеологических конструкциях удмуртских СМИ // Социологические исследования. 2006. № 6. С. 54–60.
- Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.

- Разин А. Удмуртский этнос: проблема формирования патриотизма и интернационализма // Финно-угорские народы и Россия / Сост., ред. В. Калабугин. Таллинн: Институт Яана Тыниссона, 1994. С. 98–104.
- Смит Э. Национализм и модернизм. Критический обзор современных теорий нации и национализма. М.: Праксис, 2004.
- Тишков В.А. Национальности и национализм в постсоветском пространстве (исторический аспект) // Этничность и власть в полиэтничных государствах. Материалы международной конференции (25–27 января) 1993 г. / Отв. ред. В.А. Тишков. М.: Наука, 1993. С. 9–34.
- Тишков В.А., Шабает Ю.П. Финноугорская проблема: ответ Евросоюзу // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. М.: ИЭА РАН, 2007. № 196.
- Тишков В.А., Воронцов В.С., Степанов В.В. (ред.) Этнокультурное содержание образования, российская идентичность и гражданское согласие в Приволжском федеральном округе. Экспертный доклад. М.; Оренбург; Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2017.
- Цыганов Е.А. Лексическое обновление в коми, удмуртском и марийском языках: общее и особенное // История, современное состояние, перспективы развития языков и культур финно-угорских народов. Материалы III Всероссийской конференции финно-угроведов (1–4 июля 2004 г., Сыктывкар) / Отв. ред. А.А. Попов. Сыктывкар: Изд-во Коми научного центра УрО РАН, 2005. С. 25–30.
- Шабает Ю.П. Культурный апокалипсис или гражданская консолидация? // Социологические исследования. 2013. № 3. С. 28–36.
- Шабает Ю.П. Управление культурным многообразием России: опыт национальных республик. М.: Изд-во РГГУ, 2019.
- Шабает Ю.П. Городские ландшафты на европейском севере и эволюция городских сообществ (антропологический очерк) // Культурное наследие и культурные реалии Европейского Севера: изучение, проблемы, поиски / Отв. ред. Ю.П. Шабает. Сыктывкар, 2022. С. 11–73.
- Шабает Ю.П., Чарина А.М. Финно-угорский национализм и гражданская консолидация в России (этнополитический анализ). СПб.: СПбГУСЕ, 2010.
- Шабает Ю.П. и др. Языковая политика и языковые ориентации населения в национальных республиках: конфликт интересов между группами или несовершенство культурных практик // Вопросы филологии. 2018. № 1. С. 62–74.
- Шабает Ю., Миронова Н. Феномен Удмуртии-2: молодежь vs этнические антрепренеры // Вопросы этнополитики. 2020. № 1. С. 94–116.
- Шабает Ю.П. и др. Молодежь в политическом и культурном пространстве республик с финно-угорским населением: позиции, настроения, риски. М.: Изд-во РГГУ, 2021.
- Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.
- Anderson B.B., Silver B.D. Equality, Efficiency and Politics in Soviet Bilingual Education Policy, 1934–1980 // The American Political Science Review. 1984. Vol. 78. No. 4. P. 1019–1039.
- Baker C., Jones S.P. Language Marketing // Encyclopedia of Bilingualism and Bilingual Education / Eds. C. Baker, S.P. Jones. Clevedon: Multilingual Matters, 1998. P. 221–227.

- Brettell C.B., Hollifield J.F.* (eds.) *Migration Theory: Talking Across Discipline*. N.Y.: Routledge, 2000.
- Esman M.* *Ethnic Politics*. N.Y.: Cornell University Press, 1994.
- Parekh B.* *A New Politics of Identity: Political Principles for an Independent World*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008.
- Park R.E.* Human Migration and the Marginal Man // *The American Journal of Sociology*. 1928. № 33 (6). P. 881–893.
- Rakner L.* Rational Choice and the Problems of Institutions: A Discussion of Rational Choice Institutionalism and Its Application by Robert Bates // Working Paper Chr. Michelsen Institute Development Studies and Human Rights Bergen Norway (Bergen). 1996. Vol. 6.
- Zaloznaya M., Gerber T.P.* Migration as Social Movement: Voluntary Group Migration and the Crimean Tatar Repatriation // *Population and Development Review*. 2012. Vol. 38. No. 2. P. 259–328.

