

М. Ю. Тимофеев

**ПСЕВДОСОВЕТСКИЙ ОБЩЕПИТ КАК ИМПЕРИЯ ЗНАКОВ:  
СИСТЕМНО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.  
ЧАСТЬ 1. АРТЕФАКТЫ**

Посещение современных ресторанов и кафе «в советском стиле» может создать у людей, не знакомых с жизнью в СССР, искажённое представление и об общепите, и об образе жизни не столь уж далёкого прошлого. Как отметил А. Казакевич, «в течение десятилетий “советское” было составной частью реальности. После двадцати лет несоветского/постсоветского существования этот феномен — некогда точно определенный и полностью понятный на различных уровнях публичной коммуникации — становится все более размытым, непонятным, бессодержательным и проблемным» [7, с.164].

Объектом настоящего исследования являются российские концептуальные заведения общественного питания, тематически связанные с феноменом советскости<sup>1</sup>. В статье обобщены результаты полевых исследований 2006-2012 годов, а также мониторинг интернет-ресурсов за последние три года. В первой части будут рассмотрены визуальные атрибуты советскости (внешний облик и внутреннее убранство ресторанов, кафе, баров, оформление меню и т.п.) и «материальная часть» — детали интерьера, антураж. Вторая часть статьи будет посвящена анализу нарративных практик — рекламных текстов, наименований самих объектов, а также предлагаемых в них блюд и напитков<sup>2</sup>.

***Советское — значит, шампанское: функции знаков советскости***

Мода — это стадия чистой спекуляции в области знаков...

*Жан Бодрийяр «Символический обмен и смерть»*

Концептуальные объекты общепита в «советском стиле» являются частным случаем разного рода ретрозаведений. Однако следует отметить, что многочисленные трактиры и рестораны в «русском стиле», где реконструируется образ досоветского прошлого и вос/создаётся соответствующий купеческий или дворянский антураж, гораздо в большей сте-

<sup>1</sup> Анализу конструирования советскости в заведениях общественного питания Украины будет посвящена отдельная статья.

<sup>2</sup> Вторая часть статьи — «Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 2. Нарративы» — будет опубликована в следующем номере журнала.

пени воспринимаются как имитация, так как из-за значительного разрыва во времени и утраты культурной традиции в них отсутствует эффект подлинности.

Кроме этого, в отличие от псевдосоветских, заведения в «дореволюционном стиле» не предполагают элемента ностальгии. В значительной степени можно согласиться с утверждением Л. Горалик о том, что советский ретро-стиль предназначен в первую очередь для тех, кто по разным причинам ностальгирует по «советскости» [5]. Следует сказать, что даже в крупных городах еще сохранились аутентичные заведения советского времени, иногда сменившие вывеску, но сохранившие интерьер и дух места. Случай, который я рассматриваю, конструируется иначе.

Парадигма для выбора концептов советского стиля достаточно многообразна. Это может быть суровый стиль послереволюционного быта 1920-х годов или напротив относящийся к той же эпохе нэпмановский, более соответствующий духу исследуемого места. В концепции возможны вариации на темы 1930-х, как это сделано в ресторане «Спецбуфет № 7», который находится в знаменитом «Доме на набережной» [См.: 17], или полукриминальный дух конца 1940-х, воссозданный в московских ресторанах «Чёрная кошка», идея создания которых была навеяна позднесоветским сериалом «Место встречи изменить нельзя». Чистота стиля, отсылающая к той или иной эпохе истории СССР, встречается достаточно редко. Обычно советскость репрезентируется в предельно широком временном промежутке — это достаточно условный сталинский, хрущёвский, брежневский стиль или же просто эклектичный «стиль СССР». Разного рода артефакты 1920-1980-х годов представлены во многих кафе и ресторанах оригиналами, но реконструкция советского быта в интерьерах в значительной степени базируется на культурных текстах, а не на личном опыте и воспоминаниях. В памяти ныне живущих поколений зафиксирована, прежде всего, вторая половина XX века, и среди тех, кому за тридцать, следует искать владельцев-заказчиков и авторов-исполнителей концептуальных проектов, а также часть сотрудников и постоянных посетителей такого рода мест.

