

С. А. Добрецова

<https://orcid.org/0000-0003-0387-3192>**Вятское как феномен массовой культуры в провинции**

Выполнено по гранту Российского Научного Фонда 14–18–01833–II

В статье рассматривается феномен массовой культуры в провинции на примере социокультурного опыта села Вятского, принадлежность которого к сфере массовой культуры рассмотрена по следующему алгоритму: название и самоназвание села, эмблема и структура комплекса (застройка, природный ландшафт, музейные объекты). Изученные детали (название, самоназвание, эмблема) касаются контекста существования Вятского как феномена массовой культуры (опирающегося на экономические и социально-психологические признаки бизнес-проекта). Непосредственно текст Вятского как феномена массовой культуры определен, с точки зрения автора, следующими элементами: застройка Вятского как села (обитаемого обычными жителями ареала), природный ландшафт и совокупность музеев и «музееобразных» объектов. Автор статьи отмечает парадоксальность массовой культуры в провинции, поскольку, с одной стороны, провинция всегда выступает как некий резервный фонд отечественной культуры, и на протяжении длительного времени творцы из провинции оказывались уникальными в своем роде создателями артефактов культуры. С другой стороны, существуя в парадигме массовой культуры, провинциальная культура не может не подчиняться ее законам: – простоте, доступности, «приятности», претензии на элитарность. Следовательно исследование тех или иных феноменов массовой культуры в провинции приобретает актуальность в условиях современной культурной ситуации. Вятское – это попытка создания аутентичного историко-культурного комплекса, с претензией на оригинальность, с лежащей в основе посещения большинства «музееподобных» объектов беглостью, поверхностностью, потребительским отношением. Вятское возможно рассматривать как подлинную музейную среду, но для публики желающей потребительства (как процесса), поскольку ничего кроме денег оставить в историко-культурном комплексе невозможно: ни души, ни фотографий. Это, безусловно, феномен массовой культуры, поскольку «создание «однородного мира», без вариантов и отклонений, – это благо, заслуга и вина массовой культуры; здесь человек «уютно огражден от волнений и рискованных соблазнов мечты».

Ключевые слова: массовая культура, провинция, музей, артефакт, доступность, простота, потребительство, историко-культурный комплекс, «музееподобный» объект.

S. A. Dobretsova

**Vyatskoe as a Phenomenon of Popular Culture in the Province**

The article considers a phenomenon of popular culture in the province on the example of village Vyatskoe socio-cultural experience. Belonging of Vyatskoe to a mass cultural sphere is viewed on the next algorithm: a name, a self-designation, an emblem and a structure of complex: a building, nature landscape, and museum objects. The explored details (a name, self-designation, emblem) concern the context of Vyatskoe existence as a phenomenon of popular culture (basing on economic and social-psychological elements of business project). The text of Vyatskoe as a phenomenon of popular culture is defined, in the author's view, by the next elements: building of Vyatskoe as a village (inhabited by ordinary population of range), nature landscape and an aggregate of museum and «museumlike» objects. The author of the article notices a paradoxical feature in the province, as long as, on the one hand, the province always appears as a reserve fund of the native culture and during a long time provincial creators have been staying unique persons who have been making artifacts of culture. On the other hand, existed in the paradigm of popular culture, the province is bound to its rules: simplicity, accessibility, «pleasantness», a claim to elitism. Consequently, the research of popular culture phenomena in the province acquires an actual continuity in conditions of a contemporary cultural situation. Vyatskoe is an attempt to create a historical-cultural complex with a claim to originality with superficiality, exteriority, a consumer's attitude underlying in visiting of many «museumlike» objects. Vyatskoe can be considered as a pure museum sphere but only for the community wished consumerism (as a process) as far as you can not leave nothing but money in the historical-cultural complex: neither soul nor photos. Certainly it is a phenomenon of popular culture as then «making a «homogeneous world» without possible options and fluctuations is a benefit, a merit and guilt of popular culture. A person is «a cozy barrier from troubles and risk temptations of dream».

Keywords: popular culture, province, museum, artifact, simplicity, accessibility, consumerism, historical-cultural complex, «museumlike» objects.

