

Е. А. Мельникова

OCRID: 0000-0001-6764-9240

✉ melek@eu.spb.ru

*Европейский университет в Санкт-Петербурге
(Россия, Санкт-Петербург)*

ПРЕСУЩЕСТВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ, или ВОПРОС О ТОМ, КУДА ВТЫКАТЬ ЗУБОЧИСТКУ В МУЗЕЕ КОЛОМЕНСКОЙ ПАСТИЛЫ

Аннотация. Статья посвящена анализу интерактивной программы музея как ритуала производства культуры, позволяющего превратить материальную субстанцию гастрономического лакомства в символически значимый культурный артефакт, а участникам этого ритуала — приобрести культурный опыт и «попробовать историю на вкус». Проблематизируя существующие подходы к исследованию культуры и отталкиваясь от работ Аннмари Мол, посвященных множественности тела, автор интерпретирует процесс культурного производства как акт пресуществления, благодаря которому культура становится результатом делания и обретает материальность, не теряя в то же время своих эфемерных свойств. В работе используются материалы этнографического исследования в подмосковном городе Коломне, облик которого существенно изменился в последнее десятилетие благодаря появлению инициатив по созданию музеев коломенской пастилы и налаживанию производства пастилы по старинным рецептам. Автор обращается к анализу различных форм оспаривания статуса новых музеев сотрудниками более традиционных учреждений культуры и границ, устанавливаемых различными институтами для размежевания в этой области. Рассматривая один день из жизни музея и трактуя музейную программу как ритуал пресуществления, автор предлагает новый подход к анализу культурного производства.

Ключевые слова: музеи, наследие, культура, материальность, гастрономический туризм, культурная память, городская среда

Благодарности. Статья выполнена в рамках проекта «Культура счастья»: роль культурных институтов в личном благополучии жителей России» (Благотворительный фонд Владимира Потанина, проект № СГМ 59-19).

Я выражаю искреннюю признательность всем своим информантам, согласившимся побеседовать со мной во время работы в Коломне, сотрудникам музеев и других учреждений культуры, помогавшим и поддерживавшим меня в ходе проекта. Я также благодарю всех членов исследовательской команды, участво-

вавших в обсуждениях и полевой работе, помогавших советами, замечаниями и соображениями.

Для цитирования: Мельникова Е. А. Пресуществление культуры, или Вопрос о том, куда втыкать зубочистку в музее коломенской пастилы // Шаги/Steps. Т. 8. № 4. 2022. С. 276–302. <https://doi.org/10.22394/2412-9410-2022-8-4-276-302>.

Статья поступила в редакцию 23 мая 2022 г.

Принято к печати 20 августа 2022 г.

Shagi / Steps. Vol. 8. No. 4. 2022
Articles

Е. А. Melnikova

OCRID: 0000-0001-6764-9240

✉ melek@eu.spb.ru

*European University at St. Petersburg
(Russia, St. Petersburg)*

THE TRANSUBSTANTIATION OF CULTURE, OR THE QUESTION OF WHERE TO STICK A TOOTHPICK IN THE KOLOMNA PASTILLE MUSEUM

Abstract. The article analyzes the museum's interactive program as a ritual of cultural production that allows it to transform the material substance of a gastronomic delicacy into a symbolically significant cultural artifact, and for the participants of this ritual to acquire cultural experience and "taste history". Problematising the existing approaches to the study of culture and starting from Annemarie Mol's book on the body multiple, the author aims to analyze cultural production as an act of transubstantiation, through which culture becomes the result of making and acquires materiality, without losing at the same time its ephemeral properties. The paper is based on the materials of an ethnographic study in Kolomna, near Moscow, the appearance of which has significantly changed over the last decade, owing to the emergence of initiatives to create museums of Kolomna pastille and the establishment of pastille production according to ancient recipes. The author turns to the analysis of various forms of contestation of the status of new museums by employees of more traditional cultural institutions, and the boundaries set by various organizations for demarcation in the cultural sphere. Choosing a different perspective and considering one day in the life of a museum as a ritual of transubstantiation, the author offers a new approach to the analysis of cultural production.

Keywords: museums, heritage, culture, materiality, culinary tourism, cultural memory, urban environment

Acknowledgements. This paper was completed as part of the project “The Culture of Happiness: The Role of Cultural Institutions in the Personal Well-Being of Russian Citizens” (Vladimir Potanin Foundation, Project No. SGM 59-19).

I express my sincere gratitude to all the informants who agreed to talk to me during my work in Kolomna, to the staff of museums and other cultural institutions that helped and supported me during the project. I also thank all the members of the research team who participated in the discussions and fieldwork, helping with advice, comments, and insights.

To cite this article: Melnikova, E. A. (2022). The transubstantiation of culture, or the Question of where to stick a toothpick in the Kolomna pastille museum. *Shagi / Steps*, 8(4), 276–302. (In Russian). <https://doi.org/10.22394/2412-9410-2022-8-4-276-302>.

Received May 23, 2022

Accepted August 20, 2022

Программа одного из современных музеев, созданных в Коломне в недавнее время, включает дегустацию нескольких видов пастилы, изготовленных по старинным рецептам местной фабрики. Каждое утро перед началом экскурсионной программы два буфетчика расставляют в одном из залов чашки с чаем и блюда с коломенскими лакомствами. К этому времени ведущие программы, администратор, координатор, встречающий гостей у выхода, и оба буфетчика одеты в стилизованные исторические костюмы и полностью готовы к приему гостей. Последнее, что остается сделать, — это воткнуть зубочистку в один из шести кусочков пастилы на каждом блюде, предназначенном для будущих участников программы. Это малозначительное для постороннего наблюдателя действие не только не является произвольным в прагматике всего мероприятия, но определяет сценарий всех культурных программ этого дня. Прежде чем буфетчик воткнет зубочистку, ведущие должны решить, кто из них работает в первом зале, а кто во втором, какую именно историю будет рассказывать ведущая, приглашая гостей насладиться местным специалитетом, как именно коломенская пастила будет вплетена в ткань этой истории и с чего начнется сама эта история. Только после того как все эти вопросы решены и буфетчику сообщили о принятом решении, он втыкает зубочистку в выбранный кусочек пастилы и относит блюда в дегустационный зал.

В своей статье я обращаюсь к вопросу о том, как создается культура. Само это понятие — очень широкое и с трудом поддается определению [Иглтон 2012]¹. Но при всей трудноопределимости и абстрактности именно произ-

¹ Проводя инвентаризацию определений культуры еще в начале 1950-х годов, Клайд Клакхон и Альфред Крёбер насчитали больше 160 различных вариантов [Kroeber, Kluckhohn 1952].

водство культуры стало одной из самых массовых отраслей символической промышленности современных государств XX в. Индустрия культуры, о которой в 1940-е годы писали Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер [1997], представлялась им как фабрика по производству массовых предметов искусства. Процесс институализации культуры во второй половине XX в. через создание разветвленной инфраструктуры соответствующих министерств, ведомств и подчиненных им учреждений был равносителен индустриализации в других областях экономики. Советский Союз выступил пионером в этом движении, создав первое в мире национальное министерство, управляющее культурой [Хестанов 2013]², а сама культура, по словам Брюса Гранта, получила ясные формы и скрипты благодаря идеологии проговаривания и идентификации [Grant 2011]. К концу XX в. понятие *культура* уже было не такой уж абстракцией. Ее создавали, внедряли, распространяли и обеспечивали ее качество. Культурный капитал, о котором писал Пьер Бурдьё, потому и служил важным социальным ресурсом, поддающимся конвертации в другие виды капитала, что культура приобрела ценность — для тех, кто ее производил, и тех, кто ее потреблял.

Сам Бурдьё приложил немало сил к тому, чтобы подвергнуть культуру критической рефлексии. Проблематизируя внеисторическую, автономную эстетическую ценность предметов искусства, Бурдьё обосновал необходимость описания тех условий, благодаря которым предмет искусства становится таковым: «Надо было бы описать становление художественного поля (в которое включены и те, кто его анализирует, начиная с самих историков искусства, пусть и наиболее критичных) как места, где производится и непрерывно воспроизводится вера в ценность искусства и в способность художника создавать эту ценность» [Бурдьё 2003]. Такой подход потребовал анализа как собственно практик художника, связанных с утверждением его автономии, так и специфики художественного поля, определяемого соответствующими институциями, обеспечивающими условия функционирования экономики культурных товаров. Трудно переоценить значение работ Бурдьё, посвященных культурному производству и спровоцировавших возникновение целых областей социального анализа. Но что происходит, если перенести эту оптику из области «культуры как искусства» в более широкую сферу культурной работы?

Такой перенос кажется и возможным, и допустимым. Ведь у культуры, как и искусства или литературы, есть свое собственное поле производства, включающее институции, устанавливающие правила и критерии; инстанции посвящения и воспроизводства производителей и потребителей; свои специализированные агенты и свой специфический язык. Поле культуры так же, как и поля искусства и литературы, производит знаки своей автономии, обеспечивая тем самым ценность производимых культурных благ. Здесь есть и своя конкуренция участвующих агентов³.

И все же при таком переносе возникает много сложностей, которые видны на примере истории коломенской пастилы и зубочистки, с которой я начала эту статью. Какой продукт производится в результате сложных и невидимых посетителям действий, совершаемых еще до их появления в музее? Является ли

² О советских проектах культуры и культурности см.: [Волков 1996; Dunham 1990; Fitzpatrick 1992; Grant 2011].

³ См. примеры такой работы институтов культуры в сборнике [Donahoe, Nabeck 2011].

