

## АРМЯНСКИЙ ЭПОС В СОЦИАЛЬНОМ И КОЛЛЕКТИВНОМ СОЗНАНИИ СОВЕТСКОЙ И ПОСТСОВЕТСКОЙ ЭПОХИ (НА ПРИМЕРЕ КИТЧЕВЫХ ТОВАРОВ ЕРЕВАНСКОГО ВЕРНИСАЖА)

Т. С. Сима́н

Ереванский государственный университет, Армения  
tsimyan@ysu.am

Статья опубликована в рамках реализации научного проекта  
«История армянской эпической традиции», финансируемого  
Программой развития Российско-Армянского университета на 2016–2017 гг.

В статье анализируются визуальные реминисценции армянского эпоса на основе китчевых артефактов ереванского Вернисажа, этикеток продовольственных товаров, а также рекламных текстов. Цель статьи – описание маркеров социального и коллективного сознания, определяющих и визуализирующих армянский эпос на примере «низового» (китчевого) искусства. В фокусе данного исследования – армянский эпос, нашедший зримое воплощение в скульптуре Ерванда Кочара, находящейся в светлом поле сознания армян как в советскую, так и в постсоветскую эпоху. Кроме того, китчевые товары в наши дни в постсоветской Армении становятся эпизодическими мультипликаторами армянского эпоса в коллективном сознании армян и диаспоры и, одновременно, знаками-индексами коллективной памяти. Анализ эмпирического материала показал, что многоканальные китчевые товары ереванского Вернисажа являются медиаторами армянского эпоса за пределами Армении. Мотивы китчевых товаров ереванского Вернисажа воспроизводятся без аутентичной рецепции армянского эпоса. Сказанное не относится к артефактам, созданным представителями «высокой» культуры (Ерванд Кочар, Арташес Овсепян, Рубен Шавердян).

**Ключевые слова:** социальная память, коллективная память, культурная память, армянский эпос, визуализация эпоса, китч, ереванский Вернисаж, Давид Сасунский, Ерванд Кочар.

**ARMENIAN EPOS IN SOCIAL AND COLLECTIVE  
CONSCIOUSNESS OF THE SOVIET AND POST-SOVIET ERA  
(BY EXAMPLE OF KITSCH GOODS OF YEREVAN VERNISSAGE)**

**Tigran Simyan**

Yerevan State University, Armenia

tsimyan@ysu.am

The article analyzes the visual reminiscences of the Armenian epic on the example of Yerevan Vernissage's kitsch artefacts, food labels, as well as advertising texts. The purpose of the article is to describe the markers of social and collective consciousness, which determine and visualize the Armenian epic on the example of "bottom" (kitsch) art. The current study focuses on the Armenian epic, which found its embodiment in the sculpture of Yervand Kochar, being in the bright field of Armenian consciousness both in the Soviet and post-Soviet epochs. In addition, nowadays-kitsch goods in post-Soviet Armenia are episodic multipliers of the Armenian epic in the collective consciousness of Armenians and the Diaspora, and, at the same time, sign-indices of collective memory. The analysis of the empirical material showed that the multichannel kitsch goods of the Yerevan Vernissage are mediators of the Armenian epic outside the country. The motives of the kitsch goods of the Yerevan Vernissage are reproduced without the authentic reception of the Armenian epic. This does not apply to artifacts created by the representatives of "high" culture (Yervand Kochar, Artashes Hovsepian and Ruben Shaverdyan).

**Keywords:** Social memory, collective memory, cultural memory, Armenian epic, visualization of the epos, kitsch, Yerevan Vernissage, David of Sasun, Yervand Kochar.

DOI 10.23951/2312-7899-2017-2-92-108

Следы армянского эпоса в городском пространстве автор данной статьи уже рассмотрел на примере армянского «высокого» искусства (Ерванд Кочар, Арташес Овсепян) [Симян 2016 а, 82–96; Симян 2016 б, 23–31]. Данная статья является логическим продолжением предыдущих статей, описывающих визуализацию армянского эпоса на примере «высокого» искусства. Под «высокой» мы понимаем элитную культуру, которая, по Д. Макдональду, противопоставляется массовому (masscult) или мещанскому (midcult), использующему «открытия настоящего искусства с коммерческими целями» [Есо 2007, 400].

Основным фактологическим материалом данной статьи будут китчевые артефакты ереванского вернисажа, этикетки продоволь-

ственных товаров, а также реклама, словом, предметы и явления из мира потребления, прямо или косвенно указывающие на армянский эпос. Конечно, уже сформировался дискурс о «ереванском» вернисаже и товарах этого вернисажа [Арутюнян 2004; Мелкумян 2007, 238–244; Мелкумян 2010 а, 492–493; Мелкумян 2010 б, 83–91; Мелкумян 2011 а, 48–66; Мелкумян 2011 б; Абрамян, Мелкумян 2012, 48–65; Melkumyan 2013; Abrahamyan 2013, 75; Мелкумян 2014, 109–131], но до сих пор в фокусе исследователей не оказывалась визуализация армянского эпоса на примере китчевых товаров ереванского Вернисажа.

Цель данной статьи – описать паноптикум маркеров социального и коллективного сознания, визуализирующих армянский эпос на примере «низового» (китчевого) искусства. «Маятник» анализа в данной статье будет качаться между «рабочими» оппозициями «память vs забвение», «"высокое" искусство vs "низкое" искусство», «китч vs не китч», «выгода vs невыгода» и т. д.

