

УДК 81'221:316.77

**ВЕЩЬ-ЗНАК ТЮБЕТЕЙКА
В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
ТАТАРСТАНА***Л.А. Мардиева***Аннотация**

В статье рассматриваются вопросы взаимодействия предметного мира и мира языка, называются условия вхождения вещи и обозначающего её слова в сферу прецедентности. Семантика культурного знака *тюбетейка* и поведенческого кода человека, использующего указанный знак, устанавливается на основании репрезентации функций этого прецедентного вещного знака в вербальных и поликодовых текстах СМИ. Исходя из понимания того, что семантика знака-вещи подчинена его знаковой функции, делается вывод о расширении традиционного значения культурного знака *тюбетейка* в коммуникативном пространстве Татарстана.

Ключевые слова: прецедентные визуальные феномены, символический язык вещного мира, тексты СМИ.

В условиях всё большей ритуализации современных публичных практик взаимодействия членов общества, а также учитывая закономерности развития самого общества, называемого «обществом потребления» (Ж. Бодрийяр), отрицать значимость предметного кода и необходимость его изучения нельзя. В XX – XXI вв. в этнографии, или структурной антропологии (а позднее и в этнографии и антропологии политики), в семиотике, философии, психосемиотике, культурологии, а также в лингвистике (этнолингвистике, политической лингвистике и лингвосемиотике власти) появилось достаточное количество работ, посвящённых символическому языку вещей. Различным аспектам предметного кода уделяется внимание в трудах таких учёных, как А.К. Байбурин, П.Г. Богатырёв, Д.К. Зеленин, К. Леви-Стросс, В.В. Бочаров, А.Н. Ковачёв, Т.Б. Щепанская, Ю.М. Лотман, Р. Барт, В.Н. Топоров, Т.В. Цивьян, Ю.Г. Цивьян, У. Эко, Ж. Бодрийяр, Е.А. Петрова, Э. Тен, Н.И. Толстой, С.М. Толстая, Г.Г. Почепцов, Т.Н. Астафурова, А.В. Олянич и многие другие.

Понимание «интегральности» культуры, то есть смыслового единства разных её кодов, отражающих картину мира того или иного социо- и этнокультурного сообщества, является для современной гуманитарной науки общепризнанным. Наиболее плодотворным представляется взгляд на предметный мир человека как на символический язык его культуры, причём взгляд сквозь призму естественного языка. Такая позиция находит отражение в трудах отечественных этнографов, в публикациях представителей московской этнолингвистической и тартуско-

московской семиотической школ, в работах некоторых структуралистов и пост-структуралистов.

Поскольку с течением времени репертуар знаковых элементов жизнедеятельности человека меняется, а также подвергается изменениям и семантика вещи-знака, исследователь, занимающийся определением семиотического статуса предметов современной ему культурной среды, ищет новые источники, и тексты средств массовой информации как нельзя лучше подходят для этих целей. Нельзя здесь не согласиться с мнением А.К. Байбурина, который справедливо полагает, что о семантике вещей гораздо больше говорят тексты, «которые непосредственно не посвящены этим вещам, но так или иначе описывают их функционирование» [1, с. 14].

Печатные СМИ содержат богатый эмпирический материал для анализа семиотики современной публичной коммуникации – как политической, так и обыденной (практической, маркетинговой и ритуальной), этот материал представлен здесь в формате вербальных и невербальных (иконических) знаковых систем, причём важно то, что невербальные семиотические коды в печатных СМИ «помещены» в вербальный контекст. Опора на вербальный контекст позволяет минимизировать субъективность описания и, что особенно важно для лингвиста, даёт возможность выявить прагматические потенции самого вербального текста, поскольку, как пишет С.М. Толстая, очень часто «языковые показатели и лингвистический анализ оказываются недостаточными для воссоздания соответствующего образа “картины мира” в полном объёме и требуют “поддержки” со стороны неязыковых данных» [2, с. 12].

Выявление семантики вещи-знака предполагает применение методик лингвистического анализа. «Признание принципиального родства языка и культуры как основополагающих семиотических, когнитивных и коммуникативных механизмов человеческого существования, – полагает С.М. Толстая, – позволяет применить к языку культуры концептуальный аппарат лингвистики, приёмы и методы лингвистического анализа» [2, с. 5].