Очевидно, что имитация советскости в современном общепите может быть достигнута разными способами, общим будет лишь семиотический характер процесса реконструкции. Проводниками в дивный советский мир являются два типа знаков: 1) аутентичные тексты и объекты культуры советского времени и 2) тексты и объекты, создаваемые в настоящее время, имитирующие символы и реалии времён СССР [См.: 18; 19; 20]. Представляемые ими означаемые будут существенно различаться. В первом случае мы будем иметь дело с апелляцией к реликтам, выпавшим из контекста и унаследованным современной культурой, а во втором — с симулякрами, указывающими на отсутствующую в настоящее время культуру прошлого. Будучи интегрированными в пространство ресторана или кафе в советском стиле аутентичные вещи начинают функционировать иначе, и указывают уже не на определённый денотат, а на неопределённый референт — условную, воображаемую реальность.

Мода на символическую эксплуатацию советскости появилась ещё в начале 1990-х годов [См., напр.: 4]. Однако, постепенно следом за использованием «говорящих» названий и атрибутики стали возникать места, концептуально эксплуатирующие образы советскости. Как можно судить по результатам мониторинга интернет-ресурсов, в настоящее время даже далеко не во всех крупных городах на рынке услуг можно обнаружить заведения псевдосоветского общепита. Тем не менее, количество таких мест, появившихся в основном в последнее десятилетие и действующих до настоящего времени, в России и Украине достаточно велико<sup>1</sup>. Нередко «новая советскость» позиционируется как элемент модного потребления. Это приводит, в частности, к тому, что некоторые подобным образом маркированные места относятся к сегменту «luxury» [См.: 24]. Впрочем, среди них можно найти и вполне демократические заведения. Этот тренд объединяет некоторые государства пост-советского пространства с отдельными бывшими странами соцлагеря в Восточной Европе.

В Варшаве, Лодзи, Торуня и Закопане сетевые закулочные «Мета», интерьеры которых изобилуют разнообразными артефактами времён ПНР, используют универсальный для рекламы ностальгических проектов слоган: «Почувствуй вкус и атмосферу прежних лет» [См.: 30]. Безусловно, это обещание не следует понимать буквально. Что касается псевдосоветского общепита, то знакомый вкус блюд советского прошлого в значительной степени утрачен. Воссоздание пищевых продуктов в результате изменения технологий и замены ряда ингредиентов,