Главный тезис данной статьи – армянский эпос, нашедший зримое воплощение в скульптуре Ерванда Кочара, находился и находится в светлом поле сознания армян и в советскую, и в постсоветскую эпоху; кроме того, китчевые товары на современном этапе постсоветской Армении становятся эпизодическими мультипликаторами армянского эпоса в коллективном сознании армян и диаспоры и, одновременно, знаками-индексами коллективной памяти.

Прежде чем дать визуализацию армянского эпоса на утилитарных и китчевых товарах советской и постсоветской Армении, следует указать, что армянский эпос, воплощённый в скульптуре Ерванда Кочара «Давид Сасунский» (1959), активно транслировался через разные китчевые товары (ложки, термометры, нарды, брелочки, магнитики, стаканчики и т. д.).

До детального анализа поставленной нами задачи считаем необходимым контурно обратить внимание на сущность китчевых товаров. Онтологическим основанием китча является его *утилитарность*, *мультипликация национальных ценностей*. Индикатором китчевого искусства являются серийность, стереотипность, ремесленность, отсутствие уникальности, редкостности. Огромную роль в китчевых товарах играет квазиэстетичность, а мотиватором мультипликации становится коммерческая выгода. Иначе говоря, китчевые товары производятся на сбыт, но, конечно, существует ещё и имплицитный «заказ».

*Утилитарность* китчевых товаров обеспечивает продажу. Кроме того, они должны ещё «одухотвориться», «упаковаться» в символи-

ческий капитал (национальные символы, репродукции творений «высокого искусства»). Вот поэтому и скульптура Кочара «Давид Сасунский» как объект высокой культуры не только ретранслировалась на утилитарно-китчевых товарах в советскую эпоху; продолжается её мультиплицирование и в наши дни. Как метко было указано Бодрийяром, китч – «псевдообъект, то есть как симуляция, копия, искусственный объект, стереотип. <...> китч никогда не открывает ничего нового: он характеризуется своей производной и незначительной ценностью» [Бодрийяр 2006, 144, 146]. Китч не только не открывает ничего нового, но сам производитель китчевых товаров в трансляции символов стереотипно черпает из резервов социальной и коллективной (культурной) памяти<sup>1</sup> и даже из «коллективно-бессознательного» (Карл Густав Юнг).

В нашем случае, репродукция скульптуры «Давид Сасунский» создаёт интересную коммуникативную ситуацию. Продукт коллективной памяти (эпос) преломляется через высокое искусство (скульптура Кочара) в «пассивно-коллективную»<sup>2</sup> китчево-утилитарную продукцию, которая мультиплицирует национальные ценности. Конечно, в воспроизводстве скульптуры сыграли свою роль также её эстетическая, народная и эмпатическая стороны. Метко замечено немецкой исследовательницей, что «памятник несёт эмпатическое послание потомкам» [Ассман 2014, 8]. В нашем случае эмпатическое послание Кочара интересным образом функционировало и в советскую эпоху, и продолжает жить в наше время благодаря не только скульптуре, но и любимому эпическому герою.

#### **а. Армянский эпос в ипостаси скульптуры Кочара в советскую эпоху**

В 1964 году впервые скульптура Кочара воспроизводится на почтовом конверте (илл. 1), а в связи с празднованием 2750-летия города Еревана в 1968 году издаётся «канонизированная» почтовая марка,

<sup>1</sup> Об этом см. подробнее: Ассман 2014, 13–21.

<sup>2</sup> «К активно-коллективным относятся такие факты, которые не только рассматриваются всем коллективом как общее достояние, но и создаются всем коллективом. Таковы, например, вышивки, которые делают все женщины в деревне <...>, широко распространённые песни, знакомые всем жителям данной деревни, и обряды <...>. К пассивно-коллективным относятся такие этнографические факты, которые хотя и считаются общим достоянием данного коллектива, но создаются отдельными людьми, которые могут даже не принадлежать к данному коллективу. Таковы так называемые товары местного производства – картинки, особая посуда, особый материал для изделий и т. п.», а также русские былины, исторические песни, украинские думы, духовные стихи [Богатырёв 1971, 384].

прошедшая через идеализированные художественные инстанции, благодаря чему скульптура Кочара изображается на фоне горы Арарат (илл. 2). Интересно, что изображённая на марке синтагма лишь однажды появляется в 1976 году в «зачине» фильма «Рождение», посвящённого общественному и политическому деятелю Александру Мясникяну. Национальный «зачин» с эпической цитатой из «Давида Сасунского», становится и зачином повествования о начале строительства коммунистической Армении. В нашем контексте название фильма, по сути, становится семантически нагруженным; рождается не только коммунистическая Армения, но и символ Арменфильма в «лице» скульптуры Кочара<sup>3</sup>.

С 1977 года на фоне Арарата скульптура уже появляется почти во всех заставках Арменфильма: «Слон и солдат», «Председатель ревкома», «Наапет» и т. д. (1977). Сам факт говорит о том, что «центр» (Москва) дал своё согласие на то, чтобы символом Арменфильма стала установленная в Ереване 1959 г. скульптура Ерванда Кочара и, в свою очередь, центральный герой армянского эпоса. Иными словами, «национальное» просочилось в «зачин» текстов, и началась массовая трансляция «высокой» армянской культуры и эпоса в коллективное сознание. *Эксплицитное* принятие «центром» армянского кинематографического «бренда» можно проиллюстрировать ещё одной заставкой к фильму «Звезда надежды» (1978), в котором символы Мосфильма и Арменфильма даются в одном синтагматическом ряду. В фильме «Снег в трауре» (1978) друг за другом следуют два кадра «зачина» – Арменфильм и текст, отсылающий к Гостелерадио СССР.