этот продукт тем же самым, который эти же или другие посетители могли бы получить, отправившись в местную галерею или краеведческий музей? При всей объективированности культуры, сложившейся благодаря нескольким десятилетиям истории ее институализации, при всей ее «проговоренности», о которой писал Грант в отношении советского проекта культуры, она все же остается крайне неопределенной субстанцией, имеющей и предполагающей множество вариантов воплощения и потребления. Множественными оказываются не только собственно «культурные продукты», но и поля культурного производства, оставаясь в то же время едиными в легитимации базовых условий определения ценностей культуры как товара, опыта и блага.

Инструментарий Бурдье не позволяет справиться с этой принципиальной множественностью частных культур, несводимых к единой модели, но и не существующих полностью автономно друг от друга. И здесь мне кажется крайне вдохновляющим подход, использованный совсем в другой области, но позволяющий решить некоторые из возникающих трудностей. В своей книге «Множественное тело», посвященной атеросклерозу, Аннмари Мол отказывается от попыток описать социальные аспекты болезни (конструктивизм) или разные взгляды на болезнь (перспективизм). Вместо этого Мол исследует знание, инкорпорированное в повседневные события и практики [Мол 2002: 66], то, как медицина о с у щ е с т в л я е т (enacts) объекты, о которых заботится и которые лечит [Там же: 21]. Упражняясь в эмпирической философии, как она называет свою этнографию, Аннмари Мол описывает «события-в-практике» «и объекты, осуществляемые в практиках, утверждая, что нечто существует только там и тогда, где и когда оно осуществляется. Множественность в рамках подхода Мол — ключевое понятие. «Мой тезис, — пишет она, — не в том, что атеросклерозов два, пять или семьдесят, а в том, что есть множественность. Что до тех пор, пока практические аспекты осуществления болезни остаются не заключенными в скобки, варианты “атеросклероза” множатся» [Там же: 90].

В этой статье я пытаюсь перенести оптику Аннмари Мол в сферу производства культуры. Рассматривая те операции и взаимодействия, с помощью которых в совершенно определенных условиях осуществляется культура, я хочу описать ее различные воплощения.

В работе я пользуюсь материалами проекта «Культура счастья: роль культурных институтов в личном благополучии жителей России», поддержанного благотворительным фондом Владимира Потанина. Это большой коллективный проект, объединивший антропологов из Петербурга и Москвы. На протяжении трех лет мы работали в нескольких больших и маленьких городах России, пытаясь понять, как сегодня устроена сфера культуры. Здесь я пользуюсь материалами наблюдений и интервью из Коломны, но те идеи, которые я обсуждаю на примере этого кейса, мне кажутся важными и в отношении множества других культур, с которыми мы сталкивались во время полевой работы.

Чудо пресуществления

Обосновывая необходимость анализа художественного поля для понимания того, как производится ценность предмета искусства, Бурдье упоминает исследования Марселя Мосса об эффективности магии, уподобляя ей искус-

ство. Говоря о Моссе, он пишет: «Он был вынужден перейти от инструментов, используемых колдуньей, к самой колдунье, а от нее — к вере ее клиентов, и так постепенно — ко всему социальному универсуму, в котором производится магия. Однако в бесконечном движении к первопричине и последнему основанию ценности произведения искусства необходимо все-таки остановиться. Чтобы объяснить это своего рода чудо пресуществления, лежащее в основании произведения искусства и грубо напоминающее о себе, когда о нем уже все забыли (как в превращениях а-ля Дюшан), необходимо заменить онтологический вопрос историческим вопросом о генезисе универсума, в лоне которого производится и бесконечно воспроизводится, посредством поистине *creatio continua*, ценность произведения искусства, то есть вопросом о художественном поле» [Бурдьё 2003].

В этом рассуждении Бурдьё вскользь использует формулировку, на которой я бы хотела остановиться подробнее: «...это своего рода чудо пресуществления, лежащее в основании произведения искусства...». *Чудо пресуществления*⁴ — это понятие, которым обозначается ключевой момент таинства Евхаристии, когда хлеб и вино превращаются Духом Святым в Тело и Кровь Иисуса Христа. Это чудо, повторяющееся каждый раз, когда совершается литургия, несмотря на все повторения символизирует сингулярность события. Поскольку таинство Евхаристии было установлено самим Иисусом Христом на Тайной вечере, пресуществление Святых Даров во время церковной службы, с точки зрения верующих, не повторяет описанное в Новом Завете событие, а воспроизводит, осуществляет его. Так же и приобщение верующих к Телу и Крови Христовой означает не символический акт повторения части обряда, а непосредственное действие — причащаясь кусочком хлеба и глотком вина, человек принимает в себя всего Христа и соединяется с ним.

Понятие *пресуществление*, заимствованное из литургического контекста и не имеющее большого значения в анализе Бурдьё, позволяет, однако, лучше понять специфику тех практик производства культуры, с которыми мы имеем дело в коломенском музее. Отчасти оставаясь аналогом «осуществления» из книги Аннмари Мол, этот термин подходит в данном случае гораздо лучше. То, что появляется в результате определенных действий конкретных людей в конкретном месте, не создается, а превращается, обретая новый смысл и значение. В дальнейшем я буду пользоваться этим понятием, оставляя за скобками его религиозный смысл, но сохраняя коннотации, связанные с превращением и эффективностью убеждения.

Пресуществление культуры

Вернемся к пастиле и зубочисткам. Что происходит во время сложных и невидимых посетителям действий? И как эти манипуляции связаны с тем, что посетители получают в итоге? Проще говоря, что же производится в музее коломенской пастилы?

⁴ Во французском и английском текстах используются соответствующие литургические понятия *transubstantiation* и *transubstantiation*, восходящие к лат. *transsubstantiatio*.

Музей истории со вкусом «Коломенская пастила»⁵ включен в тематическую подборку гастрономических музеев просветительского проекта Культура.РФ наряду с музеем тульского пряника, печорским сельским музеем «Медовый хуторок» и музеем хлеба в Санкт-Петербурге. Только последний является государственным музеем. Как и некоторые другие новые музеи, созданные в России в последнее десятилетие, «Коломенская пастила» разительно отличается от своих более традиционных и консервативных собратьев. Здесь нет экспозиции, которую можно осмотреть самостоятельно или с экскурсоводом, хотя все пространство небольшого купеческого дома в Коломне, где располагается музей, оформлено множеством предметов исторического быта конца XIX в. В музее также нет привычных этикеток и информационных стендов, здесь не издаются каталогов и не занимаются пополнением и содержанием фондов. В то же время здесь, как и во многих других музеях, предлагают окунуться в прошлое, узнать что-то новое. «Музей “Коломенская пастила” представляет собой новый тип музея: сохраняющего и предьявляющего нематериальное наследие, нечто эфемерное и ускользающее — вкусы, запахи, культуру бытования, манеру говорить...», — так лаконично обозначена миссия музея на его официальном сайте [О нас б. д.]⁶.

Знакомство с музеем возможно только в рамках специальных интерактивных программ, включающих рассказ ведущей об истории производства пастилы, купеческом быте и этикете, а также дегустацию собственно коломенских сладостей, которые производятся по старинным рецептам на местном производстве, принадлежащем той же организации.

Пастила — главное вещество музея. Она присутствует в его названии, ей посвящены музейные истории; предметы, связанные с пастилой, можно увидеть в комнатах-залах. Ее предлагают попробовать во время посещения, и ее же можно купить в местном магазине, что и делают большинство посетителей. Но пастила производится не в музее. Ее изготавливают на небольшой фабрике, которая расположена неподалеку. В музее производится не пастила, а что-то другое. В отзывах о посещении музея, обычно крайне восторженных, чаще всего упоминаются «атмосфера» и «удовольствие» — гастрономическое и эстетическое:

Интересная программа, прекрасная дегустация, ощущение погружения в атмосферу 19 века. Очень приятно приходиться в музей, сотрудники которого с такой любовью относятся к истории и готовы рассказывать ее интересно и небанально⁷.

⁵ Нужно сделать еще одну важную оговорку. В Коломне сегодня существует два музея пастилы. Когда-то общий проект, придуманный и реализованный двумя энергичными предпринимательницами из Воскресенска, со временем привел к конфликту между руководительницами, к разделению фирмы, собственности, штата и отчасти политики работы. Этот конфликт до сих пор остается болезненным местом в истории обеих пастильных и их предприятий. В рамках этой статьи я оставляю его за скобками, в основном привлекая материалы Музея истории со вкусом «Коломенская пастила», но в некоторых случаях используя материалы, связанные со вторым проектом, работающим сейчас под названием «Музейная фабрика».

⁶ Здесь и далее сохранены орфография и пунктуация интернет-публикаций.

⁷ Irina I (Tripadvisor.ru. 2020. 25 авг.).

В апреле, когда еще не сезон, вырвались и отправились в Коломну. Первое, что посетили — это музей пастилы. Мы с дочерью остались под впечатлением. Красивый дом, одежда, мебель, речь — все перенесло нас в прошлое. И еще нас поили чаем, угощали пастилой и рассказывали много чего интересного. Всем советуем!⁸

И атмосфера, и удовольствие связаны не столько собственно с дегустацией пастилы, сколько с эмоциональным погружением в другое время, другие запахи, вкусы и ощущения. «Музей как-бы переносит нас в прошлое. Здесь сохранены не только вещи, но и нематериальное наследие. Это культура быта, атмосфера, вкус, аромат и даже манера говорить»⁹. Понятие *нематериальное наследие*, которое автор этого отзыва заимствует с официальной страницы музея или из речи экскурсовода, обозначает ту же эфемерную сущность, которую другие посетители называют «атмосферой XIX века». В музее «Коломенская пастила» производится именно она — атмосфера¹⁰, но эта атмосфера материальна. При всей эфемерности она обретает в музее свое материальное воплощение: к ней не только можно прикоснуться, «попробовать историю на вкус», как гласит слоган музея, но и забрать с собой — увезти домой как сувенир, в прямом смысле «напоминание» о приобретенном опыте и испытанных переживаниях.

