

ВИЗУАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ПО ИСТОРИИ ГОРОДА САМАРЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX – НАЧАЛА XX ВЕКА

В статье рассмотрены основные виды визуальных источников, которые могут быть полезны для изучения истории города, и методы работы с ними. Обоснована необходимость использования визуальных источниками в комплексе, приведены примеры толкования основных визуальных источников.

Ключевые слова: визуальные источники, визуальная антропология, открытки, фотографии, реклама.



ще Н.П. Анциферов в своем труде «Исторический город в теории экскурсий» отметил, что главная задача экскурсии ««синтезирующее восприятие городской среды, погружение в городскую среду» [1]. Именно визуальные источники позволяют историкам выработать алгоритм погружения в ту или иную городскую реальность.

Визуальные источники по истории города включают в себя его планы, открытки с видами города, фотографии, образы города в изобразительном искусстве, реклама и этикетки. По ним можно, в частности, воссоздать городскую архитектуру. «Архитектура оказалась для фотографии особым объектом, дающим возможность многогранного воспроизводства... Предмет изображения оставался неизменным, менялись способы и характер его изображения « ракурс, освещение, погодные условия» [2].

Большинство видовых открыток Самары были сделаны с колокольни Храма Христа Спасителя, который был расположен на Соборной (Куйбышева) площади. Объектами фотографического изображения на открытках были Иверский монастырь в его первоначальном виде и первоначальных границах, перспективы ближайших улиц, а на фото с улицы Почтовой мы видим извозчика и сам Иверский храм с высокой (85 метров) колокольней. Именно по открыткам мы можем воссоздать ту историческую реальность, которая была утрачена, « здания, которые были разрушены или после реставрации выглядят иначе: например, дом Санина, который отреставрировали слишком «по-современному», или винный склад купца Иванова, почти разрушенный в настоящее время.

Кроме открыток, большую роль в изучении жизни города играет такой визуальный источник, как реклама. В своей диссертации С.Ф. Галанин отмечает, что реклама, созданная без учета положения на рынке, психологии и практики потребления, бесполезна [3, с.101]. Изучая рекламу тех лет, мы можем сделать выводы о техническом оснащении Самары, о приоритетах самарцев, о том, за что они были готовы и за что не были готовы заплатить.

Рассмотрим пример из «Листка объявлений»: «Прачка. Непьющая. Знающая хорошо свое дело нужна в дом Бенке, механический завод. Приходить не ранее 12 часов дня». Давая объявление, Бенке платил газете за каждое слово, следовательно, выбирал их тщательно. В первом же предложении мы видим отличительную особенность искомой прачки: непьющая. То есть пьющая прачка не вызывает недоумения или гнева, но поскольку,

* © Андросова А.А., 2018

Андросова Анастасия Андреевна, магистрант исторического факультета, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, alexandr-anastasia@mail.ru

видимо, Бенке уже попробовал поработать с несколькими (раз решил дать объявление в газету), то отмечает это как главный фактор положительного решения о приеме на работу. Далее, «знающая хорошо свое дело» «казалось бы, само собой разумеющийся аспект» также выносятся в отличительные черты и обязательные условия. И, наконец, мы можем сделать вывод о некоторых бытовых условиях самарцев: прачки к господам приходили рано утром, так как Бенке отдельно оговаривает, что к нему нужно прибыть «не ранее 12 часов дня».

Совершенно особым визуальным историческим источником являются достаточно многочисленные фотографии горожан. Фотография как визуальный исторический источник обладает целым рядом специфических особенностей. Ролан Барт в монографии «Camera lucida» отмечает, что видит в позировании что-то ненастоящее и неискреннее. «Ощущение при позировании неаутентичности, поддельности. Мы никогда не честны перед объективом. Мы фабрикуем свое тело, свое лицо» [4]. Операцию дешифровки источника, то есть учет постановочного характера фотографий, безусловно, следует учитывать при атрибутировании фотоисточников.

Надо сказать, что поход к фотографу, особенно в первые годы после появления фотографии, был неким ритуалом, действием прямо-таки исторического значения – особенно для людей, которые находились где-то внизу социальной лестницы. Впрочем, и для средних классов это тоже было характерно «поход к фотографу требовал особой подготовки, особой прически, специальной одежды, настроения, сосредоточенности».