Массовая культура в провинции представляет собой весьма парадоксальное явление, потому что, с одной стороны, провинция всегда выступа-

ет как некий резервный фонд отечественной культуры [2, с. 108], и на протяжении длительного времени творцы из провинции оказывались

уникальными в своем роде создателями артефактов культуры. С другой стороны, существуя в парадигме массовой культуры, мы не можем не подчиняться ее законам: простоте, доступности, «приятности», претензии на элитарность. В связи с этим исследование тех или иных феноменов массовой культуры в провинции приобретает актуальность в условиях современной культурной ситуации. В данном отношении любопытен социокультурный опыт села Вятского, принадлежность которого к сфере массовой культуры будет нами рассмотрена по следующему алгоритму: название и самоназвание села, эмблема, и структура комплекса (застройка, природный ландшафт, музейные объекты).

В массовой культуре существует тенденция к составлению разного рода рейтингов, определенных сводок о «самых-самых», от вполне традиционных («Лучшие детективные сериалы», «Топ лучших книг всех времен», «Лучшие университеты мира») до абсолютно абсурдных («10 самых умных собак в мире», «Топ 10 лучших велосипедов»). В 2015 г. Ассоциацией «Самые красивые деревни России», которая представляет собой объединение сельских населенных пунктов, обладающих историко-культурным и природным наследием, был составлен рейтинг самых красивых деревень России, и возглавило этот рейтинг село Вятское, находящееся на территории Некрасовского муниципального района Ярославской области. Необходимо отметить, что особо подчеркивается: населенный пункт (деревня, село, аул, станица и т. д.), входящий в рейтинг, должен быть «живым» (не музеефицированным) [6]. Более того, идентичный союз деревень, с которого взят пример в данном случае и с которым Ассоциация находится в тесном сотрудничестве, существует во Франции. В 2016 г. село Вятское было внесено в Путеводитель самых красивых деревень России.

Весьма любопытной выглядит деталь, связанная с определением административной характеристики Вятского: в большинстве случаев встречается наименование «село», тем не менее, населенный пункт входит в рейтинг «Самых красивых деревень» (*курсив мой. – С. Д.*). Причем разница между селом и деревней в историко-культурном отношении весьма значительна, поскольку наименование села обычно присваивалось населенным пунктам, имеющим на своей территории церковь как следствие наличия прихода (в Вятском, как известно, церквей две – в центре села Церковь Воскресения Христова 1750 г. и напротив, через реку Успенку, – Храм Успения Божьей Матери,

1780 г.). Церковь выполняла административные функции – хранила запись о рождении, крещении, регистрации брака, смерти, а следовательно, придавала населенному пункту и статус самостоятельной административной единицы, в отличие от деревни. Данная деталь в контексте нашего исследования приобретает весьма любопытную трактовку: по всей видимости, желание и возможности вписать село Вятское в список самых красивых деревень России является определенного рода маркетинговым ходом, необходимым для привлечения массового зрителя (туриста), который с большим любопытством посетит «Самую красивую деревню России». Более того, на сайте существует еще одно наименование «*Историко-культурный комплекс “Вятское” имени Е. А. Анкудиновой*», которая была директором музея с 2010 по 2012 г. и после ее смерти в 2015 г. Вятскому было присвоено ее имя.

Пояснения требует значимая в контексте нашего исследования деталь, связанная с самоназванием села Вятского как «*историко-культурного комплекса*». Разница между селом как местом жительства и историко-культурным комплексом как определенным бизнес-проектом, где удачно сочетаются местоположение и небольшой формат населенного пункта, тяготеющий к европейскому, весьма значительна. Следовательно, село – населенный пункт, а историко-культурный комплекс – социокультурный феномен, сформированный в результате осуществления успешного бизнес-проекта, учитывающего потребности массового посетителя. Более того, установить, когда и при каких условиях возникло название «историко-культурный комплекс», не представляется возможным, по всей видимости, возникает оно спонтанно и с течением времени активно употребляется в буклетах, посвященных Вятскому, и на сайте комплекса. Мы также можем подчеркнуть деталь, не свойственную российской культурной традиции, – историко-культурный комплекс поглотил собой село в репутационном плане и в пространственном отношении.

Таким образом, разноразличных названий Вятского – от *села* до *историко-культурного комплекса* – определяет его полифункциональность: мы можем говорить не только о Вятском как о месте жительства (село и деревня), но и как о комплексе, призванном сохранять историко-культурное наследие.