В музее производится не пастила, но то, что производится, создается, точнее воплощается, осуществляется с помощью пастилы. Пастила, изготовленная из яблок, сахара и белка в небольших комнатах незаметного местного производства, превращается в «историю со вкусом» внутри купеческого дома на Посадской улице в Коломне, где расположен музей, становясь не просто гастрономическим изыском, а культурным артефактом, опытом и его подтверждением одновременно. Этот процесс превращения я и называю «пресуществлением культуры».

Пастила: начало

Пастила — не такой уж редкий товар на полках российских магазинов. Ее производит большое число кондитерских фабрик по всей стране, а наиболее известна сегодня белёвская пастила, которая изготавливается по старым рецептам на производстве в Тульской области.

В самой Коломне тоже есть несколько производств, где делают пастилу. Одна из них — «Коломчаночка» — старая фабрика, основанная в 1941 г., в ассортименте которой много кондитерских изделий, в том числе и несколько видов пастилы. «Коломчаночка» выпускает и сувенирные наборы с видами коломенского кремля и местных достопримечательностей. Все они легко доступны и продаются в большинстве продуктовых магазинов города, где лежат на одних полках с шоколадом, мармеладом и прочими сладостями.

⁸ Ольга (Tripadvisor.ru. 2022. 27 апр.).

⁹ Gogokha. Музей «Коломенская пастила» (Россия, Коломна) — Погружение в прошлое — как будто перенеслись на машине времени (Otzovik.com. 2019. 29 окт.).

¹⁰ Подробнее о понятии *атмосфера* применительно к культурному опыту см. статью М. Л. Лурье и П. С. Куприянова в этом номере журнала.

Пастила, которую можно попробовать в Музее истории со вкусом, изготавливается в другом месте — на собственной небольшой фабрике, цеха которой расположены на первом этаже дома в старой части города. Фабрика закрыта для посетителей, и мне удалось попасть туда благодаря специальному разрешению руководителя производства, который провел небольшую экскурсию, показав, как здесь все устроено¹¹.

Помещение разделено на несколько маленьких комнат, в которых, по словам моего проводника, работает в две смены около 30 человек. Путь пастилы начинается с яблок, которые привозят на производство и которые потом, перемещаясь из комнаты в комнату, постепенно превращаются в пастилу и пастильные пирожные. Комнаты на фабрике называются цехами. Люди, которые здесь работают, одеты в белые халаты и используют множество различных инструментов и приспособлений — металлические ножи для вырезания сердцевины яблок, кастрюли для варки яблочного пюре, миксеры для взбивания пены, электрические ножи для резки готового продукта. Здесь установлены специальные печи для сушки, а в одной из комнат сложены коробочки для упаковки, которые делают в другом месте и привозят сюда уже в собранном виде.

Пастила, которую делают на этой фабрике, все еще остается просто пастилой — вкусным кондитерским изделием, которое можно купить к чаю и угостить своих друзей или родственников. Две пастилы — та, что делается на «Коломчаночке», и та, что производится на фабрике музея «Коломенская пастила», — хотя и готовятся по разным рецептам, представляют собой равноценные продукты с потенциально общими траекториями дальнейшей жизни. Обе имеют равные шансы попасть на полки магазинов и быть приобретенными людьми, которые желают полакомиться. Но реальные биографии двух пастил совершенно разные. И если первая становится товаром, commodity, то вторая превращается в «культурный артефакт» в коломенском музее.

Превращение: множественные истории

О превращениях коломенской пастилы можно рассказать по-разному. Выбор интерпретации зависит от ракурса и той истории, на которую мы полагаемся. Это может быть история успешного маркетинга и хорошо организованной пиар-кампании или культурной политики и внедрения новых форм работы в практику современных музеев. Таких историй существует много. Каждая из них не только объясняет происхождение нового продукта, создаваемого в музее, но и маркирует его в определенных категориях ценности. Продукция фабрики «Коломчаночка» рекламируется как результат профессиональной работы кондитеров, созданный благодаря новым технологиям и вниманию к старинным оригинальным рецептам¹². Ценность товара, определяемая кон-

¹¹ Хочу выразить большую признательность Якову Никитину за эту возможность.

¹² «За долгие годы своего развития Коломчаночка стала брендом, который зарекомендовал себя как дань качеству и любовь к кондитерскому делу, объединяющий старинные традиции и инновации. Накопленные знания и опыт в кондитерском деле наши мастера передают своим преемникам, при этом сохраняя оригинальность рецептов и уникальность технологий. <...> Мы не стремимся увеличивать сроки годности сладостей за счет включения консервантов в состав продукции. Мы хотим видеть наших покупателей здоровыми и

куренцией с другими продуктами питания, заключена в его пищевых свойствах — вкусе, отсутствии консервантов и красителей.

Пастила, которая продается в Музее истории со вкусом, также рекомендуется на сайте магазина как полезный и вкусный продукт¹³. Однако в недавно вышедшем на телеканале «Культура» документальном фильме, посвященном коломенскому музею, его руководительница Наталья Никитина специально подчеркивает: «Мы не кондитеры... в чистом виде. Нам это неинтересно... как-то адаптировать». «А кто вы?» — спрашивает журналистка. «Мы занимаемся нематериальным наследием», — отвечает Никитина [Музеи 2022].

Пресуществование нематериального наследия — одна из историй, частью которой становится пастила. Эта история широко представлена в публичном пространстве — на сайте Музея истории со вкусом, в многочисленных интервью его создательницы, на страницах благотворительных фондов, поддерживавших эту инициативу. Так ее рассказывал в 2016 г. Владимир Потанин в интервью журналу «Forbes»:

Мы часто приводим пример музея «Коломенская пастила». Мы дали пять грантов на поддержку музейных инициатив в Коломне. История музея началась в другом городе Московской области, где энтузиасты пытались что-то сделать, их там не поняли, и они попробовали в Коломне. Дело пошло. И тут мы с нашей поддержкой. Предмет нашего особого удовольствия: помимо нашей поддержки они получили беспроцентный кредит фонда «Наше будущее» на организацию производства пастилы. То есть мы больше спонсировали проектную часть, а «Наше будущее» — производство. Результат известен на всю страну. Это про людей, способных принимать решения [Жилиева 2016].

Эта история рассказывает о людях, «способных принимать решения», и о пастиле, которая изменила жизнь целого города. Она рассказывает о волшебном превращении криминализованного и никому не интересного района Коломны в культурно насыщенное пространство, привлекательное для туристов и привлекающее горожан, у которых возникает потребность в культурном проведении досуга. Благодаря развитию проекта коломенской пастилы преобразилась старая часть города — Посад: многие деревянные дома были отремонтированы, и чуть ли не в каждом втором из них открылся музей. Пастильный проект, начавшийся с фестиваля 2009 г. «Ледяной Дом», посвященного произведениям писателя, местного купца и мецената Ивана Ивановича Лажечникова, сделал коломенский Посад важной туристической достопримечательностью, преобразовав местное запустение в мощный экономический ресурс. И вот сюда уже приезжают москвичи и жители подмосковных городов,

обеспечить их не только вкусными, но и полезными лакомствами. Поэтому, выбирая только натуральные и качественные ингредиенты, мы не сомневаясь рекомендуем нашу продукцию детям» [О фабрике б. д.].

¹³ «Коломенская рыхлая пастила — натуральная полезная сладость, приготовляемая из свежеспеченных яблок местных сортов кисловатого вкуса с добавлением яичного белка, сахара, меда, ягод или орехов. Мы изготавливаем пастилу по старинным рецептам без добавления красителей, консервантов и загустителей. Наша пастила не содержит жиров, а потому считается диетической сладостью» [Магазин б. д.].

турфирмы привозят автобусы с любителями старины и аутентичности. Эта история рассказывает о том, как пастила изменила город, сделав коломенский Посад одним из важных культурных центров Подмосковья.

К 2021 г. модель музея «Коломенская пастила» стала образцовой для новых предпринимателей в области развития территорий и социального управления. Победители конкурса «Культурная мозаика», который проводится фондом Елены и Геннадия Тимченко, проходили в 2021 г. стажировку именно в Коломне, знакомясь с опытом центра познавательного туризма «Коломенский посад» и приемами, придуманными музеем «Коломенская пастила».

Наряду с яркой и громкой историей успеха коломенской пастилы как проекта преобразования социальной среды и городского пространства существует и другая — незаметная история, редко обсуждаемая вслух на общественных площадках, но хорошо знакомая самим руководителям музея. В упомянутом фильме, вышедшем на телеканале «Культура», есть такой диалог:

[Журналистка:] А это туристический аттракцион? Или в этом есть историческая, музейная составляющая? Вот как музейщики другие к вам относятся?

[Наталья Никитина:] Когда мы только начинали, относились скептически. Называли нас... что это не музей, а там... бег в мешках или что-то такое. Ну, довольно так больно, жестко, и даже обидно было. После чего мы решили подать заявку в Совет Европы на конкурс «Лучший музей года», это 42 страны. И, о чудо, в 2012 году мы получаем специальный приз (...) за пионеринг работы в России с нематериальным наследием, за высокое качество публичного музея. И вот эта защитная грамота... После этого прекратились нападки [Музеи 2022].

