

Овчаренко Т.С.

кандидат культурологии, доцент
кафедры культурологии, искусствоведения
и философии культуры,
Одесского национального политехнического
университета, г. Одесса

ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДИРОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ: ГЕРАЛЬДИКА И ФАЛЕРИСТИКА В СОБРАНИЯХ ИЗВЕСТНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ

Актуализация и постановка проблемы. Культурное наследие окружает нас во всех сферах жизни. В настоящее время остро стоит вопрос о пересмотре отношения к мифам, легендам и стереотипам о стране и отдельных ее регионах. Все чаще для привлечения туристов в страну стали использовать новые культурные практики, такие как бренд и актуализация объектов культурного наследия в современных условиях жизни. Тем более, что 2018 год назван в Европе годом Культурного Наследия, а Президент Украины поддержал эту инициативу и 2018 год объявлен в Украине «Годом охраны памятников культурного наследия».

Немецкая исследовательница Сибилл Крамер говорит об использовании термина «культурные практики» так: «Мы используем этот термин для определения стратегий для работы с символическими мирами; стратегий, которые изменяемы и которые тем или иным образом связаны с материальными рутинами. Культурные техники порождают рутины, семиотические практики расширяют наши возможности для коммуникации и когниции» [1].

Каждый город и регион в целом, старается создать свой неповторимый облик, «образ», оригинальный, при этом сохраняя историческую аутентичность. В качестве бренда городов используют как традиционную символику (гербы, флаги, гимны), так и новаторские идеи – логотипы. Такое брендинг представлено в разных формах, например, через актуализацию архитектурно-ландшафтных объектов, через декоративно-прикладные предметы и через полиграфическую продукцию.

Одной из форм актуализации наследия все же остается коллекционирование (государственное и частное). Тем более, что коммуникация «посетитель-музей» или «посетитель-коллекция» также изменила свои традиционные формы и стало более индивидуальным, свободным, виртуальным, интерактивным.

Анализ последних публикаций и исследований по теме. Вопросы, связанные с такими понятиями как «брендинг», «культурный брендинг», «ребрендинг» очень доступно и удачно озвучены в научном исследовании Кейт Динни «Брендинг территорий». Именно отсюда мы узнали, что

«культурный брендинг – это современная форма репрезентации города, региона и страны в целом, позволяющий показать социокультурное пространство с ярко выраженными самобытными чертами»[2].

Вопросы, связанные с геральдикой и фалеристикой раскрыты в энциклопедиях, словарях. Однако, и тут мы смогли обратиться к таким научным работам как «Геральдика» М.Пустуро, который рассматривает геральдику в процессе изменений, происходящих в искусстве в течение веков до сегодняшнего дня[3].

Очень помогла в исследовании книга Ярослава Семотюка[4], в которой он познакомил украинского читателя с украинскими военными традициями. Книга автора была переведена на разные языки и стала популярной во всем мире.

Говоря о развитии геральдики и фалеристики в Украине, следует отметить, что в последнее время проводится большое количество конференций, симпозиумов, научных исследований по теме. В большинстве случаев они затрагивают вопросы краеведения и туризма в Украине. О возрастающем интересе к феномену геральдики и фалеристики говорят и работа таких товариществ как Украинское геральдическое товарищество, Научное товарищество геральдики и вексикологии, Украинская академия геральдики.

Выделение нерешенных ранее вопросов по теме. И все же, белым пятном проблемы остается вопрос о коллекционировании национальных символов украинского народа и актуализации их в современном культурном пространстве.

Как утверждают ученые, геральдика и фалеристика – это науки законченные, цельные и почти не развивающиеся в настоящем времени. Однако данные темы могут быть включены в определенные дисциплины гуманитарного цикла. Такие как, «актуализация культурного наследия», «современная украинская культура», «основы искусствоведения», «жанры и виды искусства» и другие. Также интересно проследить, какую нишу в системе современных ценностей (общечеловеческих и индивидуальных) займут такие понятия как герб, флаг, гимн, орден, медаль и т.д.

Цели статьи. Нашей целью было – определить роль и функциональное предназначение геральдики и фалеристики как элементов брендинга в современной культуре и показать некоторые известные коллекции этих предметов. Для примера мы взяли украинские национальные символы – казацкие клейноды, элементы которых используются и по сей день в символике некоторых украинских городов.

Основной материал. Геральдику называют предвестницей брендинга в современном понимании. Вместе с этим термином используют все известные «логотип», «ярлык», «лейбл», «эмблема». Рассматривая логотип как знак-символ, мы определяем его зарождение значительно более ранней эпохой и связываем его с геральдикой. С позиций семиотики важно понимать,

чтоглавнойзадачей герба всегда оставалось не декларированиепринадлежности к некоемуизбранному кругу, а герб – этопреждевсегоопознавательный знак.

Описанием и толкованием гербов занимались первоначально герольды, которые выработали определенный язык (жаргон) и правила, соблюдавшиеся безукоснительно всеми. В наше время геральдика из прикладного знания превратилась во вспомогательную историческую дисциплину.