Внимание привлекают присутствующие в местной прессе наименования Вятского, которые отражают самопрезентацию села. Нам удалось обнаружить метафоричные названия: «Неизвест-

ная Россия или Россия, которой нет», «Россия, которую мы потеряли», «Роль совести в истории села Вятское», которые стараются подчеркнуть уникальность данного культурного феномена, а в контексте массовой культуры – эксклюзивность предлагаемого продукта. Уникальность, кстати, подчеркивается и в путеводителе «Прогулки по Вятскому»: «исследователи творчества Некрасова предполагают, что в поэме “Кому на Руси жить хорошо...” прототипом села Кузьминского считают село Вятское» [7, с. 30]. Вторая группа названий подчеркивает связь провинциального села со столицами: «Село, которое хотело стать городом», «маленький Петербург», «огуречная столица». Весьма забавным выглядит замечание в путеводителе касаясь вятских огурцов: «В XXI в. вятские огурцы заняли достойную нишу в продвижении бренда Вятского как исторического села» [7, с. 61]. Следовательно, к уже выделенным нами понятиям (*село, деревня, историко-культурный комплекс*) добавилось еще *историческое село*. Более того, используемое автором путеводителя слово «бренд» полностью вписывает Вятское в парадигму массовой культуры как продукт, раскрученную торговую марку.

Необходимо отметить также ряд наград, полученных населенным пунктом, или рейтингов, в которые Вятское входит, что всячески подчеркивается (на сайте историко-культурного комплекса). В 2015 г. Государственную премию Российской Федерации в области науки и искусства получили Олег Жаров, Елена Анкудинова и Николай Мухин «за вклад в возрождение и развитие традиционных культурных и исторических ценностей». Помимо упомянутой выше Анкудиновой, также Олега Жарова – ярославского бизнесмена, которого в контексте массовой культуры называют меценатом, а также Николая Мухина – народного художника России, занимавшегося восстановлением и росписью фронтона часовни и купели в селе, вообще восстановление Вятского подчеркнуто связывается и публично соотносится с частной инициативой. Этот факт в истории русской провинции в общем скорее типичен, нежели уникален. Так, например, зарождением и развитием художественного образования город Ярославль обязан опять же частному лицу – Петру Александровичу Романовскому, который в начале XX в. открыл в городе частную художественную школу, как и первый общедоступный художественный музей им. А. Н. Радищева, открывшийся в Саратове в 1885 г. усилиями А. П. Боголюбова.

Продолжая рассмотрение того, насколько широко и в каком контексте присутствует в отечественном культурном поле недавно ставшее феноменом массовой культуры село Вятское, помимо указанных рейтингов и номинаций мы также обнаружили, что Вятское является обладателем Гран-При международного фестиваля «Интермузей-2015». Правда, об этом на сайте комплекса лишь небольшая заметка и фотография полученной грамоты. Необходимо отметить, что формулировка сходна с указанной выше: «за реализацию потенциала культурного наследия в развитии региона» [3].

Таким образом, существенной становится попытка включения обыденных ареалов провинции в круг культурных ценностей посредством использования следующих приемов массовой культуры. Во-первых, акцент как самих создателей историко-архитектурного комплекса, так и оргкомитетов государственных премий и фестивалей на традиционности, историчности и региональной значимости (а прежде того принадлежности) комплекса. Более того, мы отмечаем, что речь всегда идет не просто о населенном пункте (Вятском), а о своеобразном культурном феномене (селе Вятском), еще раз подчеркивая трогательную культурную атмосферу и традиционные русские ценности. Во-вторых, демонстрация наличия перечисленных рейтингов и премий является, на наш взгляд, маркетинговым ходом по привлечению массового посетителя или, коль скоро речь идет о массовой культуре, потребителя.