<sup>1</sup> Вот заведомо неполный перечень подобных мест в России: рестораны «Спецстоловая №1 СССР» в Анапе, «Красный ресторан-клуб “СССР”» в Волгограде, «Будь готов!» в Гатчине и Магнитогорске, «Ударник» в Перми, «Джентльмены удачи» в Саратове, «Плачущая ива» в Нижнем Новгороде, «Навек родня» и «Старая квартира» в Самаре, «Коммуналка» в Туле, «Ели-Пили» в Казани, «Серп и молот» в Улан-Удэ, в Ростове-на-Дону ресторан-клуб «Советский», кафе «Пивная на Советской» в Новомосковске, «СССР» в Смоленске, «Советская ностальгия» в городе Дзержинске Нижегородской области, «Город Горький» в Нижнем Новгороде, «На троих» в Омске, «Общепит № 747» во Пскове, «Ностальгия» в Астрахани, Воронеже и Липецке, «Товарищ» в Чебоксарах, «Блинчики» во Владимире, спорт-бар «СССР» во Владивостоке, бар «Калинин» в Твери и «Крыжополь» в Ставрополе, ресторан «Иван Васильевич» и пивная «Афоня» в Ярославле, в родном городе В. И. Ленина Ульяновске это «Питейное заведение “Шипр”», на родине первого Совета в Иваново – пивной ресторан «Хмель», кафетерий и рюмочная «СССР», в Новосибирске пивная «Серп и молот», в Волгограде – «Социализм», в Кирове пивной бар «Каземат» и ресторан «Райком», в Тюмени кафе-ресторан «Горкомовское», в Петрозаводске и Североморске развлекательные клубы «Рай.com». Рестораны «ГлавПивТрест» имеются в Волгограде, Магнитогорске, Ростове и Челябинске. В некоторых крупных городах число таких мест довольно велико. Так, например, в Екатеринбурге это рестораны «СССР» и «Дача», трактир «Шуры-Муры», гриль-бар «НЭП», в «колыбели трех революций» городе-герое Санкт-Петербурге в разное время существовали и продолжают работать в настоящее время кафе «В-Месте», «Красный уголок», «Ленин жив», «МосПончик», «Правда», «Рюмочная», «Советское кафе “Квартирка”», «СССР», а также рестораны «Зов Ильича», «На здоровье», «НЭП», «Пропаганда», «Старый парк», «Столичный» и «Советский Союз», кафе-бар «ГСМ». В Москве число таких мест ещё больше (рестораны «Бункер Сталина», «Валерий Чкалов», «Главкурорт», «Главпивторг», «Горки», «ДК Революция», «Жигули», «Кавказская пленница», «Квартира 44», «Керосинка», «Коммпартия», «Павильон», «Петрович», «Покровские ворота», «Служебный вход», «Спецбуфет №7», «Чердак 100%», «Чёрная кошка», «Чёрная кошка на Лубянке», «Щит и меч», чебуречная «Советские времена» и кафе «СССР», «Старая Москва», «Столовая № 57» в ГУМе, пивной бар «Камчатка», рюмочная «Территория СССР»). На Украине это киевские кафе-бар «Рай.com», народный пивной паб «Пивная № 1», клуб «Петрович», рестораны «Спотыкач» и «Товарищ Маузер», находящийся, кстати, в торговоразвлекательном центре «Большевик»; пабы «Blind Age» и «По2л.», а также принадлежащие сети «Pees Boy Club» пролетарская пивная «У станка», банкетный зал «Изба Вождей» и пивной клуб «Партизан» на территории одноимённого загородного комплекса. К ним можно добавить сеть городских ресторанов «Вареничная “Победа”» в Киеве и Севастополе, ресторан-кафе «Парадная № 1» в Одессе, ресторан «Полёт» в Харькове, кафе-бар «Политбюро» в Запорожье, кафе «Ностальгия» и паб «Пролетарский» в Симферополе, бар «Подпольный райком» в городе Перечине Закарпатской области.

как отмечала Р. Чепайтене, приводит к тому, что среди них «становится больше имитаций под советские, поскольку их вкусовые и другие качества мало общего имеют с действительностью того времени» [23]. Блюда советской кухни, если и воспроизводятся в ресторанах, то выборочно: салат оливье или шницель по-министерски присутствуют в меню в большей степени как знаки советского прошлого, что обычно акцентируется в меню. Опять же создатели такого рода мест вовсе не пытаются воспроизвести максимально точно какой либо тип советского общепита, хотя порой они находятся в помещениях того времени. Другими словами, псевдосоветский «новодел» лишь выполняет знаковую функцию, представляя ценность не сам по себе, а лишь в отношении к советской реальности. Его сущность можно обозначить термином «поп-коммунизм», предложенным польскими исследователями трансформации культурных смыслов в бывших странах Восточного блока [27, с. 7]. Меморативные ностальгические практики ориентированы на игру в прошлое, на восприятие истории как развлечения, аттракциона.

Концептуальные ресторанные проекты предполагают определённую целостность замысла и его реализации от структурной организации различных уровней системы до мелочей, отдельных деталей. Конструирование пространства общепита как локуса советской реальности осуществляется при помощи концептуальных номинаций и создания соответствующей знаковой системы. Для того чтобы понять, каким образом идея советскости реализуется в рамках заведений общепита как упорядоченной целостности, полезно применить системный подход А. И. Уёмова [21], адаптированный к анализу неформализованных систем И. В. Дмитриевской [6]. В работах этих авторов понятие «система» определяется как вещь (или множество вещей), обладающая, во-первых, отношением с заранее фиксированными свойствами и, во-вторых, свойствами с определенным отношением. В системе присутствуют три уровня организации — концептуальный (уровень системообразующего свойства), структурный (уровень системообразующего отношения) и субстратный (уровень элементов системы). Системообразующими компонентами являются концепт и структура, субстрат же играет подчиненную роль.