Упоминание о символических изображениях (прообраз гербов) встречается в произведениях Гомера, Вергилия, Плиния и других античныхавторов. Легендарныегерои и реальныеисторическиеличности, например цари и полководцы, часто имели личные эмблемы (например, шлем АлександраМакедонскогоукрашалморскойконь (гиппокамп), шлем Ахиллеса – орёл, шлем царя НумибииМасиниссы – пес, шлем римскогоимператораКаракаллы – орел). Некоторыеэмблемыостровов и городов античного мира использовалисьпостоянно – на монетах, медалях и печатях. Так, эмблемойАфинбыла сова, Коринфа – Пегас, Самоса – павлин, острова Родос – роза[5].

Для создания бренда любого города страны или даже небольшого поселка, необходимо предложить визуальный ряд символов и кодов, по которому будет «читаться» история и самобытность данного места или страны в целом, а также для создания привлекательности и комфортности будущим туристам-посетителям.

Такими визуальными элементами есть герб и флаг. Например, город Одесса узнаваем по эмблеме города «морячок» или «морской якорь» (использовался для фильмов Одесской киностудии), по сине-голубым цветам, символизирующим море, и песне «У Черного моря...», которая встречает всех гостей на вокзале. Однако, сейчас часто можно услышать разговоры о том, что все эти символы устарели и не несут уже той смысловой и эмоциональной нагрузки как раньше. Чтобы город был узнаваем необходимо провестибрендинг «мифов» Одессы.

Геральдикакакособая форма символики возникла в феодальной Западной Европе, где герб был отличительный знак имени. Отдельно можно выделить цеховые гербы, которые создавались именно для брендинга продукции той или иной мастерской. В таких гербах видны уже зарождающиеся основы символизма семиотики. Так, виноделы изображали на своем гербе бочку, цирюльники – ножницы, а мясники – быка. Подобночастным гербам, государственные гербы и эмблемы зарождались исторически и имелисвоилегенды. Также можно привести примеры как цеховые мастера украшали «мистерияльные повозки» во время театральных процессий, дабы не только выделиться среди остальных мастеров, но и с целью рекламы своего товара и марки. По-видимому, герб был единственным средством и способом заверить необходимые документы, поэтому должен был быть понятен всем [6].

Существовало несколько типов геральдических систем: Западноевропейская (в основе – личное, индивидуальное начало), польская

(родовое начало), «смешанная» или «русская» система геральдики в России. В XIX в. гербоведение получило широкоераспространение и во многих странах появлялись аристократические кружки, занимающиеся блазонированием (описанием) гербов.

Фалеристика – коллекционирование орденов, медалей, значков, любых нагрудных знаков (в том числе почетных, юбилейных, ведомственных, об окончании учебных заведений и т. д.), а также наука, историческая дисциплина, занимающаяся изучением истории этих предметов, их систем и их атрибуцией. Термин «фалеристика» впервые был употреблен в 1937 году чехословацким коллекционером наград О. Пильцем, а в русский язык термин ввел историк из Баку, известный коллекционер и исследователь, специалист по наградам Р. В. Шейн [7].

Фалеристика представлена в Украине в основном орденами и медалями времен Великой отечественной войны. В Украине существует «Ассоциация коллекционеров военной символики» (АКВС) – не правительственная, не политическая организация, цель которой содействовать творческой, профессиональной деятельности в сфере изучения военной символики, военной истории, создавать условия для сохранения и возрождения традиций патриотизма, содействия сбору и сохранению военной символики Украины и других государств, как военно-исторического наследия. Ее президент Игорь Масленников. Также в Украине действуют организации филателистов, нумизматов, бонистов, которые коллекционируют, сохраняя историю для потомков.

Выводы из данного исследования и перспективы дальнейшего развития в этом направлении. Значимый этап развития украинской национальной символики – казачество. Украинское казачество имело свои символы-награды, или клейноды (в переводе с немецкого «драгоценность»). Среди них – корогва, бунчук, булава, печать с гербом, пирначи, литавры, значки, палицы. Многие из них оказались за границей – в России (в Эрмитаже, в Свято-Преображенском соборе в Санкт-Петербурге), другие – за границей (в Швеции). И в настоящее время ведутся работы по возвращению национальных ценностей на родину [8].

Одной из действенных форм сохранения, брендинга и актуализации культурного наследия страны остается коллекционирование, как частное так и государственное (музейное). Приведем некоторые примеры:

1. Музей истории оружия – частный музей в Запорожье. В музее представлен широкий спектр холодного и огнестрельного оружия: от оружия каменного века до автоматов Второй мировой войны. Музей открыт 7 июля 2004 года. Хронологические рамки коллекции охватывают промежуток времени – от древних времён до середины XX века. Его основатель коллекционер и меценат из Запорожья Виталий Шлайфер собрал большую коллекцию образцов оружия казаков в XVI-XVIII вв [9].