Помимо названия и самоназвания села, в качестве репрезентации Вятского как феномена массовой культуры, существенной деталью, связанной с привлечением массового зрителя (потребителя), является эмблема села: погрудное живописное (на сайте, на меню в ресторане) или скульптурное (в музее) изображение вятского мужика, с веселым, можно сказать, разудалым взглядом, широко открывшего рот, обнажившего зубы и, по всей видимости, хохочущего. Одежду вятского жителя в деталях рассмотреть не представляется возможным в силу особенностей изображения, однако скульптура позволяет определить, что кафтан оторочен мехом, борода и усы подстрижены и вообще мужчина выглядит зажиточным и довольным. Создатель скульптуры вятского мужика – Всеволод Алаев из Тутаева, особо подчеркивается его непосредственное отношение к Ярославскому региону (г. Тутаев); скульптор предложил собирательный образ вятских крестьян, «выведших сермяжную Россию на пусть народного предприниматель-

ства» [7, с. 27]. Образ получается универсальным и конвертируемым, поскольку массовым зрителем может восприниматься и как предприниматель, и как житель села, и как гостеприимный хозяин, поэтому фигурирует и в Музее русской предприимчивости, и в ресторане-музее.

В Музее русской предприимчивости, которым особенно гордятся основатели историко-культурного комплекса Вятское (из 160 страниц путеводителя «Прогулки по Вятскому» ему посвящено более 70), в первом же зале посетители обращают внимание на «хозяина этой земли» [7, с. 27]. Такое наименование («хозяин земли»), с нашей точки зрения, является не просто смелым и прямолинейным, но откровенно саморекламным по отношению к скромным в социально-экономическом плане жителям рядового российского населенного пункта.

Исходя из вышесказанного, мы можем признать, что визуализация выступает как необходимая особенность массовой культуры, более того – в качестве объекта визуализации выбрана не материальная среда, в целом не отличающаяся специфичностью, и не облик реального человека (как в случае с Федором Волковым, Николаем Некрасовым или Ярославом Мудрым, памятники которым присутствуют в пространстве города Ярославля), а собирательный образ веселого, сытого, «среднерусского» мужика. Мы также можем констатировать экстраполяцию образа расторопного ярославского мужика, который вряд ли идентифицирован создателями комплекса, на вятский материал.

Следовательно, эмблема села Вятского являет собой формальное, не направленное на создание индивидуально детерминированного представления о региональных ценностях использование визуальных решений, касающихся не крестьянства, а купечества, что в контексте массовой культуры вполне объяснимо, поскольку отсутствие деталей, приблизительность, а подчас и лукавство являются характерными ее чертами.

Изученные нами детали (название, самоназвание, эмблема) касаются *контекста* существования Вятского как феномена массовой культуры (непосредственно опирающегося на экономические и социально-психологические признаки бизнес-проекта). Непосредственно *текст* Вятского как феномена массовой культуры определен, с нашей точки зрения, следующими элементами: застройка Вятского как села (населяемого обычными жителями ареала), природный ландшафт и

совокупность музеев и «музееобразных» объектов.

В основе уличной застройки, существовавшей на территории Вятского ранее и использованной для нужд музейного комплекса, лежит принцип ансамбля или «непрерывная фасада», куда входит, прежде всего, Первомайская улица (бывший Урлов посад). Помимо Первомайской улицы, мы также можем назвать улицу Давыдковскую, первую (от русла реки и получившую название) набережную (закрывает центр Вятского, визуально ограничивая торговую площадь), вторую (соответственно) набережную (поднимается над первой, как театральная декорация, зеркально ее отображая, ставя заключительный аккорд в общем ансамбле), где упор делается на городской тип застройки с домами торгово-промышленного типа [7, с. 140]. Четко ограниченное постройками пространство задает размер.

Отдельного упоминания заслуживает ресторан, расположенный в селе, на меню которого изображен уже упомянутый нами вятский мужичок. Здание располагается в бывшем трактирном заведении Телушкиных и в русле традиций представляет посетителям русскую кухню. Хозяева делают упор на историчности и здания, и культуры приема пищи, упоминая, что трактиров в Вятском в начале XX в. было семь. Меню представлено на сайте и имеет четыре категории: основное, комплексное, детское и летнее. Они идентичны по большей части и содержат блюда, условно приписываемые массовым сознанием русской кухне: борщ, солянка, уха, блины. Отдельно отметим «местные» блюда, которые в меню так и называются: капуста по-вятски, говядина по-вятски, боярский салат с Ухтомки, сельский салат, крем-суп по-закобякински (Закобякино – деревня на территории Ярославской области, находящаяся в 40 км от Вятского). Весьма существенная деталь относится к меню – рядом с наиболее дорогими блюдами указаны их «знаменитые» любители: Валентина Терешкова, Никас Сафронов, Дмитрий Миронов, Николай Мухин, Вениамин Смехов, Александр Петров, Наталья Бестемьянова и даже митрополит Пантелеймон. Мы расцениваем данный ход как коммерчески детерминированный и, скорее всего, маркетингово успешный. Если не знаешь, что выбрать, посмотри, что любят известные и медийные посетители ресторана, с одной стороны. С другой – раз известные люди посещают ресторан, значит, он действительно достойный.