«Защитная грамота», полученная музеем на конкурсе Совета Европы в качестве материального подтверждения его серьезного статуса, висит на стене в коломенском музее. Но и сама история, предъявляемая на официальном сайте музея, в многочисленных интервью его директора и рекламных буклетах, также служит «защитной грамотой» от возможных упреков и нападок. Предлагаемая интерпретация главных целей музея и его истории призваны легитимировать его принадлежность к сфере культуры, а не бизнеса развлечений или продуктов питания. Пастила — не десерт, а культурное предложение, материальное вещество эфемерного нематериального наследия.

Потребность в «защитной грамоте» является реакцией на незаметную критику пастильного проекта, ставящую под сомнение его право считаться институтом культуры, делегитимирующую его в этом поле. Критика такого рода — частая и вполне ожидаемая в этой области. Само понятие *индустрия наследия*, предложенное в 1987 г. Робертом Хьюисоном и откликающееся на более известное понятие *индустрия культуры* Адорно и Хоркхаймера, проблематизировало характер мемориальных практик, обусловленных коммодификацией прошлого, ставшего выгодным товаром, в результате чего, по мнению Хьюисона, создание «искусственного», «ложного» прошлого, продаваемого неразборчивым туристам, достигло невиданного размаха [Hewison 1987]. Критика коммерческих проектов в области наследия стала постоянным

рефреном публикаций в этой области. И, несмотря на редкие голоса тех, кто видел в подобных формах работы с прошлым демократичность и потенциал для социальных изменений [Samuel 2012], в целом коммерческая основа проектов туристизации и создания новых музеев продолжает оставаться предметом критики как в исследовательской литературе, так и в откликах практиков музейной работы¹⁴.

В Коломне такие аргументы тоже можно услышать в первую очередь от сотрудников государственных учреждений культуры. В большинстве случаев замечания подобного рода звучат со множеством оговорок. Общее позитивное влияние пастильных проектов на городскую среду, развитие туризма и улучшение экономики города ни у кого не вызывает сомнений. И все-таки вопрос о коммерческой, развлекательной, ориентированной на прибыль деятельности остается частым фоном для обозначения границ между государственными музеями и музеями пастилы:

Они не имеют своих фондов, и у них, конечно же, их больше развлекательные программы. Чего мы себе не можем позволить. Это какие-то возможные спектакли, чаепития, костюмированные представления. Мы не можем в музее себе по ряду причин вот этого всего позволить. И опять же у нас самая главная наша функция — это что?

¹⁴ В области музейного дела эти споры обычно обозначаются понятием *heritage debate* [Lumley 2005]. Дискуссия о наследии, развернувшаяся как в научной литературе, так и в области музейной практики с середины 1980-х годов, ведется, по мнению Фионы Киндлен, прежде всего вокруг понятий ностальгии, неаутентичности и коммерциализма [Candlin 2012]. Именно в этих грехах Роберт Хьюисон обвинил индустрию наследия в своей книге [Hewison 1987]. Среди других авторов, включивших понятие *наследие* в число ключевых характеристик современного общества (Д. Лоуэнталь [2004], П. Райт [Wright 1985]), Хьюисон был самым резким в своей оценке новых форм коммеморации прошлого, выразившихся в буме исторических парков, восстановлении и консервации народных традиций и т. д. Хьюисон прямо обвинял британское общество в том, что вместо развития современной экономики они тратят силы и средства на создание фальшивых образов «очищенного», «дезинфицированного» (sanitized) прошлого, не имеющего никакого отношения к настоящей истории. Устанавливая оппозицию «наследия» и «истории», Хьюисон противопоставлял новые музейные формы, активно появившиеся в Великобритании в 1980-е годы, и собственно музеи, которые «санкционируют создание товаров, обладающих скорее нематериальными, чем материальными ценностями», которые, в свою очередь, «являются источником эстетического удовольствия, эмоционального отклика, исторических знаний, но прежде всего — культурного смысла» [Hewison 1987: 85]. Обвинения, выдвинутые Хьюисоном и частично подвергнутые впоследствии пересмотру, вошли в основной арсенал музейных критиков, отказывавших новым музейным институциям в праве считаться настоящими музеями из-за их ориентации на коммерческий успех и нужды туристической индустрии, и, как следствие, из-за неаутентичности производимых версий прошлого, создаваемых исключительно на продажу и для удовлетворения не слишком изысканных вкусов массового посетителя. В российском пространстве такой взгляд также широко представлен. К примеру, Зинаида Бонами — известный музейвед, заместитель директора Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина в 2001–2015 гг., противопоставляет «музеи» и «постмузеи» по принципу ориентации на разные эпистемы — научную в первом случае и аффективную во втором [Бонами 2019]. «Несмотря на небывалую популярность музеев по всему миру, гиперрост их количества и размеров, — пишет Бонами, — мы являемся свидетелями масштабного кризиса модели музея, в рамках которой культурным и нравственным приоритетом в течение долгого времени была идея восходящего прогресса и самосовершенствования человека» [Там же: 77].

Популяризация того, что у нас есть. Это нашего фонда. А у них этого нет. У них... если существует вот «Пастила», скажем так, они что — они продвигают свой бренд [Инф. 1].

В соответствии с моделью, в которой пастила — это прежде всего успешный товарный бренд, выстраивается история проекта:

То есть к этому фестивалю ледяной скульптуры, постройки ледяного дома, хотелось подготовить лакомство, которое бы удивило гостей этого мероприятия. И начали две дамы предприимчивые делать пастилу [Инф. 2], —

а также распределяются функции музеев:

Потому что поехали люди, и людям нужно было как всегда хлеба и зрелищ. Ну, посмотреть у нас кремль, театрализованные экскурсии. Пастилы поели, вслед за ними появились калачи [Инф. 2].

В этой картине Музей-заповедник «Коломенский кремль» отвечает за духовную пищу, а пастила — за хлеб насущный. Такое распределение обязанностей и ролей не кажется сотрудникам государственного музея обидным или унижительным, но явно противоречит императиву Натальи Никитиной, которая считает главным своим делом отнюдь не производство кондитерских изделий, а сохранение наследия. Продолжая рассуждать на тему различий между музеем пастилы и «традиционным» музеем, сотрудники последнего еще жестче устанавливают границу:

[Инф. 2:] Нет, смотрите, дело в том, что мы все понимаем, и я думаю, что вы тоже понимаете, что они музей условно. Для того чтобы это было привлекательно для посетителей, да, конечно же, они... Ну, научную деятельность они ведут, но в своем узком направлении, ища там...

[Инф. 1:] Только для того, чтобы им работать, больше никак.

[Инф. 2:] Только для того, чтобы... Да. Поэтому музей как таковой в Коломне один.

[Инф. 1:] Официальный статус музея только у нас. <...> Если у музея нет фондов, это не музей.

[Инф. 2:] И мы единственный музей, который все функции выполняет.

[Инф. 1:] Они априори называются там ИП и что-то еще, но у них есть право экскурсионной деятельности или что-то еще.

В этом коротком диалоге упоминаются несколько критериев для различения «настоящего» и «не совсем настоящего» музеев. Среди них наличие фондов, официального статуса (в данном случае государственного) и проведение научной деятельности, обусловленной не только необходимостью развлечения туристов, но и какими-то другими, независимыми от этой работы задачами. Список критериев подвижен и изменчив. К примеру, в той же Коломне

в отношении другого, но тоже частного музея мне довелось услышать такую аргументацию: «Или Музей самоваров, тоже немножко вызывал удивление, то есть коллекция не всегда есть музей. Есть коллекция, но нет музея» [Инф. 3]. Ни один из критериев не является достаточным и безусловным аргументом в пользу признания той или иной организации «настоящим музеем». Их появление скорее служит задачам манифестации и легитимации самих границ между «ними» и «нами», позволяющих избегать отношений и ощущений конкуренции. Логичным итогом обсуждения, приведенного выше, стал вывод: «У нас разные абсолютно направления, поэтому мы друг другу абсолютно не мешаем, вообще никаким образом» [Инф. 1].

Фразу о том, что «у нас разные направления, и мы друг другу не мешаем», мне приходилось слышать неоднократно в разных вариантах. Точно так же отзывалась о театральных программах и спектаклях на сцене «Музейной фабрики»¹⁵ одна из руководителей местного драматического театра: «Ну я не думаю, что мы конкуренты с “Пастилой”, у нас совершенно разные цели» [Инф. 4]. А вот как говорит об интерактивных мероприятиях «Музейной фабрики» художественная руководительница коломенского ДК: «В старом городе возле “Пастилы” — это частная организация, которая ежегодно проводит свои театрализованные мероприятия, посвященные любому празднику. То есть у них свое, у нас свое» [Инф. 5]. Или еще, из уст сотрудницы коломенского культурного центра: «Нет, я думаю, что все равно как бы... у нас разная публика» [Инф. 6].

Проекты музея «Коломенская пастила» и «Музейной фабрики», которые включают широкий спектр мероприятий — музейные, театральные, художественные, — одинаково отчуждаются в риторике сотрудников всех культурных учреждений города, которые считают их важными, интересными и достойными уважения, но все-таки другими, не составляющими им конкуренции и выступающими на принципиально ином поле и в ином статусе. «Проекты коммерческие, да, но это суперпроекты», — подытоживает свое рассуждение создатель и руководитель местной художественной галереи [Инф. 7].

Производство и утверждение границ между «ними» и «нами» — важная часть идеологии культурного производства. Сотрудники различных организаций, работающие в сфере искусства, театра или музейной деятельности, так или иначе оспаривают статус музеев коломенской пастилы как легитимных институтов, участвующих наравне с другими в создании культуры.

...они все-таки на развлекательное, да, больше нацелено. Ну, человек приходит посмеяться, поразвлекаться, скажем так, посмотреть красивый... красоту, ну, картинку, скажем так, все-таки больше. У нас все-таки он... Вообще драматический театр. У нас он все-таки вот такой, ну, более серьезный, что ли. Если в сравнении брать [Инф. 4].