Research Article

Shabaev, Y.P. The Fiasco of Ethnonationalism in “Finno-Ugric” Republics of the Russian Federation: Outcomes of the 2021 Population Census as an Evidence of the Crisis of Ethnic Elites [Крах этнонационализма в “финно-угорских” республиках РФ: итоги переписи 2021 г. как свидетельство кризиса этнических элит]. *Этнографическое обозрение*, 2024, no. 3, pp. 221–244. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030127> EDN: BRBGCL ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Yurii Shabaev | <http://orcid.org/0000-0002-0867-4662> | yupshabaev@mail.ru | Institute of Language, Literature and History of Komi Science Centre of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Kommunisticheskaya St. 26, Syktyvkar, 167982, Russia)

Keywords

ethnicity, Finno-Ugric peoples, urbanization, population census, assimilation, integration

Abstract

The article analyzes the results of the 2021 population census (officially called the 2020 All-Russian Population Census), which showed a very significant decrease in the number of Finno-Ugric peoples of the Russian Federation. It may be noted that the two previous post-Soviet censuses had already recorded this clearly defined negative trend, but the data for 2021 indicates that the rate of decline in the number of titular groups in the republics, which since the early 1990s began to be called “Finno-Ugric,” is increasing. Those commenting on the results of the latest campaign, on the one hand, are trying to present the results as a “cultural catastrophe” and declare a “failure” of the model of ethnopolitics adopted in the country; on the other hand, they are trying to accuse the census organizers of gross mistakes that distorted its results. However, the logic of the ethnocultural development of the Finno-Ugric peoples and the ethnocultural orientations of young people, identified as a result of many years of sociological surveys, indicates that the census quite correctly showed the dynamics of changes occurring among the Russian Finno-Ugric peoples, and these processes can be assessed as a “humanitarian catastrophe” only from the standpoints of ethnonationalism, which are very strong in the “Finno-Ugric territories” due to the very nature of regional ethnocultural and ethnopolitical management.