Выявленные нами особенности подчеркивают коммерциализацию Вятского как историко-



культурного комплекса, ведь, говоря о массовой культуре, мы, обращаясь к словам Б. Брехта, говорим о «понятиях «сбыт», «товар», «продажа», «продавец», а также о способности «хорошего пропагандиста, продавая, «выдать селедку за щуку» [4, с. 17].

Естественно, что существенным элементом историко-культурного комплекса являются музеи и «музееобразные объекты», которых на территории села, учитывая весьма небольшую площадь, большое количество: одиннадцать на территории самого села и еще один – музей современного искусства «Дом муз» находится в Ярославле, но входит в состав комплекса. Факт принадлежности музея современного искусства историко-архитектурному комплексу, создатели которого делают упор на традицию и историчность, выглядит весьма спорным и в настоящей работе не обсуждается в силу удаленности от Вятского.

Рассмотренные нами музеи, находящиеся на территории Вятского, в целом реализуют своей деятельностью ключевые особенности масскультуры: «дешевизна, комфортабельность, плоскостность, сниженность и отсутствие стиля. Но среди этих характеристик особо следует выделить «доступность» [5, с. 9]. Более того, мы можем отметить и своего рода «всеядность», поскольку в Вятском хотят объять необъятное, и быт, и технические новинки, и устроить концертную площадку, и отразить религиозную проблематику. Мы также можем констатировать отсутствие обоснованной научной парадигмы музейно-выставочной деятельности: в основе собрания подавляющего большинства музеев лежит либо экскурсионистский подход, либо случайность. Экспозиционная работа не ведется по единому принципу, поскольку функция музея заключается в том, чтобы не просто предъявить отреставрированные помещения и артефакты, но и реализовать профессиональный алгоритм работы, а также осуществлять научную деятельность. Следовательно, Вятское как историко-культурный комплекс существует в расчете на однократное посещение неопитами или случайной аудиторией, поскольку не подразумевает ни детального рассматривания, ни полноценного погружения в быт и в национальные традиции.

Уже упомянутый нами *Музей русской предприимчивости* располагается в историческом здании, где раньше находилась аптека Натана Лейтина. В путеводителе, на наш взгляд, достаточно просто и при этом цинично отражена основная особенность данного музея, отмечающая, что

сельские музеи очень часто грешат дилетантизмом, представляя собой набор «самоваров да утюгов», чем «чердаки и подвалы богаты» [7, с. 24]. Осмотрев экспозицию, мы отмечаем этот «синдром сельского музея», поскольку экспозиция и представляет собой набор предметов, к предприимчивости, а тем более к русской, относящихся слабо. Мы можем предположить, что повышенное внимание именно к данному музею со стороны организаторов объясняется действительно богатой и интересной коллекцией артефактов, хотя нельзя не заметить: общей тематикой предприимчивости эти артефакты никак между собой не связаны. Нам удалось обнаружить в экспозиции четыре неравные по объему части.

К первой можно отнести предметы быта, элементы культуры повседневности, которые не могут быть отнесены хронологически к одному историческому периоду. Здесь мы обнаруживаем фотографии жителей села начала XX в. (учительницы высшего начального училища, отходников), декорированный водосток, чемоданы крестьян-отходников, часы конца XIX – начала XX в., отвертки, подставки, каски пожарных, пожарные насосы начала XX в., переносной сундучок для хрусталя, кассовый аппарат конца XIX в., табельные часы, гильотинные ножницы, пресс для выпрямления и сгибания деталей XIX в. Время изготовления, а самое главное – использования, остальных предметов на памятке рядом с ними не указано.