В настоящее время не прекращается полемика о том, можно ли рассматривать фотографию как исторический источник, который передает быт таким, каков он был, ведь на фотографиях люди «ненастоящие», а такие, какими бы они хотели быть. Альф Людке [5] считает, что это возможно только в комплексе с остальными источниками и в сравнении с другими фотографиями. Соответственно, если рассматривать фотографию вкуче с другими визуальными историческими источниками, мы можем получить полноценное историческое исследование.

Библиографический список

1. Барт Р. Camera lucida / пер., коммент. и послесловие М. К. Рыклина. М.: Ad Marginem, 1997.
2. Визуальная антропология: городские карты памяти / Под ред. Романовой П.В., Ярской-Смирновой Е.Р. М.: Вариант, ЦСПГИ, 2009.
3. Галанин С.Ф. Газетная реклама как исторический источник: По материалам казанских газет второй половины XIX века: дис. ... канд. ист. наук. Казань, 1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/gazetnaya-reklama-kak-istoricheski-istochnik-po-materialam-kazanskikh-gazet-vtoroi-poloviny>
4. Горбунова А.Н. Роль визуальных источников в формировании представления о социокультурном облике провинциального уездного города (на примере Царицына 1867-1925 гг.) // Всероссийский конкурс на лучшую работу по русской истории «Наследие предков – молодым». [Электронный ресурс]. URL: <http://ist-konkurs.ru/raboty/2011/1360-izbranie-episkopov-na-rusi-tserkovnaya-praktika>
5. Людке А. Как работать с историческими фотографиями. [Электронный ресурс]. URL: <https://urokiistorii.ru/article/1077>

**VISUAL HISTORICAL SOURCES ON THE HISTORY OF SAMARA
OF THE END OF THE 19TH AND THE EARLY 20TH CENTURY**

The author focuses on main types of visual historical sources which could be useful for studying the town history, and methods of examining them. She underlines the necessity of studying of visual sources in complex with other historical sources and proposes some examples of interpretation of such sources.

Keywords: visual sources, visual anthropology, postcards, photo, advertising.

УДК 392.86

П.А. Имукова*

ЧАЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ XIX ВЕКА

В данной статье рассмотрена история появления чая в России, некоторые традиции, связанные с его употреблением, а также изменение отношения к чайной традиции в конце XIX века.

Ключевые слова: чай, карточные игры, интеллигенция.



Истории появления чая в России написано много. Как пишет в своей работе «Чай» В.В. Похлебкин, о чае в России узнали в 1567 г. [8, с.93]. В 1638 г. чай был привезен в качестве подарка от одного из западномогольских ханов. Но, хотя в России чай появился раньше, чем в Англии, он не получил популярность и употреблялся как лекарственное средство [5, с.122].

Кроме широко известного тонизирующего действия, чай также оказывает и «моральный» эффект, т. е. улучшает настроение и успокаивает. «Этот эффект был известен с древнейших времен, и он дал повод к обычаю вести деловые, а особенно дипломатические переговоры за чаем» [8, с.84]. Подтверждения этому мы находим в литературе. Коммерсанты Гиляровского заключают сделки за чаем [2, с.194], а пушкинские генералы, попивая чай с ромом, составляют военные планы [9, с.488].

Первоначально чай в России являлся придворным напитком, но со временем становится народным достоянием. Однако при этом в России чай остается сугубо городским напитком [8, с.93]. В столицах чай был доступен всем слоям населения, но за их пределами чай оставался атрибутом стола уездного дворянства.

В петровскую эпоху вместе с модой на все европейское пришла и мода на европейскую еду. «Уже в начале XVIII века мы встречаем как приглашенных поваров-иностранцев, так и своих крепостных молодых людей, выучившихся у иностранных поваров» [7, с.18-19]. Большое влияние на формирование застольной традиции оказали рестораны. В России рестора-

* © Имукова П. А., 2018

Имукова Полина Анатольевна, бакалавр исторического факультета, Самарский национальный исследовательский университет им. Академика С. П. Королева, cheeloverly80@gmail.com