Гора Арарат и скульптура Ерванда Кочара как синтагма в «зачине» Арменфильма имели свою «предысторию». Непосредственным поводом к созданию символа Арменфильма, по всей видимости, послужил почтовый конверт и особенно марка СССР 1968 года, прошедшие через необходимые инстанции. На марке (илл. 2) виден синтез советского (транснационального) и армянского (национального), проявляющийся в оппозициях *серп и молот vs орёл / гроздь винограда / гора Арарат, скульптура, изображающая Давида Сасунского*. Конечно, детали армянскости превалируют на почтовой марке, но серп и молот логически правильно акцентированы, поскольку композиционно правый верхний угол – семантически самый насыщенный.

Если рассмотреть композицию марки по диагонали слева направо, то серп и молот предстают краеугольным камнем в прямом

<sup>3</sup> См.: <http://cinemafirst.ru/киностудия-арменфильм-имени-амо-бек-н/>.

и переносном смысле, поскольку советский символ на марке становится центральным сегментом в символической рамке «орёл и виноградная гроздь» или в синтагме «орел vs серп и молот vs виноградная гроздь», если посмотреть с другого ракурса. Серп и молот семантически осмысляются также благодаря главной теме (Ереван 2750 лет / Երևանի 2750 տարի), написанной на двух языках: на международном русском и национальном – армянском. То есть адресатом содержания марки был не только армянин, как локальный представитель Армянской ССР, но гражданин СССР в целом. По отношению к скульптуре Кочара советский символ пролетариата и самой страны становится фоном; а если рассмотреть марку с идеологической точки зрения, то за спиной героя армянского эпоса, выходца из народа, стоит символ пролетариата – рабочих и крестьян. Из сказанного выше можно заключить, что герой армянского эпоса Давид Сасунский как выходец из народа советизируется и становится «суб-символом» СССР. Анализ композиции показывает, что изображение марки было одобрено «свыше» и, по сути, «освятилось» как икона, и, тем самым, марка была готова к использованию. Вот и спустя 6–7 лет гора Арарат и скульптура Кочара как квинтэссенция армянскости стали символом Арменфильма.

Для реконструкции истории символа Арменфильма, нам кажется, надо обратить внимание на герб Армянской ССР (илл. 3). Как видно из композиции герба, Большой и Малый Арарат тоже были «канонизированы» в советскую эпоху, и поэтому применение заставки Арменфильма не имело никаких негативных последствий. До 1976 года в производстве Ереванской киностудии (бывшее название Арменфильма) изображение Арарата появляется как «зачин» только в двух кинофильмах: «Пэпо» (1935) и «Девушка из Араратской долины» (1949). Если в первом случае гора Арарат «просочилась» в заставку вне контекста и больше функционирует как индекс армянскости, то во втором случае очевидно, что гора использована прежде всего тематически, географически, нежели как символ армянскости.

Из вышесказанного можно заключить, что синтагма «гора Арарат и скульптура Ерванда Кочара “Давид Сасунский”» в советское время уже функционировала как символ армянскости и даже страны (Армянской ССР). Этот символ в том же сочетании можно увидеть и на артефактах ереванского Вернисажа<sup>4</sup> постсоветской Армении, например, на ящичке для нардов (илл. 7), и на продуктовой

<sup>4</sup> По данным исследования, Вернисаж является для жителей Еревана одним из знаковых, запоминающихся мест центра города (20 %) [Вермишян и др. 2015, 120]. А конная статуя Ерванда Кочара, по данным опросов в Фейсбуке, является самым лучшим памятником Еревана (20 % – Давид Сасунский, 14 % – Хайк Нахапет, 13 % – Комитас и т. д.) [Ереван 2014, 16].

этикетке в диаспоре (илл. 12). При этом изображение на нардах выпадает из «стереотипного» визуального ряда, поскольку скульптура высечена с точки зрения местоположения неправильно: соотношение скульптуры и горы Арарат не соответствуют реальному их расположению. Кроме нарушения географического правдоподобия, резное изображение неубедительно ещё и в композиционном плане. Известно, что представители тех цивилизаций, в которых пишут слева направо, воспринимают картины также слева направо. Вот поэтому для построения правильной и динамичной композиции кадра, картины, резьбы правильнее акцентировать расположение объектов справа налево. Можно заметить также симметричное расположение горы и скульптуры. Если учесть контекст эпоса, то эпический герой – Давид Сасунский – дитя Западной Армении, и гора Арарат географически находится на территории современной Турции. На мой вопрос, почему резчик по дереву изобразил на нардах скульптуру и гору Арарат вместе, последовал ответ, что «и герой, и гора Арарат принадлежат армянам, но они не в Армении» (Хачатур Айрапетян). Это высказывание даёт основание предположить, что для информанта изображённые символы всплывают из прошлого, по которому он ностальгирует. Эмпирический материал показывает, что синтагма «Арарат + скульптура» в социальном и коллективном сознании активна и стереотипно транслируется на китчевых товарах и в постсоветской Армении.