Идея советскости, выступающая в качестве концепта псевдосоветского общепита, задаётся в наименовании мест, либо указывается с помощью косвенных атрибуций — дополнительных названий («советское кафе», «ресторан в советском стиле», «советская пивная») и уточняется советской символикой в оформлении вывески и рекламных материалов. Концепт реализуется в рамках вариативной структуры на определенном субстрате. Структурой является организация предприятия общественного питания, взаимосвязь задействованных в реализации идеи функциональных элементов (помещение, его зонирование, посадочные места, оформление интерьера и т.п.). На практике это выражается в том, что знаки советскости присутствуют повсеместно — от входа и коридора до туалетных комнат. Уровень элементов системы может быть предельно разнообразен — это мебель, многообразные детали интерьера,

посуда, меню и проч. Количество советских артефактов среди субстрата системы может разным, но они присутствуют всегда. Возможно, дизайнеры исходят из утверждения Ж. Бодрийера о том, что старая вещь «лишена какого-либо выхода в практику и явлена нам исключительно затем, чтобы нечто означать. Она неструктурна, отрицает структурность в принципе, знаменует собой совершенное отречение от первичных функций. Однако же она не является нефункциональной или просто «декоративной», и в рамках системы у нее есть вполне специфическая функция: ею обозначается время» [3, с. 83].

Наличие знаков советскости на каком-то одном уровне организации заведения общепита не создаёт систему. Название бара-клуба «Ленин» в Казани, с узнаваемым профилем в логотипе этого заведения (рис. 1) или его портрет в витрине караоке-бара

**ЛЕНИН.  
НАЧАЛО.**  
«МЫ ПОЙДЕМ СВОИМ ПУТЁМ»



«Шизгара» в Иванове не выступают в качестве системообразующего начала для этих заведений. Основываясь на выделенных Р. Бартом трёх типах отношений знаков — символических, парадигматических и синтагматических [1, с. 246 – 247], можно констатировать, что парадигмальные отношения в этих случаях не устанавливаются, игра означающих останавливается на уровне символики.

Согласно семиотической теории Ч. Морриса, нечто есть знак только потому, что оно интерпретируется как знак чего-либо некоторым интерпретатором [12, с. 48]. Советскость, будучи уходящей натурой, требует узнаваемости и за пределами ностальгирующей целевой аудитории. Поэтому для маркировки заведений несоветского общепита используются знаки наиболее доступные для интерпретации в рамках кодов советскости.



Если театр начинается с вешалки, то кафе, бар или ресторан в советском стиле с вывески. О названиях речь пойдёт во второй части статьи, сейчас же я остановлюсь на эмблемах, используемых в оформлении экстерьера предприятий псевдосоветского общепита. Стандартными индексальными знаками коммунизма/советскости являются серп и молот, пятиконечная красная звезда, флаг и герб СССР, изображение Ленина. Чаще всего из этой парадигмы выбирается одна или две эмблемы (рис. 2).

Иногда все перечисленные элементы используются одновременно, и если псевдосоветский ресторан имеет сдержанный и аскетичный внешний вид кафе-стекляшек 1960-1970-х годов (рис. 3), то предчувствие того, что посетители попадут в интерьер, выполненный в эстетике эклектики и кича [См.: 31], чаще всего не обманчиво. Возможно, что за тонированными стеклами мы обнаружим помпезный стиль 1950-х с тёмно-пурпурным бархатом партийных знамён, вдохновлявший соавторов-основателей соц-арта В. Комара и А. Меламида.



Красный цвет как знак коммунизма используется в оформлении часто и избыточно много. В какой-то степени цветовые ассоциации сходны с проанализированной Р. Бартом с гаммой итальянского триколора в рекламе фирмы «Пандзани» [2, с. 298 – 299]. Однако для людей, не понаслышке знакомых с советской культурой,

семантика красного включена в значительно более богатый контекст, чем цвет государственного флага. Порой кажется, что дизайнеры пытаются превзойти автора стихотворения «Кумач» Н. Асеева, создавшего своего рода апофеоз цветового нарратива («Красные зори,/ красный восход,/ красные речи/ у Красных ворот,/ и красный,/ на площади Красной,/ народ»).