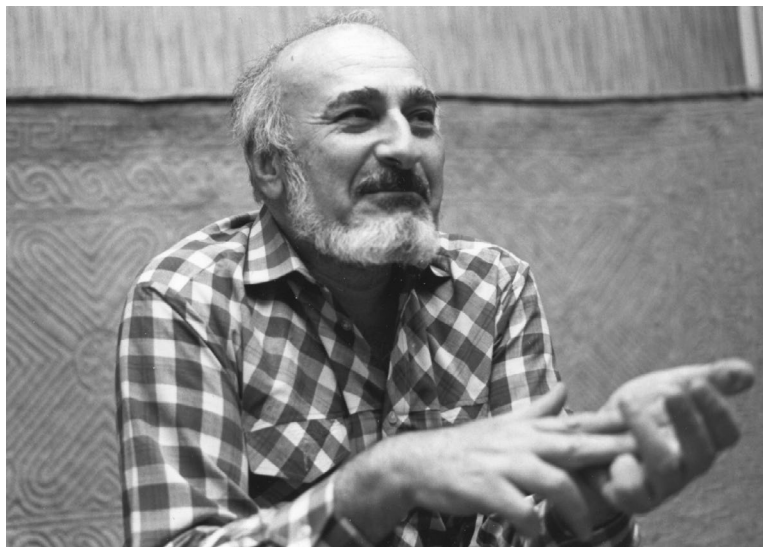
References

- Anderson, B.B., and B.D. Silver. 1984. Equality, Efficiency and Politics in Soviet Bilingual Education Policy, 1934–1980. *The American Political Science Review* 78 (4): 1019–1039.
- Arsentiev, N.M., D.V. Dolenko, and V.A. Yurchenkov. 2000. Tsentr i periferiia: istoriia Rossii ili mnozhestva Rossii? [Center and Periphery: The History of Russia or Many Russias?]. In *Finno-ugorskii mir: istoriia i sovremennost'. Materialy II Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii finno-ugrovedov* [Finno-Ugric World: History and Modernity: Materials II All-Russian Scientific Conference Finno-Ugric Scholars], edited by N.M. Arsentiev, 16–25. Saransk: Krasnyi Oktiabr'.
- Baker, C., and S.P. Jones. 1998. Language Marketing. In *Encyclopedia of Bilingualism and Bilingual Education*, by C. Baker and S.P. Jones, 221–227. Clevedon: Multilingual Matters.
- Bart, F. 2006. Vvedenie [Introduction]. In *Etnicheskie gruppy i sotsial'nye granitsy. Sotsial'naia organizatsiia kul'turnykh razlichii* [Ethnic Groups and Social Boundaries: Social Organization of Cultural Differences], edited by F. Bart. Moscow: Novoe izdatel'stvo.
- Brettell, C.B., and J.F. Hollifield, eds. 2000. *Migration Theory: Talking Across Discipline*. New York: Routledge.
- Denisenko, V.N. 2007. Rodnoi yazyk i etnos: komi i komi-permiaki [Native Language and Ethnicity: Komi and Komi-Permyaks]. In *Materialy XXXVI mezhdunarodnoi filologicheskoi konferentsii. 12–17 marta 2007 g. Vyp. 9, Uralistika* [Materials of the XXXVI International Philological Conference. March 12–17, 2007. Is. 9, Uralistics], 36–40. St. Petersburg: Filologicheskii fakul'tet Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Esman, M. 1994. *Ethnic Politics*. New York: Cornell University Press.
- Gellner, E. 1991. *Natsii i natsionalizm* [Nations and Nationalism]. Moscow: Progress.
- Kardinskaia, S.V. 2006. Etnichnost' v ideologicheskikh konstrukttsiakh udmurtskikh SMI [Ethnicity in the Ideological Constructions of the Udmurt Media]. *Sotsiologicheskie issledovaniia* 6: 54–60.
- Parekh, B. 2008. *A New Politics of Identity: Political Principles for an Independent World*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Park, R.E. 1928. Human Migration and the Marginal Man. *The American Journal of Sociology* 33 (6): 881–893.
- Parsons, T. 2000. *O strukture sotsial'nogo deistviia* [On Structure of Social Action]. Moscow: Akademicheskii Proekt.
- Rakner, L. 1996. Rational Choice and the Problems of Institutions: A Discussion of Rational Choice Institutionalism and Its application by Robert Bates. *Working Paper Chr. Michelsen Institute Development Studies and Human Rights Bergen Norway (Bergen)* 6.
- Razin, A. 1993. Udmurtskii etnos: problema formirovaniia patriotizma i internatsionalizma [Udmurt Ethnic Group: The Problem of the Formation of Patriotism and Internationalism]. In *Finno-ugorskie narody i Rossiia* [Finno-Ugric Peoples and Russia], edited by V. Kalabugin, 98–104. Tallinn: Institut Yaana Tynissona, 1994.
- Shabaev, Y.P. 2013. Kul'turnyi apokalipsis ili grazhdanskaia konsolidatsiia? [Cultural Apocalypse or Civil Consolidation?]. *Sotsiologicheskie issledovaniia* 3: 28–36.
- Shabaev, Y.P. 2019. *Upravlenie kul'turnym mnogoobraziem Rossii: opyt natsional'nykh respublik* [Managing Russia's Cultural Diversity: The Experience of the National Republics]. Moscow: Izdatel'stvo RGGU.