### **б. Армянский эпос в ипостаси скульптуры Кочара в постсоветскую эпоху**

В советскую эпоху скульптура Кочара появилась не только на марках, открытках, но и на сувенирах и предметах обихода: на медных тарелках, на чайных ложках, половниках, на виниловых пластинках (Польша), на комнатных термометрах, сигаретах, открывалках [см.: Ереван 2014, 30–31]. Эта же традиция продолжается и в постсоветское время [см.: Ереван 2014, 32–33]. Такие примеры показывают, что и в советское время, и в постсоветскую эпоху скульптура настолько была любима, что вошла в обиход и стала широко применяться в быту. Продукт «высокой» культуры и эпический текст как цитата («Давид Сасунский») функционировали по-разному. В советское время они прежде всего функционировали в оппозиции «советское (транснациональное) vs армянское (национальное)», а в постсоветскую эпоху (с 1991 до наших дней) как знак-индекс посещения хозя-

ина китчевого товара в Армении, армянскости коллективной памяти.

Знаменательно, что на стыке политических преобразований, развала СССР и становления Республики Армения снова «всплывает» армянский герой – Давид Сасунский – но «маской» скульптуры Кочара. 13 ноября 1991 года, за месяц до развала СССР (26.12.1991) была отчеканена пятирублёвая юбилейная монета со скульптурой Ерванда Кочара тиражом 2 150 000 шт.<sup>5</sup> (илл. 4). Не успела она войти в оборот, как сразу стала «товаром» для нумизматов. «Ошибка» была исправлена в 1994 г., когда Центробанком Республики Армения была отчеканена 25-драмовая серебряная монета стоимостью (на данный момент) 10 000 AMD (прибл. 19 евро)<sup>6</sup>. Скульптура появилась ещё и в постсоветское время на десятидрамовой купюре<sup>7</sup> и пятидесятидрамовой монете Республики Армения<sup>8</sup>. В постсоветскую эпоху скульптура Кочара нашла своё отражение также в пластмассовых жетонах Ереванского метрополитена. Тёмный жетон использовался до 2009 года, а оранжевый используется до сих пор<sup>9</sup>.

Ретрансляция скульптуры Кочара на утилитарных товарах (тарелки, ложки, открывалки, половники, термометры, сигареты, кофейники, монеты, купюры, жетоны и т. д), выпущенных в советскую и постсоветскую эпоху, придала ещё больше народности и скульптуре, и эпосу, поскольку интимная коммуникация с утилитарными товарами прямо или косвенно «прививается» в индивидуальной, социальной, коллективной или культурной памяти.

В постсоветской Армении продавцы китчевых товаров с изображениями, ставших культовыми на Ереванском вернисаже, апеллируют в основном к ностальгии по родине. Известно, что на чужбине душа требует «пищи» с родины. Вот поэтому китчевые изделия с армянскими символами, символами идентичности, в нашем случае – со следами армянского эпоса – «потребляются» армянами на чужбине с любовью, «смягчая» ностальгию по родине и даже могут восприниматься как «часть» родины [Мелкумян 2007, 238–244]. Вот поэтому и появляются сувенирные (неутилитарные) товары. Коммерциализация продавцов и ностальгия по родине (в основном) армян, живущих на чужбине, создают благоприятные условия для

<sup>5</sup> См.: <http://www.fcoins.ru/catalog/catalogussrub/catalogussrub13769.asp>. Кроме того, 350 000 монет было выпущено в улучшенном виде.

<sup>6</sup> См.: <https://www.cba.am/am/SitePages/nccommemorativecoins.aspx#>.

<sup>7</sup> См.: <http://www.bonoteka.com/catalog/inostrannyie-banknotyi/stranyi-sng-i-pribaltiki/armeniya/10-dram,-1993-god.html>.

<sup>8</sup> См.: <https://monetarus.ru/erevan-moneta-50-dramov-2012-god-armenija/>.

<sup>9</sup> См.: <http://www.erast.ru/menu/kollekcii/жетоны/жетоны-метрополитена.html>.



товарооборота китчевых товаров. Потребление обиходных китчевых товаров (брелочки, магнитики, статуэтки, настольные сувениры, стаканчики, футболки и т. д.) с армянскими символами идентичности, символами культурной памяти (илл. 10) «смягчают» ностальгию по родине. Подобная ситуация создаёт благоприятные обстоятельства для преломления «высокого» искусства (скульптура, эпос) в «низовое», китчевое. Конечно, для потребления китчевых товаров нужен платёжеспособный покупатель. Бодрийяр, поддерживая тезис Дуайта Макдональда, указывает на важную деталь: «китч вытекает в основном из подъёма “средних” классов в индустриальном буржуазном обществе» [Бодрийяр 2006, 146]. Суждения Ж. Бодрийяра вполне обоснованы, поскольку потребители вернисажа – в основном из «среднего» класса.

В нашем контексте покупателями китчевых товаров с Ереванского вернисажа являются и местные жители, и живущие за рубежом туристы-армяне, покинувшие Армению не только в тяжёлые 1990-е, но и в последующие «нулевые» годы. Гамлет Мелкумян на основе опросов делит покупателей на четыре группы [Мелкумян 2007, 240]:

- 1) представители диаспоры (70–80 %),
- 2) иностранные туристы (10–20 %),
- 3) «российские» армяне, уехавшие за последние 5–10 лет, но имеющие в Армении родителей или близких родственников (5–10 %),
- 4) жители Армении (пассивные покупатели, припл. 5–10 %).