Превалирование цветового акцента на вывесках иногда приводит к тому, что звёзды изображаются на алом фоне белыми или жёлтыми, но визуальный код подразумевает, что «на самом деле» они красные (рис. 4). Кроме перечисленных визуальных знаков на вывесках используется «Знак качества», силуэт территории СССР, стилизованные изображения пролетариев и скульптуры В. Мухиной «Рабочий и колхозница». В качестве эмблемы общероссийской сети «Столовая № 1» используется изображение советской монеты достоинством в одну копейку.

Казалось бы, что идея производства объектов ностальгии сама по себе подразумевает иронический модус их репрезентации [См.: 9]. Однако, как это ни странно, представитель общественной организации «Коммунисты России» вполне серьёзно утверждает, что «придет время, когда повара и администраторы подобных мест будут в обязательном порядке утверждаться на заседаниях нашего ЦК, в практику их работы будут введены обязательные бесплатные ужины для ветеранов и полдники для пионеров, а охрану заведений будут нести революционные матросы» [10]. В этом заявлении стирается грань между сакральным и профанным, «баррикадами и танцплощадкой», если воспользоваться образом Г. Маркузе. Стремление использовать псевдосоветские точки общепита для пропаганды показывает, что трансформация политической платформы наследников коммунистических идей дошла до уровня попкультуры. Резонно предположить, что в современной России путь к коммунизму лежит через желудок и печень ностальгирующих по СССР граждан.

*Ударный обед в ленинском уголке: декорации псевдосоветского общепита*

Я думал — музей как музей. А это не музей, а хуже забегаловки: горячего нет, один сыр и кофе.

*Михаил Жванецкий «В Греческом зале»*

Идеальной концептуальной сервировкой советского стола стоило бы признать инсталляцию А. Филиппова «Тайная вечеря»: тринадцать тарелок, обрамленных серпами и молотками в качестве столовых приборов, на покрытом красной скатертью столе (рис. 5). Нефункциональность атрибутов подчёркивает то, что мы сталкиваемся с акцентированием, торжеством знака, а не предмета, как писала об этом в контексте исследования эстетики поп-арта К. Каррьеро [8, с. 10]. В значительной степени псевдосоветские кафе и рестораны — это симбиоз «ленинского уголка» с «ударной столовой». Эти понятия, вероятно, не знакомы многим посетителям этих мест, но явно известны дизайнерам, размещающим портреты советский партийных и государственных деятелей в интерьере (рис. 6, 7). Фотографии вождя мирового пролетариата через год после его смерти висели в красном углу у двух из каждых трёх пролетарских семей. Эта мода быстро распространилась и на советские учреждения, клубы и сошла на нет лишь в конце 1950-х годов [См.: 11, с. 209 – 210; 22, с. 63]. «Ударный обед» для передовиков социалистического соревнования — это уже явление 1930-х [11, с. 354 – 355], демонстрирующее социальную дифференциацию, прежде всего в пролетарской среде. Для ударников тогда отводились особые «ударные столовые» или, по меньшей мере, отдельные столы в общих столовых, разделённых перегородками.



Попробуем ответить на вопрос, в чём прелесть застолья в имитации красного уголка под портретом Ленина или Сталина? Насколько очевидно, что это удовольствие, не доступное антисоветчику? Может ли подобная трапеза рассматриваться как тризна по советскому прошлому — поминальный обед на «свалке истории»?

Следует признать, что у семиосферы «поп-коммунизма» есть референт, но нет денотата. Обращаясь к теме музеефикации, без которой сложно понять феномен псевдосоветского общепита, С. Левинсон совершенно справедливо отмечает, что «при перемещении памятника в музей он получает иной семиотический статус. В некоторых музеях новый статус становится сугубо эстетическим, в результате чего форма субстанциально существует отдельно от содержания» [29, с. 68]. Е. Ковач подчеркивает, что «реликты социализма первоначально должны стать мусором в символическом смысле, так чтобы после их музеефикации они могли стать облагоустроенными как культовые объекты» [28, с. 162].

Реклама бара «Серп и молот» в Улан-Удэ гласит: «Музейный формат позволит вам окунуться во времена советской эпохи». Роль проводников в путешествии во времени во многом выполняют аутентичные артефакты, потерявшие свою функциональность. Эти вещи, вырванные из контекста и помещенные в пространство, предназначенное для проведения досуга, по словам Ж. Бодрийера, соответствуют «желаниям иного порядка — выразить в себе свидетельство, память, ностальгию, бегство от действительности» [3, с. 83].