Среди экспонатов музея –грушевидная булава (иногда изображается на художественных полотнах в руках Богдана Хмельницкого) – на ней нет ни знаков, ни надписей. Булава, состоящая из 13 перьев, что символизирует 13 порогов Днепра. Боевые косы – они были на вооружении казаков (косаньеров), топоры, мечи, пики, кистени, копья, сабли, штык-багинет и многое другое [10].

2. Музей сельского быта казаков образца 18 столетия на хуторе «Галушковка». Изюминка музея – коллекция казацкого оружия.

3. В нескольких исторических музеях Украины (в Переяслав-Хмельницком, в Черниговском, в Днепропетровском им. Д.Яворницкого, в Национальном музее истории Украины, Белоцерковский краеведческий музей хранит булаву из орехового дерева с позолоченным шаром на конце, знамя малинового цвета (находка из села Шпендеевка), булавы, бунчук и литавры периода 17–18 ст.

4. Коллекция доктора медицинских наук Юрия Лукияна Сас-Подлусского – мецената Украинского Национального Музея в Чикаго, почетного президента американского нумизматического товарищества, Генерального есаула отдела нумизматики и казацкой геральдики Генерального управления украинского вольного казачества, члена разных медицинских товариществ. Его коллекция – это уникальное большое фалеристическое наследие периода освободительного движения украинцев. Он первым в 60-ых годах прошлого столетия для американского журнала “The Medal Collector” описал важные события из украинской истории и заложил основу для открытия в журнале нового раздела: “Награды Украины”. Важным событием в жизни коллекционера становится 1963 год – выставка Central States Numismatic Society, где он впервые представил на американском континенте экспозицию “Nations in struggle against Communism”. Также он параллельно собирает коллекцию черныбыльских наград и медалей. Благодаря своей работе, оптимизму и щедрости, коллекционер тратит собственные деньги на приобретение предметов украинского наследия и дарит их потом музею [11].

6. Ермоленко Андрей Иванович – украинский художник, иллюстратор и дизайнер, арт-директор «Українського тижня», известный коллекцией нашивок для воинов, созданием неофициальных современных логотипов и гербов для городов Украины «United Colours of Ukraine» (24 штуки), и созданных по заказу украинского бренда одежды Charaev Street (футболки Yürek скрытотатарскими орнаментами) [12].

Использование предметов культурного наследия (в частности геральдических и фалеристических) возможно и не только в прямом назначении. Их стилизованные образы используют в создании бренда городов для привлекательности той или иной территории, а также на всевозможных предметах быта и домашнего обихода (кружки с символикой, тарелки, футболки, шарфы, брелки и т.д.).

Создание бренда предполагает персонифицирование позитивного образа и визуального влияния на аудиторию. Региональная символика (в том числе и

территориальная и городская геральдика) выступает не только своего рода маркером, который обозначает территориальное разделение и границы, но и используется в более широком смысле, выполняя функции самоидентификации и актуализации культурного наследия тех или иных регионов страны.

Список использованной литературы:

1. Krämer, S. Erfüllen Medieneine Konstitution sleistung? Thesenüberdie RollemedientheoretischerErwägungenbeimPhilosophieren, in: Münker, Roesler, Sandbothe 2003, S. 78-90.
2. Брендингтерриторий. Лучшие мировые практики Кейт Динни Издательство: "Манн, Иванов и Фербер", — М, 2013
3. Пустуро М. Геральдика. — М.: Астрель, 2003. — 144 с.
4. Семотюк Я. Українськівійськовінагороди ордени, хрести, медалі, відзнакитанашивки/ редактор. М.Гавриш, фотографії І. Геречка. // Цдоповненне видання. — Торонто, 2004 - Канада — С. 50
5. Электронный ресурс: http://www.exkurs.ru/history/Heraldry_history.htm
6. Славкина Т.Брендинг культурного наследия на примеребольшогособранияизящныхискусствasg №3 (07) 2014 108 музейныетехнологии
7. Шейн Р. Фалеристика — сестра нумизматики.— «Декоративноеискусство СССР», 1965, № 8.
8. Электронный ресурс: <http://www.kozatstvo.net.ua/ua/publications/uk>
9. Электронный ресурс: www.museummilitary.com
10. Электронный ресурс: <http://rus.newsrussia.ru/rest/03feb2008/zbroja.html>
11. КлимчакМарія.З його колекцій світ дізнавався про Україну. — Електронний ресурс: <https://rozмова.wordpress.com/2017/11/09/mariya-klymchak/>
12. Ермоленко А. И. Электронный ресурс: <https://styler.rbc.ua/rus/zhizn/united-colors-of-ukraine-znamenitaya-seriya-1440961997.html>
13. Медведев М.Ю. Геральдика // Специальные исторические дисциплины. СПб, 2003.
14. Коробов О.І.. Клейноди козацькі // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наук. думка, 2007. — Т. 4 : Ка — Ком. — С. 345.
15. JanNepomucenCzarnowski, Ukraina i Zaporozeczyli Historia Kozaków odpojawieniasięich w dziejach, doczasuostatecznegoprzyłączeniado Rossyi,1854 , s. 32-45.