Делигитимация пастильных проектов в области создания культуры опирается на те же принципы, что и в обсуждении их музейной деятельности.

¹⁵ В данном случае речь идет о театральных проектах второго пастильного музея (kolomnapastila.com), работающего сейчас параллельно с музеем «Коломенская пастила».

Развлекательные, «несерьезные» постановки; коммерческая деятельность¹⁶; ориентация на туристов, т. е. снова на цели извлечения прибыли — все это общие аргументы критики и сомнений в легитимности «Коломенской пастилы» как местного культурного института, такого же, как другие музеи, галереи, культурные центры.

История пастилы, рассказанная сотрудниками государственных учреждений культуры, — это история успешного бизнеса, но не история производства культуры. Реакцией на этот нарратив становятся демонстративная манифестация руководителями музея «Коломенская пастила» некоммерческих целей проекта и акцент на том, что предприятие занимается сохранением нематериального наследия. Эта история во многом является ответом на скептический дискурс местных культуртрегеров, служит вербальным аналогом «защитной грамоты», полученной от Совета Европы и повешенной в рамочку на стене в коломенском музее.

Обе истории — успешного культурного проекта и коммерческой инициативы, имеющей мало отношения к культуре, — находятся в диалоге: сталкиваются, взаимодействуют, конкурируют друг с другом, позволяя и побуждая всех акторов картографировать и размечать пусть эфемерное, но все-таки общее пространство культуры.

Пространство в этом случае — не только метафора, но и вполне реальное поле битвы. Готовясь к Масленице, празднование которой традиционно проводится в разных точках города, представители всех культурных учреждений собираются на совещании в Управлении культуры местной администрации и «делают» город: «Потому что это бывает не одна площадка, это бывают площадки, которые по всему городу мы захватываем» [Инф. 5]. Понятие *захватить*, которое использует в этом случае руководительница местного ДК, прямо связано с другим словом, которое часто звучит в разговоре о культуре в городской среде — *охватить* («...и микрорайон Кольчѐво, который сейчас также пытаются охватить культурно» [Инф. 5]). Охват культурой, который на практике реализуется как форма «захвата» города ответственными культурными институтами, предполагает размежевание территории, разделение сфер ответственности и работы. Музеям коломенской пастилы на этой карте тоже отведена своя роль и место: «В старом городе возле “Пастилы” — это частная организация, которая ежегодно проводит свои театрализованные мероприятия, посвященные любому празднику» [Инф. 5]. Именно в этом контексте и прозвучала фраза, которую я приводила выше: «То есть у них свое, у нас свое, если нам нужна как-то помощь...». А когда я попыталась уточнить, приглашают ли «Музейную фабрику» для участия на других площадках, ответ был вполне определенным: «Нет, сюда нет, они могут выступить только спонсором» [Инф. 5].

Разделение города между разными культурными акторами вполне устраивает и руководительниц пастильных музеев, которые не пытаются расширяться, прорастать в другие районы, а предпочитают оставаться внутри вполне определенных жестко локализованных границ. С директором одного из пастильных проектов я говорю о сотрудничестве с местным ДК:

¹⁶ Ср.: «Ну, привлечь организацию частного порядка достаточно тяжело, они должны видеть выгоду. А какую мы им можем дать выгоду?» [Инф. 5].

[Инф. 8:] Ну это муниципальное все.

[Интервьюер:] И это не то? С ними невозможно что-то вместе делать?

[Инф. 8:] А зачем?

[Интервьюер:] Ну, например, затем, чтобы выйти из старого города в большой город.

[Инф. 8:] А зачем?

[Интервьюер:] Не нужно?

[Инф. 8:] Ну, они там работают, мы тут работаем. Зачем куда-то?.. У каждого своя территория. Свои ниши <...> Мир-то большой, каждый занят своей территорией. Эти вещи не тиражируемые. Здесь надо такой формат, а на территории города — нового — нужен другой формат. И прекрасно, есть ДК, которые занимаются этим. Мы не смешиваем.

«Каждый занят своей территорией», — говорит успешная предпринимательница, практически дословно повторяя слова руководительницы ДК. Вместо того чтобы делить эфемерную и неуловимую субстанцию культуры, пытаюсь определить и переопределить иерархию культурных институтов, они разошлись по разным уголкам города, в каждом из которых получили право самостоятельно устанавливать правила игры — «мы не смешиваем».

Делание культуры

Пространственная картина культуры, где разные районы и уголки города поделены между отдельными культурными институтами, не смешивающими ни виды деятельности, ни производимые культурные блага, позволяет самим культурным институтам поддерживать автономию в области культурного производства. Но такая модель не подходит для анализа культуры как предмета делания, осуществления.

С одной стороны, она лишь отчасти соответствует той картине, которую мы видим, если смотрим на культуру глазами пользователей и потребителей. Во время масленичных гуляний горожане и туристы бродили по городу от одной точки к другой, перемещаясь по указанным на общей афише пунктам. Туристические маршруты действительно включают местные музеи в старом городе, но не местные ДК, в основном расположенные на периферии. Сами горожане в равной степени любят и посещают спектакли как в Драматическом театре, сцена которого открыта в ДК «Тепловозостроитель», так и в театре «Музейной фабрики».

С другой стороны, пространственная модель не соответствует и тому смыслу культурного производства, который определяет деятельность самих его участников. Вот один характерный пример. Я разговариваю с экономистом, отвечающим сейчас за производственную и экономическую составляющую проекта «Коломенская пастила». Это молодой человек, сын руководителя компании. Он закончил Плехановскую академию по специальности «экономист-инженер», работал на разных предприятиях, а с 2015 г. занимался налаживанием производства упаковки для коломенской пастилы. Сейчас в сфере его ответственности находятся и цеха по изготовлению самой пастилы.

В отличие от директора музея и других культуртрегеров Яков Никитин¹⁷ — не публичная персона. Он не снимается в документальных фильмах об успехе компании, не дает интервью, не выступает на конференциях и семинарах. Его задача — обеспечить эффективное функционирование производства и бизнеса в целом. «Потому что Наталья Геннадиевна¹⁸ — человек культуры, и нельзя быть мастером во всем, и какой-то тыл ей был просто необходим» [Инф. 9], — так он объясняет свою роль в проекте. На протяжении всего нашего разговора Яков многократно повторял одну и ту же формулу — «у нас не было цели извлекать прибыль», и поначалу эта фраза казалась мне только заученной мантрой, необходимой для демонстрации своей лояльности обще-музейной миссии и признания официально заявленных целей проекта. Но постепенно стало понятно, что дело не только в повторении риторического клише. «Коммерция», «извлечение прибыли», «маржинальность» не противостоят «истории со вкусом». Пастила не является прибыльным довеском к культурному продукту в виде интерактивной программы в музее, а сам музей не является формой продвижения товара. Для Якова создание пастилы и есть создание культуры, существующей вне оппозиций «коммерческое — музейное» или «развлекательное — серьезное». Система категорий, которая определяет его взгляд на производство и создаваемый продукт, лежит вне дихотомий, работающих в пространственном разделении культуры:

Ну, тут речь о том, что я, как я уже сказал, просто принял, когда пришел, вот эти правила игры. И я для себя понял, что если создавать, как сейчас, если люди будут чувствовать, что это сделано не для того, чтобы какую-то ширму создать, картинку, то обратная связь монетизируется сама по себе, то есть люди едут из Москвы, едут постоянно, очень много людей, которые возвращаются, — то есть они здесь были, приезжают еще, приезжают, ну, раз в год хотя бы, бывает и чаще — постоянные наши люди, и они только увеличиваются, и т о л ь к о (акцент на этом слове. — *Е. М.*) потому, что они чувствуют здесь вот, как это сделано. Ну, на первом месте здесь не то, чтобы они деньги свои отдали, то есть у нас нет цели выманить их, а чтобы вот была атмосфера правильная, чтобы все было пронизано вот этой правдой, честностью, что ли, без всяких подлогов. Тут все в деталях [Инф. 9].

В этом монологе я хочу обратить внимание на словах о «делании». Яков постоянно подчеркивает, что люди чувствуют, «как это сделано», и именно поэтому для него самого так важно, как именно все это «делается», «чтобы вот эту историю со вкусом передать максимально достоверно и правдиво чтобы все было». Отсюда и множество решений, которые, с коммерческой точки зрения, были бы неоправданны, но в той системе ценностей, в которой работает Яков, они не только становятся выигрышными, но и свидетельствуют о достижении поставленных целей:

¹⁷ Поскольку информация о руководителях предприятия «Коломенская пастила» открыта и они хорошо известны в городе, их имена в тексте статьи оставлены без изменений.

¹⁸ Наталья Геннадиевна Никитина — руководитель музея «Коломенская пастила».

И казалось, что можно сделать дешевле, но будет даже если чуть хуже, отличаться будет немножечко — это будет сильно чувствоваться. Как вот подлог, это что-то вот не настоящее. И это чувствуется гостями и всеми, кто здесь бывает, ну, и самому, конечно, очень приятно находиться в таком честном пространстве, которое без всякой фальши там, где в каждую деталь вложена душа, нет такого момента, где вот это чисто коммерция [Инф. 9].

«Честное пространство» — удивительный термин, который использует Яков, — отсылает нас к понятию *аутентичность*, крайне важному в дискуссиях о природе современных практик заботы о наследии. Но *честность* в данном случае имеет субъективное значение. Оно означает не столько абсолютное следование историческим образцам, сколько искренность в стремлении создать «историю со вкусом», вложить душу в каждую деталь, чтобы передать это «максимально достоверно и правдиво», позволив людям «пропитаться историей» и атмосферой.