Инвентаризация антуража псевдосоветского общепита — занятие трудоёмкое. Число предметов, представленных в интерьерах ресторанов, кафе, пабов и баров в советском стиле, велико и многообразно [См.: 13; 14; 15; 25]. Внутреннее пространство наполняют уличные аншлаги, вымпелы, соцреалистическая живопись, старые газеты и плакаты. Иногда можно обнаружить и некий визуальный акцент. Так в баре «Калинин» в Твери на самом видном месте находится вывеска Управления Комитета государственной безопасности по Калининской области. Предметы ушедшего быта и ритуальных церемоний — пионерские барабаны и горны, радиоприёмники, радиолы, катушечные магнитофоны, телевизоры, печатные и швейные машинки, велосипеды, коньки, настенные часы, телефонные аппараты, настольные лампы, фарфоровые статуэтки балерин и юных пионеров, бюсты партийных деятелей и советских писателей, изданные в СССР книги, грампластинки фирмы «Мелодия» в конвертах и без них и т.п. — можно обнаружить практически в каждом неосоветском заведении.



Присутствие старых и антикварных вещей в интерьере баров, пабов, кафе и ресторанов не является ноу-хау псевдосоветского общепита. Впрочем, и наличие предметов быта советской эпохи ещё не делает такое заведение концептуальным. Вещное наполнение, которое является субстратом в системе концептуального

общепита, работает на его идею, только будучи подчинено избранному советскому ретростиллю. Именно в этом случае вполне идеологически нейтральные пишущая машинка «Ятрань» и катушечный магнитофон «Айдис» становятся частью экспозиции ресторана или кафе, созданной для актуализации именно советской семантики этой техники.

Типологизация артефактов предполагает выделение знаков идеологически маркированных и свободных от такого рода коннотаций. Однако, если семантику вымпелов «Коллектив коммунистического труда» или «Победителю со-





циалистического соревнования» определить несложно, то старые советские газеты публиковали не только то, что, по мнению известного героя М. А. Булгакова, не следует читать перед обедом. Газетные развороты, адресованные к зрителю первой полосой — достаточно популярное украшение псевдосоветского интерьера. Современникам Советского Союза подобным образом оклеенные помещения могут напомнить квартиру во время ремонта перед наклейкой обоев, что создаст хотя и домашнюю, но не самую уютную атмосферу. В некоторых ресторанах зонирование пространства предполагает, что старые газеты уместны только на стенах туалетных комнат, как, например, это сделано в екатеринбургском ресторане «Дача» (рис. 8). Очевидно, что посредством помещения в этот контекст напечатанных на первых полосах «Правды» и «Известий» портретов представителей партийно-государственной номенклатуры происходит их мифогенная десакрализация. То же самое можно сказать и о профанации ико-



нических образов Ленина, берущей начало в работах ещё одного мастера соц-арта А. Косолапова (рис. 9). Используемые в оформлении и рекламе симулятивные изображения и изваяния представляют Ленина в образе Атланта, диджея и просто любителя пива (рис. 10, 11, 12). Это связано с тем, что, как отметила Т. А. Круглова, в современном восприятии советского изобразительного ряда

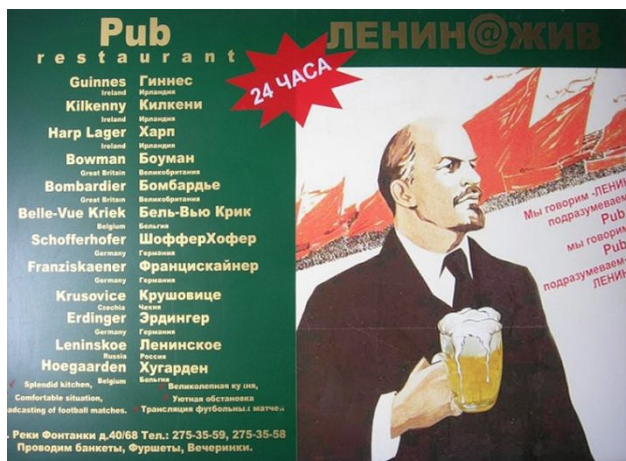
«считываются и понимаются только коды массовой культуры» [16].