Данные о покупателях в процентном соотношении показывают, что в основном китчевые товары адресованы «внешнему» покупателю, соответственно, предлагается тот символический капитал, который необходим ему. На Вернисаже можно увидеть артефакты на стыке двух культур – русской и армянской (илл. 5). Интересно, что в данном примере конные статуи выбраны и противопоставлены по внешней схожести (Давид Сасунский vs Пётр I, «Медный всадник»), а Эчмиадзинский кафедральный собор (303 г.) vs храм Христа Спасителя (1883 / 2000) – по значимости соборов, служащих доселе патриаршими кафедрами. Если в двух оппозициях можно увидеть «симметрию», то асимметричны по значимости «Тигран Великий (95–55 до Р. Х.) vs Николай Второй (1894–1917)», поскольку последний представитель династии Романовых оказался проигравшим в политической борьбе (отречение от престола 2 / 15 марта 1917 г.).

По бинарности фигур на нардах можно заключить, что мастер, сознательно или бессознательно, на основе знаний армянской и русской истории и культуры, создал интеллектуальную игру. В контексте наличия игроков в нарды – армянина и русского – фигуры функ-

ционируют в плане *состязательности*. Если в оппозиции «Николай II vs Тигран Великий» «победителем» является последний, то на «подмогу» последнему русскому царю приходит первый Император Всероссийский Пётр I Великий. Подобные суждения вполне легитимны в игровом контексте, поскольку вырезанные фигуры, профили и портреты могут стать поводом для спекуляций игроков в ситуации оппозиции «выигравший vs проигравший».

Эта же логика видна и на примере выбора мотива из армянского эпоса, когда Мгер Старший разрывает пасть льву: «Сошёл с коня на землю Мгер, // Пошёл вперед. // И Мгер воззвал: // – Хлеб и вино! Отец всеблагий! – Сцепились Мгер и лев. // Льва за верхнюю челюсть одной рукой, // За нижнюю – другой // Мгер ухватил, пополам разорвал, // На две части льва разорвал. // Левую часть – налево швырнул, // Правую часть – направо швырнул! // Сбежались люди вокруг Мгера. // Один побежал в Сасун // И матери Мгера весть принёс: // – Свет твоим очам! Ликуй! Сын твой льва убил! // Если раньше он был просто Мгер, // То теперь он – Львораздиратель Мгер» [Давид Сасунский 1979, 105–106].

На примере вырезанных на нардах сюжетов можно заключить, что эти сюжеты выбираются по принципу *состязательности* или просто изображаются как символы армянскости. Резное изображение скульптуры Ерванда Кочара тоже выбрано не только как символ армянскости, но и по принципу *состязательности*, поскольку Давид Сасунский наносит удар врагу, только с той разницей, что враг выражен как нулевой знак (илл. 11). В контексте игры Давид Сасунский функционирует в роли *выигравшего*, сразившего / сражающего соперника-игрока.

Армянский эпос всплывает в социальном сознании и во время Второй Мировой войны. В 1943 г. Армянская апостольская церковь организовала пожертвование для создания танковой колонны «Давид Сасунский», вошедшей в 119-й отдельный инженерно-танковый полк<sup>10</sup>. Отметим, что из 60 000 армян танковой колонны 20 000 погибли на фронте<sup>11</sup>. Колонна была сформирована после «благословения» Сталина: «Многоуважаемый Иосиф Виссарионович, Эчмиадинский Католикосат выделил в фонд создания танковой колонны “Давид Сасунский” платиновые и бриллиантовые драгоценности общей стоимостью более 800 тысяч рублей. Прошу Вашего распоряжения для открытия специального счета в Госбанке СССР.

<sup>10</sup> См.: [http://tankfront.ru/ussr/names/columns/david\\_sasunsky.html#!prettyPhoto](http://tankfront.ru/ussr/names/columns/david_sasunsky.html#!prettyPhoto).

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=dubsE4Y5i6Y> (13:25–21).

*Заместитель Католикоса всех армян Георг Архиепископ Чорекчян*»<sup>12</sup>. На это послание Сталин отвечает: «Прошу передать верующим армянам зарубежья и духовенству Эчмидзинского Католикосата, вложившим денежные средства в создание второй танковой колонны “Давид Сасунский”, моё приветствие и благодарность Красной Армии»<sup>13</sup>. Причиной для наименования танковой колонны могло стать празднование 1000-летия армянского эпоса в 1939 г. на всесоюзном уровне, но, конечно, и свежесть эпического текста в сознании священнослужителей. На танках с двух сторон на русском и армянском языках было написано «Давид Сасунский / Մարտիկ Դաւիթ Սասունի» и изображён меч-молния. Подполковник Сергей Лютко, заместитель начальника кафедры военной стратегии факультета Генштаба ВС Военной Академии Беларуси, интерпретирует название колонны в синтезе эпического и исторического контекстов. Мотив борьбы Давида Сасунского со злом (с Мсра-Меликом) лег в основу борьбы с нацистами. Давид символизирует единство народов СССР – армян, белорусов, русских, украинцев и др. в борьбе со злом<sup>14</sup>. Из вышесказанного можно заключить, что меняются коды эпического текста: оппозиция «Давид Сасунский vs Мсра-Мелик» перекодируется в другую оппозицию: «народы СССР (армяне, белорусы, русские, украинцы) vs немцы-нацисты», «добро vs зло».