Если взглянуть на производство пастилы и «истории со вкусом» из той точки, где в центре находятся делание и осуществление, модель конкурирующих культурных институтов кажется неудобной и громоздкой, навязывающей полю культуры искусственные дихотомии и границы. Сами же точки культурного производства действуют иначе. Более того, параллельные миры культурного производства функционируют по-разному в разных точках, которые хотя и опираются на общие модели того, что значит «культура», но осуществляют ее, пользуясь разными инструментами и техниками.

Точка пресуществования культуры

Одной из точек пресуществования культуры является сам Музей истории со вкусом «Коломенская пастила», куда поступает пастила из цехов на Арбатской улице. Именно здесь материальная субстанция из яблок, белка и сахара превращается во вкус истории, атмосферу XIX в. и культурный опыт.

В марте 2021 г. я смогла прожить один день в этом музее, устроившись туда волонтером. Практика брать волонтеров на музейные программы не была изобретена специально для меня. Именно так сюда на работу попадают большинство сотрудников: сначала они участвуют в интерактивных программах в качестве волонтеров, а потом либо учатся и готовят экскурсии, становясь ведущими, либо остаются на сдельной оплате и привлекаются по мере необходимости. Один день работы не может сравниться с полноценным погружением в производство, как, например, было в исследовании Ольги Пинчук [2021]. Но и само «производство» в этом случае другое, как и продукт, который становится результатом этого труда. Конечно, это не значит, что длинное включенное наблюдение не позволило бы узнать об этой точке создания культуры что-то новое. Я лишь хочу сказать, что даже один день работы в музее позволяет лучше понять, как делается культура.

Интерактивные музейные программы, как и все программы такого рода, имеют строгую формульную структуру, разработанную до мельчайших деталей и требующую хорошей координации всех участников. В 2021 г. в музее

работали пять экскурсоводов, два администратора и несколько буфетчиков. В день моего участия в музее находилась одна администратор, встречающая гостей в холле, две ведущие, два буфетчика, одним из которых была я, и еще один координатор, чья роль заключалась в том, чтобы соединять две части музея — входную «административную» и внутреннюю «содержательную». В задачи Ивана¹⁹ входило получать информацию о посетителях от администратора и своевременно передавать ее ведущим программы и буфетчикам.

Каждая программа длится один час. В разгар сезона все рабочее время музея расписано на целый день, иногда принимаются две группы параллельно, занимая по очереди один из двух залов. Каждая программа представляет собой часовой ритуал, разделенный на две части, которые ведут по очереди две женщины. Одна принимает группу в первом зале и рассказывает об истории Коломны и яблоневых садов, о появлении пастильного производства и старинных способах изготовления пастилы. Во время этой части программы все слушатели сидят на скамейках, установленных вдоль стен, и активно участвуют в разговоре — отвечают на вопросы ведущей, делятся своими собственными воспоминаниями или рассказами своих родителей, бабушек и дедушек. Эта часть программы заканчивается дегустацией одного из видов пастилы (смоквы), после чего группу принимает вторая ведущая и переводит ее в следующий зал, посередине которого установлен большой круглый стол, а по периметру — еще несколько маленьких. На столах уже расставлены чашки с чаем и блюдца с пастилой. Посетители усаживаются за накрытые столы и слушают рассказ по одной из тем музейных программ. Классическая тема — «коломенское житье-бытье», как говорит ведущая, т. е. купеческий быт небольшого российского города конца XIX в. Ведущая рассказывает о привычках и этикете местных купцов, демонстрируя различные предметы, разложенные в этом же зале. В ткань истории вплетены упоминания самой пастилы, которую предлагается попробовать по ходу рассказа.

Все работники музея, включая буфетчиков и администраторов, одеты в стилизованные костюмы конца XIX в., сшитые по специальному заказу. Все платья уникальны, а у каждой ведущей есть два варианта костюма — зимний и летний, за которыми они сами следят и ухаживают и сами решают, когда именно следует сменить один на другой. Когда я пришла в музей, мне тоже подобрали платье — не такое пышное, как у ведущих, но соответствующее роли буфетчицы — коричневое с белым передником. Необходимость в течение всего времени находиться в полном облачении диктуется довольно строго. Молодой человек, который работал вместе со мной, несколько раз жаловался на то, что ему дают сапоги, и просил разрешения переобуться в обычные ботинки. Но разрешения он так и не получил и существующего правила не нарушил.

Выражение «театрализованная постановка», которое часто используется в отношении современных музейных программ, создает эффект искусственности действия, разыгранного по определенному сценарию. Критика коммодифицируемого прошлого отчасти была спровоцирована как раз такими постановками, создающими, по мнению Роберта Хьюисона, «bogus history» —

¹⁹ Здесь и далее имена моих собеседников изменены.

фальшивую историю [Hewison 1987: 144]. Однако если мы смотрим на это действие изнутри, оппозиция между «правдивой» и «фальшивой» историей снимается, так же как она снималась в рассказе Якова Никитина о цели всего проекта коломенской пастилы. Погружение в прошлое становится для ведущих музейной программы не эффектом, которого они пытаются добиться, а формой проживания самого ритуала в музее. Накануне моего волонтерства я разговаривала с двумя девушками — ведущими одной из музейных смен. Обе живут в окрестностях Коломны и уже несколько лет работают в музее. Обе были очень радушны и откровенны. Мы беседовали в первом зале музея в перерыве между группами. Такой разговор мог состояться только в будний день зимой — в выходные и летом у экскурсоводов просто нет перерыва между программами. Несмотря на полную свободу самовыражения, речь девушек была необычной. Рассказывая даже о самых повседневных вещах или о своей собственной биографии, они использовали множество слов, выражений, речевых оборотов, нехарактерных для современного разговорного языка, но восходящих к литературным образцам и речи другой эпохи. Например, Анна рассказывает о себе:

Недалеко от Коломны у нас родовое гнездо, можно сказать, где выросло четыре поколения, в Песках. И оттого мы выбрали Коломну: для того, чтобы можно было в райский сад быстрее доехать. Там леса, поля, речка [Инф. 10].

Я прошу уточнить: «А “райский сад” — это что такое?»

Это я уж... Я так называю нашу усадьбу. Дом и шесть соток земли, на которых растет антоновка, вишни, черешни — сегодня уже [Инф. 10].

Выражения *райский сад*, *усадьба*, *родовое гнездо* можно было бы интерпретировать как речевую инерцию (на таком стилизованном языке экскурсоводы говорят с посетителями во время музейных программ) или как способ погружения в роль, которую экскурсоводы играют в течение рабочего дня. Но для меня было важно то, что выбор этого языка для разговора со мной был для девушек совершенно естественным, «честным», если снова воспользоваться термином из беседы с Яковом Никитиным, способом говорить о своем опыте и своей работе. Проживание истории для них и составляет делание в музее. Анна снова рассказывает о себе:

У меня как-то внутри такие вот всегда были, ну, ценности, да, такие вот какие-то ощущения почему-то именно из конца XIX века. На меня всегда посмотреть — говорят: «Какая же вы серьезная!» Нет, я не серьезная! Может быть, внешне-то я серьезная, а вот внутри, ну, совсем какая-то другая жизнь, конечно, протекает. Ну, вот и как-то, не знаю, я вот в той эпохе жила, я уже, мне кажется, живу до сих пор. Поэтому, когда я прихожу на работу — ну, считайте, прихожу, как домой [Инф. 10].

Такое проживание истории вполне типично для работников коломенского музея. Учитывая, что его постоянный штат составляет всего пять экскурсоводов и двух администраторов, все эти люди разделяют общие ценности и отношение к своей работе, которые культивируются внутри музея и определяют негласные критерии отбора. «У нас просто все же уже понимают, какой человек наш примерно, какой не наш примерно, и вот мы смотрим: подходит он нам — подходит, вот» [Инф. 11]. Понятие *наш человек* очень размыто. Кандидат должен выдерживать темп работы и тяжелую нагрузку в туристический сезон, но в то же время, как говорит Марина, «нам нужна размеренная жизнь, все-таки культура какая-то особенная» [Инф. 11]. Отбор по критериям при этом заменяется формулой предназначения: «Мне кажется, тот, кто судьбой предназначен, всегда попадет» [Инф. 10]. Выбор музея, таким образом, перестает быть выбором места работы, а становится чем-то более похожим на обнаружение призвания, установлением наиболее близкого по духу места жизни.

В отличие от ведущих программ, буфетчики, чья роль заключается в организации чаепития и проведении дегустации пастилы, не работают в штате и не получают постоянного оклада. Хотя круг этих людей тоже более или менее устоявшийся, их вызывают по мере необходимости, и они получают зарплату посменно. От них не ожидается погружение в музейное прошлое, и к ним не предъявляются такие жесткие критерии отбора. Тем не менее буфетчики тоже становятся частью ежедневного часового ритуала. Именно они раскладывают пастилу по блюдам, разносят чашки, наливают чай.

Хотя буфетчики не произносят за время программы ни одного слова, их действия прямо связаны с общим сценарием программы. В конце первой части ведущая предлагает гостям продегустировать смокву, разложенную на большой тарелке, что становится для буфетчиков сигналом наливать в кувшин кипяток из термопота, включать чайник, чтобы дополнительная вода успела подогреться, и идти разливать кипяток по чашкам с заваркой, которые уже стоят во втором зале. Когда все готово для чаепития, буфетчики подают знак ведущей, и она переводит посетителей из первого зала во второй. Казалось бы, малозначительные с точки зрения символического смысла действия буфетчиков имеют равное значение с действиями собственно ведущих. И те и другие осуществляют превращение пастилы в культурный артефакт, в «историю со вкусом» — точно так же, как на производстве пастилы и упаковки изготавливается материальное вещество этого будущего артефакта.