Использование в качестве персонажа Ленина (другие деятели отечественного коммунистического движения в этом амплуа не были обнаружены), указывает не только на то, что он стал героем масс-культы, узнаваемом представителями разных поколений и социальных групп, но и на амбивалентность его образа в современной постсоветской мифологии. Десакрализуется в визуальных материалах и символика детских и юношеских коммунистических организаций. Фотографии полу-



одетых девушек в красных пилотках с пионерским галстуком на шее скорее ассоциируются с героиней песни «Пионервожатая» группы «Бахыт-Компот», чем с советской пропагандой (рис. 13). Всё это даёт основание считать, что потенциал антисоветского в псевдосоветском общепите весьма и весьма велик.

Советские плакаты, используемые в оформлении интерьеров не менее часто, чем газеты, транслируют кроме идеологических сообщений и социально-культурные, бытовые. Определённого рода парадокс заключается в том, что в пи-



тейных за-  
ведениях  
постеры с  
рекламой  
вкусной и  
здоровой  
жизни до-  
полняются



антиалкогольными советскими плакатами. По-видимому, это подтверждает гипотезу о том, что в настоящее время советские визуальные тексты и нарративы утрачивают свою семантику и функционируют просто как знаки того времени. Неактуальность пропагандистской функции советского плаката снимает его политическое значение, акцентируя эстетическое.

Однако достаточно частое наличие атрибутов советской/коммунистической эмблематики на рекламных буклетах и меню (рис. 14) заставляет предполагать, что именно эти символы выполняют функцию универсального кода и транслируют концепт на



уровень субстрата системы. В изысканных ресторанах и кафе меню часто стилизованы под полиграфическую продукцию 1950-60-х годов (рис. 15), в более простых заведениях дизайнеры ограничиваются довольно стереотипными решениями — красный цвет, советские эмблемы и фотографии коммунистических лидеров от Троцкого и Мао до Че Гевары и Зюганова (рис. 16).

Возможен ли псевдосоветский общепит без использования в качестве знаков советскости аутентичных вещей и симулятивных визуальных образов? Как размышлял герой поэмы «Москва – Петушки», эти атрибуты не нужны посетителям, но желанны им. Для кого-то это способ погрузиться в знакомую материальную среду [См.: 26], для других же познакомиться с экзотическим миром советскости.

*(продолжение в следующем номере)*

В статье использован иллюстративный материал из архива автора и с сайтов:

<http://foto.cheb.ru/foto/13071.htm>

<http://www.artreview.com/forum/topic/show?id=1474022%3ATopic%3A1062450>

<http://www.gorkom.delver.ru/category/6.html>

<http://gorkom.delver.ru/menu-salaty.html>

<http://whitedesign.com.ua/ru/logotypes/28>

<http://www.sotsart.com/gallery/#.UJpeJ2d-84s>

### Список литературы и источников

1. Барт Р. Воображение знака // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — С. 246 – 252.
2. Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — С. 297 – 318.
3. Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. и сопров. ст. С. Зенкина. — М.: Рудомино, 2001. — 224 с.
4. Голомидова М. В. Вербальные символы СССР в современной коммерческой номинации // Советское прошлое и культура настоящего: монография: в 2 т. / Отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 2. С. 332 – 348.
5. Горалик Л. «...Росагроэкспорта сырка». Символика и символы советской эпохи в сегодняшнем российском брендинге // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. № 3. — М.: Новое литературное обозрение. — С. 12 – 32.
6. Дмитриевская И. В. Мироззрение как система // Сознание и теория мироззрения: История и современность. Межвуз. сб. науч. тр. / Иван. гос. ун-т. — Иваново, 1992. — С. 5 – 15.
7. Казакевич А. Символика места: забывание и фрагментация «советского» в ландшафте Минска // Неприкосновенный запас. 2011. (6) № 80. — С. 10 – 16.
8. Каррьеро К. Потребление и поп-арт. — М.: Искусство – XXI век, 2010. — 320 с.
9. Кобыща В. Доминик Бартмански. «Успешные иконы эпохи, потерпевшей крах: переосмысливая посткоммунистическую ностальгию» // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 3. — С. 71 – 78.