Согласно продавцу-респонденту Ереванского вернисажа, высокой спрос на нарды с изображением эпических героев армянского эпоса Давида и Мгера связан ещё и с тем фактом, что покупают их в подарок живущим за рубежом Давидам и Мгерам. Кроме того, по мотиву локальной ностальгии по родине, уехавший из Армении и живший прежде жилых окрестностях вокзала (Կայանայի վայր / каяранский) хочет увезти с собой часть своих воспоминаний. Иными словами, скульптура Кочара становится маркером или расширением (по Маклюэну) для субъективных воспоминаний хозяина о былых временах.

Вышеописанное, как и многочисленность артефактов с изображением скульптуры Ерванда Кочара и эпических героев в лице Давида и Мгера, являются высокочастотной темой, мотивом «пассивно-коллективного» производства, что проявляется через все материальные каналы – дерево, металл, пластмасса, глина, камень (обсидиан). Следует заметить, что сам материальный канал (согласно Маршаллу Маклюэну, «средство коммуникации является сообщением» / «The

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=dubsE4Y5i6Y> (3:59).

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=dubsE4Y5i6Y> (11:30).

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=dubsE4Y5i6Y> (9:21–39).

Medium is the Massage») отчасти тоже вносит долю армянскости – например, обсидиан (илл. 11), бук, ореховое дерево. Кроме того, все китчевые товары по сути являются расширением родины, эпоса, культуры Армении, поскольку вывозятся в разные уголки мира, то есть являются «холодным» средством общения. По Маклюэну, медиа с «высокой степенью участия» реципиента или возможностью «до-страивания недостающей» информации являются «холодными» коммуникативными каналами [Маклюэн 2003, 28].

Кроме того, скульптура Кочара и эпический герой становятся символическим капиталом не только для китчевых товаров, но и для продуктовых товаров. Фотография продукта (илл. 12) была сделана в Москве, а сам товар куплен из сети продуктовых магазинов «Дары Армении». Стереотипная репродукция «иконы», синтагмы «Арагат и скульптура» на банке мацони (кисломолочный продукт), бесспорно, смотрятся пафосно, но «икона» придает товару армянскость, подлинность («Попробуй настоящий!»). Одно из текстовых сопровождений товара описывает функцию товара: «Позвольте пище быть Вашим лекарством» (Гиппократ) «Секрет долголетия!». Второй сопутствующий текст акцентирует традиционность, идущий испокон веков, самоуверенную «завоевательную» миссию в будущем на территории России: «МАЦОНИ – этот продукт три тысячи лет был лидером регионов Кавказа, в 21 веке станет лидером по всей России». Если обратить внимание на непривычный ракурс скульптуры и горы, то можно предположить, что прамodelью для этикетки мацони послужило отображение скульптуры Давида Сасунского на нардах (илл. 7).

Армянский герой, изображённый на скульптуре Кочара, используется также и глобальной компанией «Coca-Cola» для повышения продаж своего товара в качестве символического капитала армянской культуры. Та же логика присуща и компании «Гранд Кенди»<sup>15</sup>, но, как видно, сама синтагма не нова, стереотипна. Весь эффект маркетингового трюка транснационального брэнда заключается в том, что не имеющий национальность продукт «Coca-Cola» деавтоматизируется в восприятии армянского покупателя и появляется в «армянском» облачении – Арагат и Давид Сасунский. По сути, полученный рекламный продукт кока-колы является «сюрреалистическим», поскольку совместились несовместимое: кока-кола и гора Арагат со скульптурой Давида Сасунского. Но сам продукт, благодаря армянским символам, локализуется, становится «армянским»

<sup>15</sup> См.: <http://food.buy.am/ru/product/konfetneri-havaqatsu/konfetneri-ntrani-erevan-grand-candy>.

напитком. Изображение скульптуры на холодильнике – креативно, потому что Давид Сасунский «ококаколилса». Если подключить семантический (вода) потенциал эпоса, то рекламный текст будет функционировать в карнавальном пространстве, а сами суждения станут уже карнавальными, иными словами, квазинаучными.

Следует подчеркнуть ещё один штамп китчевого сознания. Если обратиться к теории Юнга, то речь пойдёт об архетипе круга как символа «целостности, полноты и совершенства» [Юнг 2010, 130], «неделимой целостности» [Юнг 2010, 252] и как «динамического образа, фрагмента объективной психики» [Юнг 2010, 129], проявляющегося в эмпирическом материале. Если обратим внимание, армянская социальная память часто окаймляет скульптуру Кочара (Давида Сасунского) в архетипической форме круга (тарелка, термометр, значок, открывалка), то есть уровень плана выражения – архетипичен (илл. 6).

Но если критически отнесёмся к теории Юнга, то можем вполне аргументированно подчеркнуть, что на ретрансляцию круга и воды действует архитектоника реальной скульптуры, находящейся в городе перед вокзалом<sup>16</sup>. Круг появляется также в заставке фильма «Весёлый автобус» (2000) от кинокомпании Арменфильм, рассказывающий о детях и стариках, оставшихся в живых после спитакского землетрясения 1988 г. в Армении. Ещё больше мифологизируется синтагма «скульптура и круг», когда эта скульптура появляется на фоне заходящего солнца [Ереван 2014, 32] или круга-луны в заставке фильма «Товарищ Панджун» (1992). Однако в заставке фильма к синтагме «скульптура и луна-круг» добавляется ещё один архетип Самости (по Юнгу), символ армянскости – гора Арарат. Круг «всплывает» и во время открытия скульптуры Кочара 4 декабря в 1959 г. Армянский художник Генрих Игитян был очевидцем народного праздника, во время которого народ плясал под «воинственный ритм» [Епремян 2002]. И здесь не обошлось без народных круговых танцев – кочари<sup>17</sup>.