Короткий эпизод, с которого я начала эту статью, — тот момент, когда буфетчик втыкает зубочистку в один из кусочков пастилы на блюде, — является важной частью музейного ритуала, связывая его разные части и пресуществляя материальную субстанцию яблочного десерта в часть местной истории.

Пересекая границу между первым и вторым залом, блюда с пастилой и зубочисткой попадают на территорию нового рассказа, создавая и поддерживая его материальность. Особенность второй части программы заключается в том, что, несмотря на получасовую дегустацию разных сортов местной пастилы, сама пастила так и не становится предметом истории. Вместо этого ведущая рассказывает о быте городских купчих, любовных историях и правилах этикета, выездах в свет, балах и чаепитиях, приглашая попробовать разные

кусочки пастилы по ходу своего рассказа. Она начинает с упоминания о том, что гостям не принято было давать «пустой чай», и поэтому приглашает угощаться классической рыхлой пастилой. Именно поэтому зубочистку воткнули на этот раз в кусочек классической пастилы — она была первой в истории Марины. Говоря о перемене вкусов и появлении моды на тонкие талии, она рассказывает, как тяжело жилось барышням в купеческих семьях, которых мамы закармливали булками. «То ли дело у Марфы Петровны. Все легко и понятно. Предложат только пастилу обсыпную. Угощайтесь. Медовая. Желтенька. Небольшая. Густо усыпанная орехами». Демонстрируя веер, с помощью которого девушки передавали сообщения кавалерам, сравнивает его с глазурью розовых подушечек на блюде, которые тут же предлагает попробовать, а переходя к коммуникации с помощью цветка на груди, указывает на розовый зефир — «Пробуйте, дерзайте». Также упоминаются «мармеляд — французское лакомство» и «пастильное пирожное», о которых не рассказывают, но с помощью которых рассказывают, наполняя историю тем самым вкусом и запахом, воплощая ее в чувственном и материальном артефакте.

Подобные способы соединения истории и вкуса, эфемерного прошлого и материального наполнения можно интерпретировать по-разному. Это и технологии производства впечатления, широко представленные в современных исторических музеях, активно пользующихся приемами театрализации и «оживления» прошлого [Куприянов 2019], и популярные во многих современных музеях принципы инструментализации аффекта, ориентированные на то, чтобы вызвать у посетителя определенные чувства, переживания, эмоции, позволить ему погрузиться в прошлое [Завадский и др. 2019]. С другой стороны, это также и способ повысить ценность продукта, выгодная маркетинговая стратегия продвижения товара, активно используемая сегодня в индустрии туризма вообще и кулинарного туризма в частности [Kirshenblatt-Gimblett 2004: xi], способ изобрести новую традицию, манифестируя и доказывая аутентичность продаваемого специалитета²⁰.

Особенность всех этих подходов заключается в том, что они отдают предпочтение одной из возможных интерпретаций происходящего, игнорируя или понижая в статусе другие. Посетители, которые получают во время посещения Музея истории со вкусом культурный опыт, атмосферу и ощущения, далеки от того, чтобы интерпретировать происходящее в терминах музейных технологий или бизнес-стратегий. Ведущие программы также видят в этой форме актуализации прошлого не инструментализацию приемов и техник вовлечения посетителя, а способ проживания истории и прошлого. Однако их версии, как правило, остаются без внимания исследователей, уступая место деконструирующим интерпретациям музейного ритуала, который понимается как способ манипуляции, управления и убеждения. В случае успеха этого ритуала посетитель чувствует, погружается, переживает. Или покупает товар в полной уверенности, что приобрел ценный аутентичный продукт, уникальный по своей природе. Я, конечно, сильно упрощаю существующие аналитические модели, но только для того, чтобы показать, почему они крайне плохо рабо-

²⁰ В сборнике «Кулинарный туризм», вышедшем под редакцией Люси Лонг, приводится большое число примеров продвижения брендов локальных продуктов [Long 2004]. О гастрономическом туризме и наследии см. также: [Brulotte, Di Giovine 2014; Trubek 2008].

тают, если наша задача заключается в том, чтобы посмотреть, что именно и как именно осуществляется, создается, превращается во время музейной программы, не дистанцируясь от тех интерпретаций, которые предлагают ее непосредственные участники, и тех действий, которые они совершают.

Все они участвуют в пресуществлении культуры, используя, каждый по-своему, материальность яблочной пастилы, шуршание платьев и речевые анахронизмы. И то, что создается в результате этого ритуала, для каждого из участников становится воплощением «истории со вкусом», субстанцией культуры в ее материальном и эфемерном выражении одновременно.

Заключение

В самом начале я написала, что черпала вдохновение в книге Аннмари Мол о множественном теле. Мне казалось очень полезным попробовать взглянуть на культуру, которая обычно выглядит со стороны чем-то однородным, гомогенным и крайне абстрактным, из той точки, где культура — это результат совершенно конкретных действий определенных людей, их телодвижений и взаимодействия с определенными предметами. В этой точке более привычные при разговоре о культуре дихотомии «высокой» и «низкой», «настоящей» и «сделанной на продажу» культуры перестают работать, потому что культура становится тем, что делают, а не тем, о чем говорят.

И все-таки мне было сложно, а в итоге оказалось невозможно избежать разговора о словах — о том, как различные формы современной культурной работы обсуждают представители разных культурных институтов, как спорят между собой, распределяя территории и роли в общем пространстве. Границы, которые устанавливаются в этом поле на дискурсивном уровне, во многом совпадают с теми линиями, что размечают историографическую теорию интерпретации культурного производства. Такой изоморфизм мешает увидеть в практике делания культуры множественность ее вариантов, различающихся не степенью близости к тем или иным образцам идеальной культуры, а инструментами осуществления и механикой самого ритуала.

Культура, пресуществляемая в Музее истории со вкусом «Коломенская пастила», отличается от «культуры», пресуществляемой на художественной выставке в местном ДК. Но это отличие определяется не тем, что в одном случае посетителям предлагают развлечение, а в другом — истинное искусство, а тем, что в одном случае культура создается из материальности яблок, зубочисток и ароматного чая, помещенных в старинный дом, наполненный предметами купеческого быта, а в другом — из материальности картин в деревянных рамах, развешенных на стенах, а также микрофонов и колонок, установленных во время открытия выставки в просторном холле ДК. Понятие *пресуществление культуры* позволяет рассматривать такие разные формы материализации культуры без непременно ранжирования их по статусу и авторитету. Каждая из них создается «чудом пресуществления», потому что в результате этих ритуалов все участники получают новый опыт и переживания, интерпретируемые в терминах культурного опыта и блага.

Источники

- Жиляева 2016 — *Жиляева Я.* Владимир Потанин: «У нас с Гейтсом и Баффетом совпадают общечеловеческие представления» // Forbes. 2016. 21 дек. URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/335753-u-nas-s-geytsom-i-baffetom-sovpadayut-obshchechelovecheskie-predstavleniya>.
- Магазин б. д. — Магазин // Коломенская пастила — Музей истории со вкусом. Б. д. URL: https://kolomnapastila.ru/pastila_where_to_buy.
- Музеи 2022 — Музеи без границ. Коломна. Музей пастилы / Авт. и ведущая Ф. Толстая // Культура: [Телеканал]. 2022. 1 мая. URL: <https://smotrim.ru/video/2403988>.
- О нас б. д. — О нас // Коломенская пастила — Музей истории со вкусом. Б. д. URL: <https://kolomnapastila.ru/orchard>.
- О фабрике б. д. — О фабрике // Коломчаночка фабрика: Официальный сайт. Б. д. URL: <https://kolomchanochka.com/o-nas>.

Полевые материалы

- Инф. 1 — жен., 1970 г. р., руководитель одного из местных музеев, Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 18 марта 2021 г.
- Инф. 2 — жен., 1976 г. р., сотрудница одного из местных музеев, Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 18 марта 2021 г.
- Инф. 3 — жен., 1958 г. р., руководитель одного из местных учреждений культуры, Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 15 марта 2021 г.
- Инф. 4 — жен., 1972 г. р., одна из руководителей драматического театра, Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 16 марта 2021 г.
- Инф. 5 — жен., 1980 г. р., руководитель одного из местных Дворцов культуры, Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 16 марта 2021 г.
- Инф. 6 — жен., ок. 1965 г.р., сотрудница одного из местных учреждений культуры, Коломна. Интервью Натальи Савиной 15 июля 2019 г.
- Инф. 7 — муж., 1961 г. р., руководитель местной художественной галереи, Коломна. Интервью Павла Куприянова 11 июля 2019 г.
- Инф. 8 — жен., 1971 г. р., род. в г. Воскресенске Московской обл., директор «Музейной фабрики», Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 21 марта 2021 г.
- Инф. 9 — муж., 1988 г. р., род. в г. Воскресенске Московской обл., директор музея «Коломенская пастила», Коломна. Интервью Екатерины Мельниковой 11 августа 2021 г.
- Инф. 10 — жен., 1987 г. р., ведущая интерактивной программы в музее «Коломенская пастила», Коломна, род. в г. Пушкино Московской обл. Интервью Екатерины Мельниковой 18 марта 2021 г.
- Инф. 11 — жен., 1993 г. р., ведущая интерактивной программы в музее «Коломенская пастила», Коломна, род. в Коломне. Интервью Екатерины Мельниковой 18 марта 2021 г.