10. Коммунисты требуют от органов защитить общепит, использующий образ Ленина. — Режим доступа: <http://kplo.ru/content/view/1568/5>
11. Лебина Н. Энциклопедия банальностей: Советская повседневность: контуры, символы, знаки. — СПб.: Дмитрий Буланин, 2006. — 442 с.
12. Моррис Ч. У. Основания теории знаков // Семиотика: Антол. / Сост. Ю. С. Степанов. — М., 2001. — С. 45 – 97.
13. Музей советских вещей. — Режим доступа: <http://www.fresher.ru/2011/11/06/muzej-sovetskix-veshhej/>
14. Мы жили в СССР / Авт.-сост. О. А. Дыдыкина, С. О. Ермакова, В. Н. Куликова. — М.: БММ, 2011. — 176 с.
15. Советский стиль: Время и вещи / Ред. группа: В. Зусева, Т. Евсеева, Н. Иванова. — М.: Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2011. — 207, [1] с., ил.
16. Соколовская М. Чуждое нам искусство // «Эксперт Урал». 2012. № 43 (531) — Режим доступа: <http://expert.ru/ural/2012/43/chuzhdoe-nam-iskusstvo/>
17. Спецбуфет № 7. — Режим доступа: <http://www.specbufet.ru/pages/menu/alkohol/>
18. Тимофеев М. Знаки «советскости» в современной России: семантика, синтактика и прагматика // *Studia Sovietica*. Выпуск 2 / Відпов. ред. В. Хархун. — К.: Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, 2011. — С. 223 – 231.
19. Тимофеев М. Ю. Без/з коммунизма: кризис идеологии в современной России (анализ семиотического дискурса) // *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 2012. № 1. — С. 4 – 18.
20. Тимофеев М. Ю. Коммунизм как аттракцион: семантические игры с прошлым // *Известия вузов. Серия «Гуманитарные науки»*. 2012. Т. 3. Вып. 2. — С. 99 – 104.
21. Уёмов А. И. Системный подход и общая теория систем. — М.: Мысль, 1978. — 272 с.
22. Хевеши М. А. Толковый словарь идеологических и политических терминов советского периода. — М.: Междунар. отношения, 2002. — 158 с.
23. Чепайтене Р. Подходы к интерпретации наследия и памяти советского периода на примере опыта некоторых посткоммунистических стран. — Режим доступа: [http://dobrososedstvo.info/dobro/ru/information/n\\_127/o\\_11912?rating=up&isNew=0](http://dobrososedstvo.info/dobro/ru/information/n_127/o_11912?rating=up&isNew=0)
24. Шабурова О. В. Ностальгия: стратегии коммерциализации, или Советское в гламуре // *Советское прошлое и культура настоящего: монография: в 2 т. / Отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова*. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 1. — С. 33 – 44.
25. Шпаковская Л. Старые вещи. Ценность: между государством и обществом // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 1. — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/1/shpak14.html>
26. Bartmanski D. Successful icons of failed time: Rethinking post-communist nostalgia // *Acta Sociologica*. 2011. Vol. 54. № 3. — Pp. 213 – 231.

27. Bogusławska M., Grębecka Z., Sadowski J. *Doswiadczenie komunizmu a kultura popularna // Popkomunizm: doświadczenie komunizmu a kultura popularna / Pod red. M. Bogusławska i Z. Grębecka.* — Kraków: LIBRON, 2010. — S. 7 – 9.
28. Kovacs E. *The Cynical and the Ironic — Remembering Communism in Hungary // Regio — Minorities, Politics, Society.* 2003. № 1. — P. 155 – 169.
29. Levinson S. *Written in stone: Public monuments in changing societies.* — Durham: Duke University Press, 1998. — 144 p.
30. Meta — *Poczuj smak i klimat dawnych lat.* — Режим доступа: <http://metanaszerokiej.pl/kontakt/>
31. Sabonis-Chafee T. *Communism as Kitsch: Soviet Symbols in Post-Soviet Society // Consuming Russia: Popular Culture, Sex and Society since Gorbachev / A.M. Barker (ed.).* — Durham: Duke University Press, 1999. — P. 362 – 382.