Вторую группу образуют музыкальные инструменты (в путеводителе указанные как «музыка времени»): фонографы, музыкальные шкатулки, граммофоны, патефоны, шарманки, фисгармонии, симфонионы, механический орган. Весьма любопытной становится некая «интертекстуальная» деталь: составитель путеводителя называет феномен культуры, которому Вятское соответствует непосредственно: «А вскоре дорогой эбонит был заменен дешевым шеллаком. Это был фантастический прорыв в утверждении принципов взаимоотношения поставщиков и потребителей массовой культуры: дешевизна, крупнотиражность и материальная заинтересованность исполнителей» [7, с. 49].

К третьей группе можно отнести все артефакты, связанные с сельским хозяйством и промыслами: картофелемялки и картофелетерки, на отдельном стенде расположены... кирпичи.

К четвертой группе предметов, которая экспонируется в мансардной части здания, относятся те, что посвящены жизни и деятельности митрополита Симона.

Таким образом, Музей русской предприимчивости слабо оправдывает свое название, поскольку объединяет в экспозиции артефакты, вообще не относящиеся к понятию предприимчивости: церковную утварь, парты, музыкальные инструменты и т. д. К большому сожалению, он как раз и демонстрирует ту самую особенность, от которой создатели музея всячески отрешиваются: объединено и выставлено то, что было найдено на чердаках и в подвалах жителей села.

Концептуально более отчетливым и потому убедительным, на наш взгляд, выглядит музей «*Страницы истории печатного дела*». Несмотря на достаточно заштампованное название «страницы истории», он объединяет экспонаты, непосредственно относящиеся к книгопечатанию: демонстрируются разного рода станки, воссоздается обстановка мастерской Ивана Федорова и Шонебека – основоположников книгопечатания на Руси и в мире. Необходимо отметить существенную деталь: данный музей предлагает интерактивную программу и мастер-класс для детей, в ходе которого посетители могут создать монотипию, гравюру на картоне, офорт на линолеуме, линогравюру.

Следует подчеркнуть, что принципы необременительности, необязательности, развлекательности, рекреационной расслабленности, характерные для массовой культуры, реализуются здесь в полной мере. Ведь, когда речь идет о музее как социокультурном институте, мы предполагаем серьезность, подготовленность, дисциплинированность посетителей, от которых требуется внимание и определенное умственное усилие. Здесь же по законам жанра массовой культуры мы констатируем обратные характеристики, ведь «мотив полезности закрепляется в качестве центрального при определении круга целеполаганий массового сознания» [4, с. 17].

Необходимо отметить, что в каждом музее обязательно указывается продолжительность экскурсии: так, например, в Музее возвращенной святыни, посвященном одному экспонату – Евангелию XVIII в., утерянному в годы революции и возвращенному селу, она составляет 20 минут; в Музее русской предприимчивости – 1 час 20 минут, в Музее печатного дела – 50 минут и т. д. Все эти технические подробности создают впечатление о предложении некоего, к примеру, туристического

продукта, время потребления которого прагматично и потому достаточно четко определено. Что опять же к музейной практике имеет весьма косвенное отношение, поскольку культура представляет собой синергетически организованный континуум, а потому культуросообразная деятельность, протекающая во время посещения музея, индивидуальна, а длительность пребывания в культурном поле каждый посетитель определяет для себя самостоятельно.

Вот почему вопросы также возникают к правомерности и концептуальности употребления слова «музей» в отношении некоторых уже рассмотренных нами экспозиций, коллекций либо подборок артефактов.

Наиболее близким к музею как к социокультурному учреждению, о котором стоит упомянуть отдельно, мы отнесли музей, носящий название «*Детский мир*», абсолютно идентичный магазину детских игрушек, который, тем не менее, представляет собой, с нашей точки зрения, весьма любопытное явление. В музее собрана авторская коллекция детской игрушки И. Л. Бусевой-Давыдовой, известного искусствоведа, специалиста по древнерусскому искусству и человека, беззаветно любящего Ярославскую область; коллекция могла бы, при правильной организации музейного пространства, представлять одно из лучших собраний села. В настоящее время куклы располагаются в стеклянных шкафах, очень близко и тесно друг к другу, некоторые экземпляры даже «поддерживают» своих «соседей» плечом или рукой, тематически коллекция не оформлена и принцип организации выставочного пространства остается нечетким. Непосредственного контакта с экспонатами в музее не подразумевается, интерактивной программы, основанной на данной коллекции, также не разработано. Как следствие, и время посещения музея определено как 20 минут.