Литература

- Адорно, Хоркхаймер 1997 — *Адорно Т., Хоркхаймер М.* Культуриндустрия. Просвещение как обман масс // Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения: Философские фрагменты / Пер. с нем. М. Кузнецова. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. С. 149–209.
- Бонами 2019 — *Бонами З.* Музей в дискурсе аффекта // Политика аффекта: музей как пространство публичной истории / Под ред. А. Завадского, В. Склез, К. Суверининой. М.: Нов. лит. обозрение, 2019. С. 51–78.
- Бурдые 2003 — *Бурдые П.* Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзия абсолютного / Пер. с фр. Ю. В. Марковой // Новое литературное

- обозрение. 2003. № 2. С. 17–29. Цит. по электрон. версии. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2003/2/istoricheskij-genezis-chistoj-estetiki-1-essenczialistskij-2-analiz-i-illyuziya-absolyutnogo.html>.
- Волков 1996 — *Волков В. В.* Концепция культурности, 1935–1938 годы: советская цивилизация и повседневность сталинского времени // Социологический журнал. 1996. № 1–2. С. 194–213.
- Завадский и др. 2019 — *Завадский А., Склез В., Суверина К.* Предисловие. Разум и чувства: публичная история в музее // Политика аффекта: музей как пространство публичной истории / Под ред. А. Завадского, В. Склез, К. Сувериной. М.: Нов. лит. обозрение, 2019. С. 7–48.
- Иглтон 2012 — *Иглтон Т.* Идея культуры / Пер. с англ. И. Кушнаревой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
- Куприянов 2019 — *Куприянов П.* Боярский быт в «оживших картинках»: музейная инсценировка как способ освоения прошлого // Политика аффекта: музей как пространство публичной истории / Под ред. А. Завадского, В. Склез, К. Сувериной. М.: Нов. лит. обозрение, 2019. С. 349–370.
- Лоуэнталь 2004 — *Лоуэнталь Д.* Прошлое — чужая страна / Пер. с англ. А. В. Говорунова. СПб.: Владимир Даль, 2004.
- Мол 2017 — *Мол А.* Множественное тело: Онтология в медицинской практике / [Пер. с англ.]. Пермь: Гиле Пресс, 2017.
- Пинчук 2021 — *Пинчук О. В.* Сбои и поломки: этнографическое исследование труда фабричных рабочих. М.: Common Place, 2021.
- Хестанов 2013 — *Хестанов Р.* Генезис культурной политики и возникновение массовой культуры в СССР (1917–1953) // Социология власти. 2013. № 8. С. 74–96.
- Brulotte, Di Giovine 2014 — *Edible identities: Food as cultural heritage* / Ed. by R. L. Brulotte, M. A. Di Giovine. Burlington, VT: Ashgate, 2014.
- Candlin 2012 — *Candlin F.* Independent museums, heritage and the shape of museum studies // *Museum and Society*. Vol. 10. No. 1. 2012. P. 28–41.
- Donahoe, Habeck 2011 — *Reconstructing the house of culture: Community, self, and the makings of culture in Russia and beyond* / Ed. by B. Donahoe, J. O. Habeck. New York: Berghahn Books, 2011.
- Dunham 1990 — *Dunham V.* In Stalin's time: Middleclass values in Soviet fiction. Durham, NC: Duke Univ. Press, 1990.
- Fitzpatrick 1992 — *Fitzpatrick Sh.* The cultural front: Power and culture in revolutionary Russia. Ithaca; New York: Cornell Univ. Press, 1992.
- Grant 2011 — *Grant B.* Recognizing Soviet culture // *Reconstructing the house of culture: Community, self, and the makings of culture in Russia and beyond* / Ed. by B. Donahoe, J. O. Habeck. New York: Berghahn Books, 2011. P. 263–276.
- Hewison 1987 — *Hewison R.* The heritage industry: Britain in a climate of decline. London: Methuen London, 1987.
- Kirschenblatt-Gimblett 2004 — *Kirschenblatt-Gimblett B.* Forward // *Culinary tourism* / Ed. by L. M. Long. Lexington, Ky: Univ. Press of Kentucky, 2004. P. xi–xiv.
- Kroeber, Kluckhohn 1952 — *Kroeber A., Kluckhohn C.* Culture: A critical review of concepts and definitions. Cambridge, Mass.: The Museum, 1952.
- Long 2004 — *Culinary tourism* / Ed. by L. M. Long. Lexington: Univ. Press of Kentucky, 2004.
- Lumley 2005 — *Lumley R.* The debate on heritage reviewed // *Heritage, museums and galleries: An introductory reader* / Ed. by G. Corsane. London: Routledge. 2005. P. 15–25.
- Samuel 2012 — *Samuel R.* Theatres of memory: Past and present in contemporary culture. London; New York: Verso, 2012.

- Trubek 2008 — *Trubek A. B.* The taste of place: A cultural journey into terroir. Berkeley: Univ. of California Press, 2008.
- Wright 1985 — Wright P. On living in an old country: The national past in contemporary Britain. London: Verso, 1985.

References

- Bonami, Z. (2019). Muzei v diskurse affekta [Museum in the discourse of affect]. In A. Zavadskii, V. Sklez, & K. Suverina (Eds.). *Politika affekta: muzei kak prostranstvo publichnoi istorii* (pp. 51–78). Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).
- Bourdieu, P. (1989). Genèse historique d'une esthétique pure. *Cahiers du Musée national d'art moderne*, 27, 95–106. (In French).
- Brulotte, R. L., & Di Giovine, M. A. (Eds.). *Edible identities: Food as cultural heritage*. Ashgate.
- Candlin, F. (2012). Independent museums, heritage and the shape of museum studies. *Museum and Society*, 10(1), 28–41.
- Donahoe, B., & Habeck, J. O. (Eds.) (2011). *Reconstructing the house of culture: Community, self, and the makings of culture in Russia and beyond*. Berghahn Books.
- Dunham, V. (1990). *In Stalin's time: Middleclass values in Soviet fiction*. Duke Univ. Press.
- Eagleton, T. (2000). *The idea of culture*. Blackwell.
- Fitzpatrick, Sh. (1992). *The cultural front: Power and culture in revolutionary Russia*. Cornell Univ. Press.
- Grant, B. (2011). Recognizing Soviet culture. In B. Donahoe, & J. O. Habeck (Eds.). *Reconstructing the house of culture: Community, self, and the makings of culture in Russia and beyond* (pp. 263–276). Berghahn Books.
- Hewison, R. (1987). *The heritage industry: Britain in a climate of decline*. Methuen London.
- Horkheimer, V., & Adorno, T. W. (1969). *Dialektik der Aufklaerung. Philosophische Fragmente*. S. Fisher. (In German).
- Khistanov, R. (2013). Genezis kul'turnoi politiki i vozniknovenie massovoi kul'tury v SSSR (1917–1953) [Genesis of cultural policy and the emergence of mass culture in the USSR (1917–1953)]. *Sotsiologiya vlasti*, 2013(8), 74–96. (In Russian).
- Kirschenblatt-Gimblett, B. (2004). Forward. In L. M. Long (Ed.). *Culinary tourism* (pp. xi–xiv). Univ. Press of Kentucky.
- Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. The Museum.
- Kupriianov, P. (2019). Boiarskii byt v “ozhivshikh kartinkakh”: muzeinaia instsenirovka kak sposob osvoeniia proshlogo [The everyday life of boyars in “living pictures”: Museum staging as a way of mastering the past]. In A. Zavadskii, V. Sklez, & K. Suverina (Eds.). *Politika affekta: muzei kak prostranstvo publichnoi istorii* (pp. 349–370). Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).
- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. Univ. Press of Kentucky.
- Lowenthal, D. (1985) *The past is a foreign country*. Cambridge Univ. Press.
- Lumley, R. (2005). The debate on heritage reviewed. In G. Corsane (Ed.). *Heritage, Museums and Galleries: An introductory reader* (pp. 15–25). Routledge.
- Mol, A. (2002). *The body multiple: Ontology in medical practice*. Duke Univ. Press.
- Pinchuk, O. V. (2021). *Sboi i polomki: etnograficheskoe issledovanie truda fabrichnykh rabochikh* [Failures and breakdowns: An ethnographic study of the labor of factory workers]. Common Place. (In Russian).
- Samuel, R. (2012). *Theatres of memory: Past and present in contemporary culture*. Verso.

- Trubek, A. B. (2008). *The taste of place: A cultural journey into terroir*. Univ. of California Press.
- Volkov, V. V. (1996). Kontsepsiia kul'turnosti, 1935–1938 gody: sovetskaia tsivilizatsiia i povsednevnost' stalinskogo vremeni [The concept of culture, 1935–1938: Soviet civilization and everyday life of Stalin time]. *Sotsiologicheskii zhurnal*, 1996(1–2), 194–213. (In Russian).
- Wright, P. (1985). *On living in an old country: The national past in contemporary Britain*. Verso.
- Zavadskii, A., Sklez, V., & Suverina, K. (2019). Predislovie. Razum i chuvstva: publichnaia istoriia v muzee [Preface. Reason and feeling: Public history in a museum]. In A. Zavadskii, V. Sklez, & K. Suverina (Eds.) *Politika affekta: muzei kak prostranstvo publichnoi istorii* (pp. 7–48). Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).

* * *

Информация об авторе

Information about the author

Екатерина Александровна Мельникова

кандидат исторических наук
доцент, факультет истории,
Европейский университет в Санкт-
Петербурге
Россия, 119187, Санкт-Петербург,
Гагаринская ул., д. 6/1А
Тел.: +7 (812) 386-76-34
✉ melek@eu.spb.ru

Ekaterina A. Melnikova

Cand. Sci. (History)
Assistant Professor, Department of History,
European University at St. Petersburg
Russia, 119187, St. Petersburg,
Gagarinskaya Str., 6/1A
Tel.: +7 (812) 386-76-34
✉ melek@eu.spb.ru