Для лингвиста в подобного рода исследовании, пожалуй, первоочередным является вопрос о взаимодействии предметного мира и мира языка. В.Н. Топоров, рассматривая вещь сквозь призму «языкоцентричной» системы ценностей, указывает, что язык определяет две сферы мира – «подъязыковую», материально-вещную, и «надъязыковую», идеально-духовную. Язык соединяет, связывает эти две области; поддерживая друг друга, материально-духовная и идеально-духовная сферы «хранят то целое, границами которого они являются и которое ими отделяется от сферы максимальной энтропии – хаоса как первоосновы “природного”» [3, с. 7].

Для учёного вещь, безусловно, является частью культуры. Категория вещей вторична, так как, во-первых, вещь лишена признака необходимости: пить можно из горсти, не из сосуда, спать можно на земле, а не на ложе и т. д., поэтому первичным оказывается не средство-вещь как результат «низкой» деятельности человека, направленной на то, что «полезно», облегчает ту или иную задачу человека, а идея, направленная на компенсацию «недостачи». Во-вторых, вещь исторична: вещи возникли как категория в определённый исторический период. Однако вторичность вещи не должна затемнять её актуальности, насущности

и злободневности, поскольку творение вещей свидетельствует о том, что человек выступает в этом акте в роли «демиурга», «делателя» – «вещь несёт на себе печать человека, которому она не только открыта, но и без которого она не может существовать» [3, с. 8–9].

В настоящем исследовании нас интересует не всякий предмет, а лишь тот, что называется нами *прецедентным*. Вхождению вещи в сферу прецедентности предшествует изменение семиотического статуса предмета: из не-знака он превращается в знак, а нередко и в знак-символ. Древнейшие археологические находки демонстрируют, пишет В.Н. Топоров, что человек создаёт не только самые нужные вещи, но и то, что представляется необязательным, избыточным, даже лишним с точки зрения жизнеобеспечения, – вещи, образующие духовный слой культуры (см. [3, с. 10]).

В терминологии А.К. Байбурина это вещи с *высоким семиотическим статусом*. Весь мир вещей (по шкале семиотичности учёного-этнографа) обладает высоким, средним или низким семиотическим статусом. В основной (средней) части расположены вещи, которые могут быть использованы и как вещи, и как знаки, в верхней части шкалы находятся предметы с постоянно высоким семиотическим статусом (например, маски, амулеты, украшения и т. п.). Утилитарность предметов с высоким семиотическим статусом стремится к нулю, с современной точки зрения это уже не «вещи», зато их «знаковость» выражена максимально. Подобные вещи обычно включаются в духовную культуру. Резюмируя сказанное, А.К. Байбуриным отмечается, что в целом правильнее говорить не о трёх группах вещей с высоким, средним или низким семиотическим статусом, а о том, каким статусом обладает конкретная вещь в конкретном контексте, ибо та же вещь в другом контексте может иметь совершенно иную степень семиотичности (см. [4, с. 72–76]).

Производность знаковости от культурных, социальных и многих других факторов несомненна и подтверждается также нашими наблюдениями. Вхождение предмета в круг прецедентных феноменов предполагает насыщение его культурно-ценностными (духовными) смыслами. Следовательно, вещь, претендующая на статус прецедентной, должна иметь высокую значимость в познавательном и эмоциональном отношениях, обладать символическим значением. Естественно, для подобного рода вещей обязательны и другие признаки прецедентности: неоднократное воспроизведение вещи в знаково-символической функции в семиотическом ландшафте общества, её сверхличностный характер.

Заострим внимание ещё на одном аспекте рассматриваемой проблемы, имеющем существенное значение: на взаимоотношении прецедентности предмета и прецедентности обозначающего его слова. О прецедентности отдельного знака (слова) пишет А.Е. Супрун: «Текстовые реминисценции могут представлять собой цитаты (от целых фрагментов до отдельных словосочетаний), “крылатые слова”, *отдельные определённым образом окрашенные слова* (выделено нами. – М.Л.), включая индивидуальные неологизмы» [5, с. 17].

Однако слово – это прежде всего средство номинации внезнаковой реальности, в частности средство указания на обобщённый образ предмета. Эта мысль предельно точно выражена В.Н. Топоровым следующим образом: «Слово отсылает к лежащей *ниже* его вещи, выхватывая её, как луч света, из тьмы бессловесности,

но то же самое слово уводит от вещи к находящейся *выше* его идее, тем самым спиритуализуя эту вещь» [3, с. 15]. Прецедентный знак отсылает к реалии, прецедентной для данного социокультурного общества на определённом этапе его культурно-исторического развития (см. подробнее [6, с. 205]).