Разнородные по набору артефактов и по тематике, но заявленные как музей-дома и экспозиции в Вятском мы считаем логичным назвать «быстрыми», то есть не подразумевающими вдумчивого посещения, углубленного осмысления и тонкого восприятия музейных артефактов. Мы можем также провести параллель с системой «быстрого питания», где нет ничего вредного, но отсутствует возможность глубокого постижения – что еды, что познаний или впечатлений. Весьма характерный «быстрый» музей – «*Номера купцов братьев Урловых*»: время посещения – 15 минут, для фотографирования в интерьерах и (что является уже

привычным маскультовским аттракционом) в костюмах конца XIX – начала XX в. Заметим, что рядом со ставшими классическими музеями-квартирами или музеями-усадебными создаются и подобные музеи, где более или менее точно воспроизводится быт определенных социально-демографических или этнических групп. Промежуточное положение между музейной «классикой» и «маскультом» заняли музеи-усадебные либо музеи-квартиры известных персон, жизнь которых представлена именно в бытовой «оптике»: в Плесе таковы жилые комнаты Исаака Левитана, в Самаре – Алексея Толстого, в Ясной Поляне – Льва Толстого, в Щельково – Александра Островского; однако там, в отличие от ярославского/вятского варианта, не то что сидеть и фотографироваться, а даже близко подходить к экспонатам нельзя, поскольку они огорожены шнурами, что располагает к созерцанию со стороны и подразумевает вдумчивое восприятие, речь о котором и шла выше. В вятских же музеях, тяготеющих к массовой культуре, предлагается и сфотографироваться, и буквально прикоснуться к аутентичным эпохе экспонатам.

Особого внимания в контексте репрезентации Вятского не просто как типичного русского села, но как оплота старообрядчества, которым село стало со второй половины XIX в. в силу своего труднодоступного географического положения, где священнослужители находили удобное место жительства, заслуживает сформированный в эклектичной маскультовской парадигме *Музей ангелов*. Здесь, наряду с иконописными и ортодоксальными иконографическими вариантами, присутствуют светские, игровые и игривые. Немало их, как известно публике, привозили лично О. Жарову его друзья и знакомые из различных поездок – это обычная сувенирная продукция. Более того, большой вопрос возникает к следующему заявлению, которое находим на сайте музея: «В музее обитают исключительно ангелы. Разные – и не только белые и пушистые. Стайки ангельских созданий словно спустились с небес» [3]. Реплика по меньшей мере выглядит странно, а по большей – богохульством, особенно в контексте старообрядчества, в силу того, что ангел как Божий вестник представляется в Библии как святой персонаж, следовательно, бытовое «белый и пушистый» в данном случае некорректно; кроме того, в реплике («не только... белые и пушистые») содержится намек на сотрудников и организаторов музея, возможно, и на посетителей. Откровенный и при этом достаточно бестактный PR – налицо.

Помимо музеев, в состав комплекса входят художественные выставки «Послесловие. Русская икона галантного столетия», с претензией на элитарность, поскольку малое количество посетителей знают, что галантным в истории русской культуры признан век XVIII, а также художественные выставки разного рода, направленности, жанра. Внятной (содержащей информацию о художниках, составе выставок, жанровой характеристике) афиши на сайте историко-культурного комплекса нам обнаружить не удалось. Афиша содержит информацию о творческих встречах, проводимых в Вятском: с фигуристами Андреем Букиным и Натальей Бестемьяновой, с актером Евгением Князевым.

Исходя из вышесказанного, мы определяем село Вятское как феномен массовой культуры в провинции. Вятское – это попытка создания аутентичного историко-культурного комплекса, с претензией на оригинальность, с лежащей в основе посещения большинства «музееподобных» объектов беглостью, поверхностностью, потребительским отношением. Вятское возможно рассматривать как подлинную музейную среду для публики, желающей потребительства (как процесса). Это, безусловно, феномен массовой культуры, поскольку «создание «однородного мира», без вариантов и отклонений, – это благо, заслуга и вина массовой культуры; здесь человек «уютно огражден от волнений и рискованных соблазнов мечты» [4, с. 16].