- Shabaev, Y.P. 2022. Gorodskie landshafty na evropeiskom severe i evoliutsiia gorodskikh soobshchestv (antropologicheskii ocherk) [Urban Landscapes in the European North and the Evolution of Urban Communities (An Anthropological Essay)]. In *Kul'turnoe nasledie i kul'turnye realii Evropeiskogo Severa: izuchenie, problemy, poiski* [Cultural Heritage and Cultural Realities of the European North: Study, Problems, Searches], edited by Y.P. Shabaev, 11–73. Syktyvkar.
- Shabaev, Y., and N. Mironova. 2020. Fenomen Udmurtii-2: molodezh' vs etnicheskii antreprenery [Phenomenon of Udmurtia-2: Youth vs Ethnic Entrepreneurs]. *Vo-prosy etnopolitiki* 1: 94–116.
- Shabaev, Y.P., and A.M. Charina. 2010. *Finno-ugorskii natsionalizm i grazhdanskaia konsolidatsiia v Rossii (etnopoliticheskii analiz)* [Finno-Ugric Nationalism and Civic Consolidation in Russia (Ethno-Political Analysis)]. St. Petersburg: SPb-GUSE.
- Shabaev, Y.P., et al. 2018. Yazykovaia politika i yazykovye orientatsii naseleniia v natsional'nykh respublikakh: konflikt interesov mezhdu gruppami ili nesovershenstvo kul'turnykh praktik [Language Policy and Linguistic Orientations of the Population in National Republics: Conflict of Interests between Groups or Imperfection of Cultural Practices]. *Voprosy filologii* 1: 62–74.
- Shabaev, Y.P., et al. 2021. *Molodezh' v politicheskom i kul'turnom prostranstve respublik s finno-ugorskim naseleniem: pozitsii, nastroyeniia, riski* [Youth in the Political and Cultural Space of the Republics with the Finno-Ugric Population: Positions, Moods, Risks]. Moscow: Izdatel'stvo RGGU.
- Smith, E. 2004. *Natsionalizm i modernizm. Kriticheskii obzor sovremennykh teorii natsii i natsionalizma* [Nationalism and Modernism: A Critical Review of Modern Theories of Nation and Nationalism]. Moscow: Praksis.
- Sztompka, P. 1996. *Sotsiologiia sotsial'nykh izmenenii* [Sociology of Social Change]. Moscow: Aspekt Press.
- Tishkov, V.A. 1993. Natsional'nosti i natsionalizm v postsovetском prostranstve (istoricheskii aspekt) [Nationalities and Nationalism in the Post-Soviet Space (Historical Aspect)]. In *Etnichnost' i vlast' v polietnichnykh gosudarstvakh: materialy mezhdunarodnoi konferentsii (25–27 yanvaria 1993 g.)* [Ethnicity and Power in Multi-Ethnic States: Materials of the International Conference (Jan. 25–27, 1993)], edited by V.A. Tishkov, 9–34. Moscow: Nauka.
- Tishkov, V.A., and Y.P. Shabaev. 2007. Finnougorskaia problema: otvet Evrosoiuzu [Finno-Ugric Problem: A Response to the European Union]. In *Issledovaniia po prikladnoi i neotlozhnoi etnologii* [Research in Applied and Urgent Ethnology], 196. Moscow: IEA RAN.
- Tishkov, V.A., V.S. Vorontsov, and V.V. Stepanov, eds. 2017. *Etnokul'turnoe sodержanie obrazovaniia, rossiiskaia identichnost' i grazhdanskoe soglasie v Privolzhskom federal'nom okruge. Ekspertnyi doklad* [Ethno-Cultural Content of Education, Russian Identity and Civil Harmony in the Volga Federal District: Expert Report]. Moscow; Orenburg; Izhevsk: Institut komp'iuternykh issledovaniia.
- Tsypanov, E.A. 2005. Leksicheskoe obnovenie v komi, udmurtskom i mariiskom yazykakh: obshchee i osobennoe [Lexical Renewal in the Komi, Udmurt and Mari Languages: General and Special]. In *Materialy III Vserossiiskoi konferentsii finno-ugrovedov (1–4 iuliia 2004 g., Syktyvkar)* [Materials of the III All-Russian Conference of Finno-Ugric Studies (July 1–4, 2004, Syktyvkar)], edited by A.A. Popov, 25–30. Syktyvkar: Izdatel'stvo Komi nauchnogo tsentra UrO RAN.

- Vorontsov, V.S., Y.P. Shabaev, V.D. Sharov, and N.V. Shilov. 2005. Finno-ugorskie narody Rossii: obshchee polozhenie, problemy i resheniia [Finno-Ugric Peoples of Russia: General Situation, Problems and Solutions]. In *Issledovaniia po prikladnoi i neotlozhnoi etnologii* [Research in Applied and Urgent Ethnology], 183, edited by V.A. Tishkov and Y.P. Shabaev. Moscow: IEA RAN.
- Zaloznaya, M., and T.P. Gerber. 2012. Migration as Social Movement: Voluntary Group Migration and the Crimean Tatar Repatriation. *Population and Development Review* 38 (2): 259–328.

In memoriam



Сергей Александрович Арутюнов

(01.07.1932–21.12.2023)

День зимнего солнцестояния 2023 г. для многих поделил время на “до” и “после”. Ушел из жизни Сергей Александрович Арутюнов. Вопрос — куда — остается открытым для человечества ровно столько, сколько человечество существует, однако Сергей Александрович своей жизнью и мыслью сделал эту тайну всех тайн для нас чуть более понятной.

Всей своей личностью он воплощал гармонию. В нем, как в симфонии, звучала полифония смыслов, идей, открытий, откровений, радости, мудрости, поэзии, обаяния — всего извечного и абсолютного. И главным сочетанием в этом аккорде была гармония интеллекта и нравственности, разума и достоинства. Сергея Александровича любили и уважали поколения его коллег, учеников, просто знакомые, и нет среди них ни единого, для кого бы он не был абсолютным авторитетом в области науки, примером всех человеческих добродетелей и в целом того, как надлежит распорядиться своей жизнью.