Основываясь на эмпирическом материале, можно сделать вывод, что армянский эпос в коллективном сознании соотносится и с сакральным (культурным), и с профанным мирами.

А. «Сакральный» мир:

символами Еревана, Армении и армянскости являются гора Арарат, Национальный музей, Площадь республики, Институт

<sup>16</sup> Об округлости бассейна и чаши терпения см.: Симян 2016 а, 87–88.

<sup>17</sup> См.: <https://www.youtube.com/watch?v=fdhVjOUtq18>. О танце вокруг горы Арарат и семантике танца кочари вокруг горы Арагац см. статью армянского антрополога Левона Абрамяна [Абрамян 2014, 263–294]. См. также: <https://www.youtube.com/watch?v=7T6EhD1whU0>.

древних рукописей (Матенадаран), Церковь Григория Просветителя, скульптурные памятники Хайку, Вардану Мамиконяну (илл. 6), Каскад, Армянский театр оперы и балета имени А. С. Спендиарова, герб Армении, храм Гарни, Ахтамар, музей Эребуни (илл. 10). Герб Армении и скульптуру можно увидеть в «зачине» заграничного паспорта армян (илл. 9), иначе говоря, коммуникация с внешним миром начинается с национального герба и Давида Сасунского в «исполнении» Ерванда Кочара.

Б. «Профанный» мир:

1) игра (нарды), деньги и жетоны, брелочки, сувениры, война и военная техника;

2) еда: кислая (мацони) vs сладкая (шоколад);

3) жидкости для питья: кофе [Ереван 2014, 33], кока-кола (илл. 8)<sup>18</sup>, вода (илл. 10).

Вода и эпический материал всплывают и в «высокой культуре». Армянский скульптор Рубен Шавердян (1900–1977) вылепил две шамотовые вазы: «Кери-Торос» (1970) и «Армаган» (1970)<sup>19</sup> (илл. 13) [Шавердян 1982, 34, 37]. Шавердян изобразил Армаган, жену Старшего Мгера, как целомудренную, своенравную, стойкую девушку («И дева прекрасная поднялась, // Красавца Мгера увидела она... // <...> Хотел он (Белый Дэв), чтобы я была его женой, // Но, с божьей помощью, а не далась // И девственница до сих пор» [Давид Сасунский 1979, 110]). О её душевных качествах можно судить по позиции головы, по направлению взгляда. Основываясь на эпическом материале, можно сказать, что продолговатая фигура Кери-Тороса символизирует долгую (вертикальную) память в эпическом тексте (1–4 ветви).

Созданное Шавердяном показывает, что в «высоком» искусстве не работает социальная «память-привычка» (Бергсон) советской эпохи и появляются новые фигуры эпических героев. Причиной зарождения новых фигур является рецепция эпического материала, а не просто штамповая ретрансляция скульптуры Кочара или «изношенных» мотивов понаслышке. Из сказанного можно заключить, что только подлинная рецепция эпического (текстового) материала даёт «пищу» для инновативности, новизны темы отображения эпических героев.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что многоканальные китчевые товары ереванского вернисажа являются медиаторами

<sup>18</sup> Наша благодарность Айку Амбарцумяну за любезно предоставленную фотографию бутылки из-под кока-колы.

<sup>19</sup> Марина Степанян в своей статье по поводу образа-вазы Кери-Торос выделяет и подчёркивает: «сосредоточенность и родовую витальность этого бессмертного представителя знаменитого рода, сопровождавшего все события армянского эпоса» [Степанян 1982, 13].

армянского эпоса за пределами Армении. Наличие большого эмпирического материала с изображениями героев и мотивов армянского эпоса становится знаком-индексом «активности» армянского эпоса в социальной и коллективной памяти не только в советскую, но и в постсоветскую эпоху. Эмпирический материал показал также, что мотивы китчевых товаров воспроизводятся без аутентичной рецепции армянского эпоса. Сказанное не относится к артефактам представителей «высокой» культуры (Ерванд Кочар, Арташес Овсепян, Рубен Шавердян).