#### Библиографический список

1. Добрецова, С. А. Репрезентация портретного жанра в творчестве ярославских художников [Текст] / С. А. Добрецова // Филология и культура. – 2014. – № 4. – С. 261–265.
2. Злотникова, Т. С. Человек. Хронотоп. Культура: Введение в культурологию [Текст] : учебное пособие / Т. С. Злотникова. – Издание 3-е, дополненное и переработанное. – Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2011. – 332 с.
3. Историко-культурный комплекс Вятское имени Е. А. Анкудиновой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://вятское-село.рф/> (дата обращения 09.04.2018)
4. Коды массовой культуры: российский дискурс [Текст] : монография / под. науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной. – Ярославль : РИО ЯГПУ, 2015. – 240 с.
5. Российский дискурс массовой культуры: эстетические практики и художественный образ [Текст] : учебное пособие по курсу «Эстетика и теория искусства» / под науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной. – Ярославль : РИО ЯГПУ, 2015. – 227 с.

6. Самые красивые деревни России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://krasaderevni.ru/> (дата обращения 09.04.2018)

7. Смарагдова, М. П. Прогулки по Вятскому [Текст]: путеводитель / П. М. Смарагдова. – Ярославль: ООО Издательский дом «Ярослав Мудрый», 2010. – 160 с.

#### **Bibliograficheskiy spisok**

1. Dobrecova, S. A. Rerezentacija portretnogo zhanra v tvorčestve jaroslavskih hudožnikov [Текст] / S. A. Dobrecova // Filologija i kul'tura. – 2014. – № 4. – S. 261–265.

2. Zlotnikova, T. S. Chelovek. Hronotop. Kul'tura: Vvedenie v kul'turologiju [Текст]: uchebnoe posobie / T. S. Zlotnikova. – Izdanie 3-e, dopolnennoe i pererabotannoe. – Jaroslavl': Izd-vo JaGPU, 2011. – 332 s.

3. Istoriko-kul'turnyj kompleks Vjatskoe imeni E. A. Ankudinovoj [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://vjatskoe-selo.rf/> (data obrashhenija 09.04.2018)

4. Kody massovoj kul'tury: rossijskij diskurs [Текст]: monografija / pod. nauch. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov. – Jaroslavl': RIO JaGPU, 2015. – 240 s.

5. Rossijskij diskurs massovoj kul'tury: jesteticheskie praktiki i hudožestvennyj obraz [Текст]: uchebnoe posobie po kursu «Jestetika i teorija iskusstva» / pod nauchn. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov. – Jaroslavl': RIO JaGPU, 2015. – 227 s.

6. Samye krasivye derevni Rossii [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://krasaderevni.ru/> (data obrashhenija 09.04.2018)

7. Smaragdova, M. P. Progulki po Vjatskomu [Текст]: putevoditel' / P. M. Smaragdova. – Jaroslavl': ООО Izdateľskij dom «Jaroslav Mudryj», 2010. – 160 s.

#### **Reference List**

1. Dobretsova S. A. Representation of a portrait genre in Jaroslavl artist' creativity / S. A. Dobretsova // Philology and Culture. – 2014. – № 4. – P. 261–265.

2. Zlotnikova T. S. Man. Chronotope. Culture: Introduction to cultural science: manual / T. S. Zlotnikova. – The edition 3rd added and overworked. – Jaroslavl: YSPU Publishing House, 2011. – 332 p.

3. Historical and cultural complex Vyatka named after E. A. Ankudinova [An electronic resource]. – Access mode: <http://вятское-село.рф/> (access date 09.04.2018)

4. Codes of popular culture: Russian discourse: the monograph / under scientific editorship of T. S. Zlotnikova, T. I. Erokhina. – Jaroslavl: YSPU RIO, 2015. – 240 p.

5. Russian discourse of popular culture: aesthetic practitioners and artistic image: the manual at the rate «Aesthetics and Theory of Art» / under scientific editorship of T. S. Zlotnikova, T. I. Erokhina. – Jaroslavl: YSPU RIO, 2015. – 227 p.

6. The most beautiful villages of Russia [An electronic resource]. – Access mode: <http://krasaderevni.ru/> (access date 09.04.2018)

7. Smaragdova M. P. Walks along Vyatka: guide / P. M. Smaragdova. – Jaroslavl: ООО Publishing House «Jaroslav Mudryj», 2010. – 160 p.