Он обладал феноменальным талантом говорить просто о сложном и шуткой обыграть исторические драмы цивилизации, от чего становилось как-то спокойно за цивилизацию. И трудно писать, не срываясь на пафос, и не хватает слов в словаре. И еще предстоит осознать, насколько нам будет не хватать слов без его речей.

В своей научной биографии Сергей Александрович особо выделяет период детства, когда закладывались основы интеллекта и характера, всего того, из чего развернется его почти календарный век. В детстве началась у него и взрослая жизнь. В 1944 г. умерла его мама и, оставшись в 12 лет с отцом-инвалидом на руках, он был вынужден пойти работать за ничтожный, но все же заработок. Испытания лишь закалили характер, и в 1950 г. он, закончив с серебряной медалью школу в родном Тбилиси, поступил в Московский институт востоковедения, который окончил досрочно. Сдав четвертый курс экстерном в 1954 г., он поступил в аспирантуру Института этнографии АН СССР, где и проработал почти 70 последующих лет.

Всего того, что сделал Сергей Александрович в науке, хватило бы на десяток полноценных профессорских биографий по качеству, не говоря уже о количестве. Его печатное наследие насчитывает 624 работы, в числе которых более двух десятков авторских монографий, охвативших историю и географию всего человечества (список трудов по состоянию на 2022 г. можно найти в книге: Баников К.Л. Инстинкт гармонии смыслов. М.: ИЭА РАН, 2022. С. 57–90). Востоковеды знают Сергея Александровича как востоковеда, кавказоведы — как кавказоведа, ссылки на его чукотские открытия стали обязательными для всех в мире работ по вопросам истории и этнографии арктических морских охотников, индологи обращались к опыту его полевых исследований в Индии, а для многих японистов путь в науку начинался с его исследований этногенеза японцев. И столь глубокими были его познания в каждой из этих областей, что многие коллеги-кавказоведы зачастую даже и не знают ничего о японоведческой или эскимологической сторонах его деятельности, равно как японисты, зная Сергея Александровича как человека, о котором еще в 1960-х годах японские газеты писали как о великом знатоке настоящей японской культуры, не догадываются о его вкладе в науку об Арктике или Кавказе, и, соответственно, исследователям культур Арктики Сергей Александрович известен как первооткрыватель древних культур Берингоморья. Впрочем, и сам он назвал свои чукотские экспедиции и сделанные в них с друзьями и коллегами открытия главной главой в своей “Книге Бытия”. Так и записал он о Китовой аллее в “Сибири, венке сонетов”, в этой поэтической биогеографии и лучшем стихотворении о Сибири вообще: “Как книги жизни главную главу, вас помнить буду я пока живу”. Да, Сергей Александрович был и прекрасным поэтом.

Как и подобает настоящему этнографу, главной главой своей научной жизни Сергей Александрович считал открытия, сделанные в поле, руками и лопатой. Однако его теоретические труды уже составляют пласт мировой науки и достояние человечества наряду с наследием Аристотеля, Гегеля, Броделя, Данилевского.

В 1989 г., в том самом, когда в Женеве, в ЦЕРНе Тим Бернерс-Ли изобрел интернет современного *www*-типа, Сергей Александрович, обобщив десятки своих наиболее важных статей и ряд лекционных курсов, опубликовал свой самый значимый на то время труд — “Народы и культуры: развитие и взаимодействие”. В нем он сформулировал ряд важнейших теоретических положений, легших в основу всех его исследований. В расширенном и дополненном виде он был опубликован на русском языке американским издательством *Edwin Mellen Press* под несколько видоизмененным названием — “Культуры, традиции и их развитие и взаимодействие”. Президиум Российской академии наук постановлением

от 13 сентября 2011 г. присудил за нее С.А. Арутюнову премию им. Н.Н. Миклухо-Маклая. В дальнейшем он подверг свой труд новой переработке. Обновленная книга увидела свет под названием “Силуэты этничности на цивилизационном фоне” (М.: ИНФРА-М., 2012).