Прецедентные имена, отсылающие к денотату, связаны не с каким-либо конкретным текстом в его лингвистическом понимании, а с текстом семиотическим – текстом культуры. А.В. и Е.М. Бастриковы пишут о возможности структурирования писателем пространственно-временного континуума через знаки-вещи, характеризующие временные отрезки как своеобразные этапы жизни героя; подобного рода слова-сигналы как показатели сменяющихся этапов жизни человека и даже эпохи, по мнению исследователей, следует признать прецедентными феноменами [7, с. 105]. Таким образом, прецедентность предмета неразрывно связана с прецедентностью его имени, и наоборот.

Прецедентность предмета подразумевает прецедентность поведения: обладание вещью, её использование или неиспользование в определённых целях тоже есть своеобразная форма поведения, эта условность подчёркивается и тем фактом, что обе формы прецедентности выступают в первую очередь в роли стигматов той или иной личности, этнической, социальной группы. Процесс интерпретации семантики прецедентного знака на самом деле предполагает процесс дешифровки поведения человека, использующего соответствующую вещь в знаковой функции, поскольку сама вещь, как замечает В.Н. Топоров, «всегда вторична, подсобна, несамодостаточна» [3, с. 15].

В работе [6] мы уже писали о семиотическом статусе вещей, определённым образом маркирующих их обладателей: о *кепке* мэра Москвы Лужкова, о *ноут-буке* Медведева, о намеренной демонстрации богатства современной элитой России и т. д., то есть о существовании в семиотическом пространстве современного общества устойчивого круга предметов-атрибутов, подчёркивающих социальный статус и иерархическое доминирование их обладателей. Эти вещи-символы «обрастают» эмоционально-оценочными коннотациями, легко «прочитываемыми» современниками. Все подобные предметы культурного пространства современной России мы относим к разряду прецедентных визуальных феноменов.

Перейдём непосредственно к объекту нашего исследования – *тюбетейке*. Тюбетейка – это мужской головной убор мусульманских народов РФ и бывших республик СССР, в том числе и татар. Нас интересует тюбетейка как национальный головной убор татар.

Тюбетейка – элемент архаичного национального татарского костюма. В работе «Казанские татары в статистическом и этнографическом отношении», изданной в 1844 г., Карл Фукс, описывая стереотипный визуальный портрет татарина, упоминает и тюбетейку в числе прочих невербальных этноспецифических атрибутов описываемого им этноса: *Татары прекраснаго тѣлосложенія. Лице у нихъ длинноватое, глаза большіе сѣкрые или чёрные, взоръ ихъ проникателенъ; носъ длинной, съ горбомъ, восточной; губы толстыя, а верхняя довольно длинна; скулы малозначущи; борода чёрная, искусно подстриженная, и около губъ подбрита; черепъ продолговатый и тонкій, всегда голый отъ бритья и покрытый тюбетейкою* (здесь и далее выделено нами. – Л.М.); *уши*

длинные и отстоящая от головы; шея очень толстая; плечи преширокия; грудь высокая [8, с. 32].

В современной публичной визуальной коммуникации *тюбетейка* продолжает выполнять знаковые функции, присущие народному костюму: праздничную, обрядовую, эстетическую, практическую функции, а также функцию национальной или региональной принадлежности (об этом подробнее см. [9]). Наш исследовательский материал (тексты СМИ) не даёт нам возможности определить, сохранилась ли сословная функция у *тюбетейки* в современной визуальной коммуникации. Мы можем лишь сказать, что материал изделия, техника вышивки (тамбурная или золотошвейная) в принципе позволяют носителю *тюбетейки* подчеркнуть свой высокий социальный статус.

Исследуемый нами предмет – *тюбетейка* – сознательно изготавливается и используется в качестве знака *своей* культуры, поэтому утилитарная (или, по П.Г. Богатырёву, практическая) функция названной вещи всё более сужается, а её семиотический статус возрастает. Иначе говоря, по шкале семиотичности искусственно созданных человеком явлений *тюбетейка* стремительно перемещается из средней шкалы семиотичности в верхнюю. Отметим также, что практическая функция *тюбетейки* сужается под влиянием моды и в результате действия определённых правил унификации внешнего вида и невербального поведения членов многонационального государства.

Нахождение вещи в верхней шкале семиотичности предполагает возможность использования её в ритуальной функции. Речь идёт об условном разделении вещей на «слабые» (предполагающие профанические, подсобные действия с ними) и «сильные» (обладающие особым статусом и престижем, особой имманентной силой) (см. [3, с. 11]). Именно так называемые «сильные» вещи становятся для членов того или иного общества прецедентными. *Тюбетейка* относится к группе «сильных» вещей, она может быть наполнена символическими значениями, потому и становится возможным вхождение её в круг прецедентных феноменов.