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Абрамян, Мелкумян 2012 – *Абрамян Л., Мелкумян Г.* «Сжатые» тексты сувениров и семиотика городского ландшафта // Критика и семиотика. 2012. Вып 16. С. 48–65.
- Абрамян 2014 – *Абрамян Л.* Танец вокруг горы: тоталитаристский праздник национальной идентичности в постсоветской Армении // Большой Кавказ двадцать лет спустя: ресурсы и стратегии политики и идентичности. Москва, 2014. С. 263–294.
- Арутюнян 2004 – *Арутюнян Г.* Вернисаж. Ереван, 2004.
- Ассман 2014 – *Ассман А.* Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика. Москва, 2014.
- Богатырёв 1971 – *Богатырёв П. Г.* Вопросы теории народного искусства. Москва, 1971.
- Бодрийяр 2006 – *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Москва, 2006.
- Вермишян и др. 2015 – *Вермишян А. Р., Баласанян С. А., Григорян О. Г., Керопян С. Н.* Локальные самости в Ереване: структуры городского пространства. Ереван, 2015. На армянском языке.
- Григорян 2010 – *Григорян М.* Давид Сасунский как альтернатива криминальным телесериалам? // Armenia Today. 09.02.2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://armtoday.info/default.asp?Lang=\\_Ru&NewsID=21365&SectionID=-1&PagePosition=27&search=%D0%94%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B4&mode=allwords](http://armtoday.info/default.asp?Lang=_Ru&NewsID=21365&SectionID=-1&PagePosition=27&search=%D0%94%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B4&mode=allwords) (дата обращения: 03.02.2017).
- Давид Сасунский 1979 – *Давид Сасунский:* армянский героический эпос. Ереван, 1979.
- Епремян 2002 – *Епремян Л.* Давид, Вардан, Ерванд (интервью с Генрихом Игитяном) // Новое время. 2002. 12 июня. С. 11.
- Ереван 2014 – Ереван. 2014. № 9 (27). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://issuu.com/yerevanarmenian/docs/7-9.\\_yerevan\\_armenian\\_n9\\_september\\_](https://issuu.com/yerevanarmenian/docs/7-9._yerevan_armenian_n9_september_) (дата обращения: 28.02.2017).

- Маклюэн 2003 – *Маклюэн Г. М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва, Жуковский, 2003.
- Мелкумян 2007 – *Мелкумян Г.* Ереванский «Вернисаж» как культурное пространство // Проблемы армянской этнологии и археологии. Материалы третьей научной конференции молодых учёных. Ереван, 2007. С. 238–244. На армянском языке.
- Мелкумян 2010 а – *Мелкумян Г.* Ереванский Вернисаж: блошинный рынок и ярмарка сувениров // Археология, этнология, фольклористика Кавказа. Тбилиси, 2010. С. 492–493.
- Мелкумян 2010 б – *Мелкумян Г.* «Незамечаемая» социальная и политическая культура: барахолка на территории Вернисажа // Традиционное и новое в армянской культуре (Армянская народная культура XVI). Ереван, 2010. С. 83–91.
- Мелкумян 2011 а – *Мелкумян Г.* Ереванский Вернисаж: между выставкой и ярмаркой // Город, миграция, рынок: новый взгляд на социокультурные проблемы в исследованиях ученых Южного Кавказа. Тбилиси, 2011. С. 48–66.
- Мелкумян 2011 б – *Мелкумян Г.* Динамика развития и сохранение армянской культуры на современном этапе (на примере культурологического исследования ереванских вернисажей). Диссертация на соискание учёной степени кандидата исторических наук. Ереван, 2011. На армянском языке.
- Мелкумян 2014 – *Мелкумян Г.* Ереванский Вернисаж: презентация и моделирование новых урбанистических брендов // *Habitus 1: Армения и археология и этнология соседних стран.* Ереван, 2014. На армянском языке.
- Сиян 2016 а – *Сиян Т. С.* Визуализация армянского эпоса в городском пространстве (на примере Ерванда Кочара) // ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 3 (9). С. 82–96.
- Сиян 2016 б – *Сиян Т. С.* Визуализация армянского эпоса в городском пространстве (на примере скульптора Арташеса Овсепяна) // ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 4 (10). С. 23–31.
- Степанян 1982 – *Степанян М.* Введение // Рубен Шавердян: Живопись, скульптура. Москва, 1982.
- Шавердян 1982 – Рубен Шавердян: Живопись, скульптура / Сост. Марина Степанян. Москва, 1982.
- Юнг 2010 – *Юнг К. Г.* Психология бессознательного. Изд. 2-е. Москва, 2010.
- Abrahamyan 2013 – *Abrahamyan L.* The Market and the Origins of Kitsch // *Market beyond to Economy / Ed. by Arsen Bobokhyan, Levon Abrahamyan and Kathryn Franklin.* Yerevan, 2013. P. 73–86.



- Eco 2007 – *Eco U*. Die Geschichte der Hässlichkeit. München, 2007.
- Melkumyan 2013 – *Melkumyan H*. Metamorphoses of the Yerevan Vernissage: From Cultural Event to Market // Market beyond to Economy / Ed. by Arsen Bobokhyan, Levon Abrahamyan and Kathryn Franklin. Yerevan, 2013. P. 13–20.

*Материал поступил в редакцию 19.03.2017*



Илл. 1



Илл. 2



Илл. 3



Илл. 4



Илл. 5



Илл. 6



Илл. 7



Илл. 8



Илл. 9



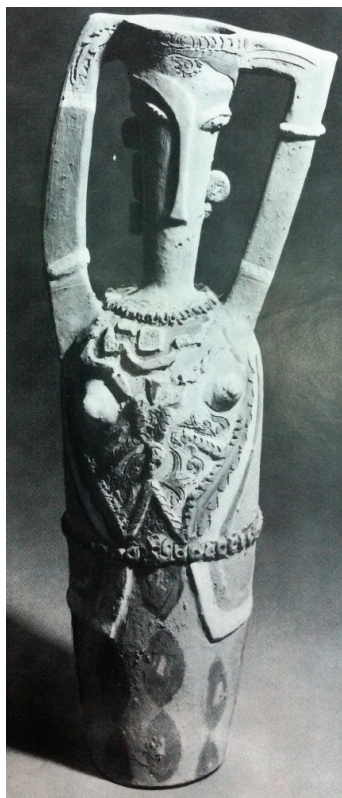
Илл. 10



Илл. 11



Илл. 12



Илл. 13