В его информационной теории этноса обосновываются закономерность и необходимость появления этнических структур в локусах наибольшей концентрации генеральной совокупности информационных связей общества — как синхронных, так и диахронных. Плотность этой концентрации и ее структурная специфика и определяют параметры и черты своеобразия этноса, формирующегося и существующего в определенном локусе. В этом же труде описаны и сформулированы закономерности ротационных процессов усвоения инноваций и иноэтничных заимствований в традиционной культуре этноса, взаимоотношения инновационных и традиционных черт в ней, состояние сбалансированного полиморфизма как в условиях гомеостаза, так и во времена интенсивной эволюции, в ситуации билингвизма и бикультурализма и ряд других ключевых категорий, важных для понимания хода этнокультурных процессов. Идея о том, что социальные и биологические организмы являют собой воплощенные информационные поля, в 1980-х даже иным мэтрам антропологии показалась слишком фантастичной, но наши современники доказывают ее на практике ежеминутно, конвертируя информацию в социальность посредством своих смартфонов. И Сергей Александрович, предсказав то, чему на момент предсказания и названия не было, увидел все это своими глазами. Но, увидев, в руки не взял, назвав гаджет “харамом”. Предсказав и описав кумулятивный кризис современной цивилизации, он дожид до его острой фазы и разглядывал мир, как химик — пробирку, с чувством профессионального удовлетворения, хотя и с тревогой за то будущее, в котором предстоит жить его правнукам.

Особое место в его жизни занимали преподавательская работа и культурно-просветительская деятельность. До 1991 г. Сергей Александрович читал лекции и спецкурсы в разных вузах СССР, а также выезжал с ними за рубеж для чтения в университетах Берна и Кембриджа. Международным конгрессам и конференциям с его участием нет числа. С 1966 по 2012 г. он читал лекционные курсы в МГУ преимущественно по истории материальной культуры и этнолингвистике. С 1970 и по 2005 г. ежегодно читал циклы лекций по самым разным проблемам этнографии и древней истории в Ереванском государственном университете и других вузах Армении.

В период с 1992 по 2000 г. ежегодно вел семестровые курсы, в основном по этнографии и этнополитологии России и стран СНГ в ряде американских университетов: Питтсбургском, Джоржтаунском, Брауна (в Провиденсе, Род-Айленд), Стэнфорде, Калифорнийском (Беркли и Ирвайн), Аризонском (Темпе), Аляски (Фэрбэнкс и Анкоридж), а также в университете Хоккайдо (Япония).

В 1990 г. он стал членом-корреспондентом Российской академии наук, а в 2009 г. был избран иностранным членом Национальной академии наук Республики Армения. При этом к собственным официальным статусам, титулам, регалиям Сергей Александрович всегда относился с присущим ему юмором, и это свое ироничное отношение к своим академическим обязанностям он запечатлел в избранном им японском псевдониме “Гусаба” (т.е. “влекущий колесницу глупости”), ставшим названием его последней книги (См.: Gusaba. Влекущий колесницу глупости. М.: ПОЛИМЕДИА, 2023).

Понимая причины исторических явлений и закономерности когнитивных процессов, он с легкой иронией смотрел на новомодные увлечения “детскими играми разума” вроде постмодернизма, опираясь на фундаментальную объективность истины. При этом “изобличениями” оппонентов не занимался и вообще взирал на суету сует согласно максиме Данте: “Следуй своим путем и предоставь людям говорить все что угодно”.

В мировой науке Сергей Александрович остался последним ученым-энциклопедистом, в равной мере сведущим и в гуманитарных, и в естественных науках. Он высказался однажды о феномене Леонардо да Винчи: “Ну, Леонардо... Он к ним вообще из нашего времени провалился”. Но сам он при этом словно непосредственно из эпохи Возрождения возник в нашем времени; столь безмерным и многогранным был его талант буквально во всем, чего касался его разум, вмещающий в себя Мироздание. К нему не применимо современное понятие “интеллектуал”, но органично звучит вневременное — мудрец.

Умом это понятно: дай Бог каждому прожить такую — и по качеству, и по количеству времени — жизнь. Но именно поэтому с ним ушло все то, что казалось тектонически фундаментальным и вечным. И никуда нам здесь, на Земле, не деться от этого ощущения разверзшейся пустоты.

Уходя, в разделе “О жизни и душе” своей последней книги — книги воспоминаний — он оставил нам на прощание несколько страниц размышлений о сущности этой великой пустоты, Шуньяты, лежащей в основе всего, а также о том, что нам с этой пустотой делать. Помнить.

Сергей Александрович всегда, всю жизнь, до самых последних дней вспоминал своих учителей. И его будут помнить, пока живы, сотни коллег и учеников. Поэтому смерти нет. Учителя не умирают. Они просто становятся нами.

К.Л. Банников