Татарская *тюбетейка* по внешнему виду отличается от узбекской, казахской, туркменской или таджикской, она представляет из себя небольшую шапочку цилиндрической формы из однотонной ткани (бархата, шёлка, парчи) на хлопчатобумажной подкладке; если *тюбетейка* праздничная или молодёжная, её украшают цветочно-растительными мотивами и узорами, выполненными в технике тамбурной (а особо дорогие – золотошвейной) вышивки. Непохожесть татарской *тюбетейки* на *тюбетейки* других народов приводит к сдвигу в её функционировании и восприятии, превращая её в неофициальный этнический символ.

Напомним, что в центре внимания нашего исследования находятся знаковые функции культурного знака. В таком контексте функции понимаются нами как значения, которые при помощи предмета может выразить человек-вещепользователь в ситуации коммуникации. Другими словами, поскольку семантика вещи подчинена её знаковой функции, постольку семантика культурного знака может быть описана только через особенности его функционирования. Такой подход подчёркивает теснейшую связь, взаимообусловленность вещи и человека, использующего эту вещь в знаковой, а не утилитарной функции.



Рис. 1. Сабантуй – национальный праздник плуга (I)



Рис. 2. Жених на татарской свадьбе (II)

Рассмотрим основные значения, которые могут быть переданы при помощи культурного знака *тюбетейка* в семиотическом пространстве Татарстана, и приведём примеры ретрансляции этих значений в текстах массовой коммуникации.

Как атрибут национального костюма и этнический символ рассматриваемый головной убор включён в идейно-образную систему сценической жизни Татарстана и обязателен на концертных площадках, театральной сцене, гуляниях, проводимых по случаю национального праздника Сабантуй (рис. 1). Кроме того, он может украшать голову жениха на татарской свадьбе (рис. 2). В этих контекстах *тюбетейка* выполняет праздничную и обрядовую знаковые функции, то есть передаёт национально-культурные смыслы (указывает на праздник, обозначает жениха на свадьбе), которые ретранслируются и СМИ.

Ещё одна обрядовая функция *тюбетейки* связана с указанием на вероисповедание её носителя. В обыденной жизни *тюбетейки* в Татарстане носят придерживающиеся канонов шариата мусульмане (в первую очередь старики), мужчин

в этом головном уборе особенно много возле мечетей (соответственно и в СМИ, освещающих проведение мусульманских праздников в республике, появляются фотографии молящихся мужчин в тюбетейках.

Заметим, что *тюбетейка* – это головной убор мужчин. Женщины, демонстрирующие¹ свою веру, используют в этих целях в числе прочих атрибутов *платок*, повязанный соответствующим образом. Вспыхивающие время от времени по всему миру «войны» против *платков* мусульманок подтверждают, что этот «стигмат» мусульманки известен всем или почти всем. В подтверждение приведём небольшой отрывок из статьи, написанной читателем в газету: *На вопрос Риммы Бикмухаматовны (не мусульманки, но крайней мере не практикующей – она была без платка...) о необходимости диалога между мусульманами «алимы» не могли сказать ничего вразумительного* (IV).

Использование для трансляции смысла 'мусульманин' синонимичных невербальных знаков других народов, исповедующих ислам, в культурном пространстве современного Татарстана (точнее, в последние два-три года, когда в СМИ активно стала муссироваться тема ваххабизма) предполагает наличие в значении этих знаков дополнительных семантических компонентов (например, 'исповедующий нетрадиционный для Поволжского региона ислам'), а также нередко дополнительной пейоративной семантики. Поэтому *каракулевая папах* и *чёрные трикотажные шапочки* на головах молящихся мужчин на фотографии в издаваемой в Казани газете в контексте вербального сообщения *Поздравляем всех мусульман со священным праздником Курбан Байрам!* (рис. 3) могут быть восприняты в коммуникативном пространстве Татарстана не как обычные вещи, а как знаки «чужих».

Следовательно, репрезентация этих невербальных знаков в газетном тексте должна быть мотивирована определённой интенцией отправителя сообщения. Допустим, что в рассматриваемом поликодовом тексте названные вещи-знаки используются с целью актуализации значения местоимения *все* ('объединение однородных по вероисповеданию лиц'), но в таком случае на фотографии должны были быть отражены не только мусульмане Кавказа, но и мусульмане других регионов России в окружении соответствующих узнаваемых вещных атрибутов. Мы же видим здесь лишь явную рассогласованность вербального и визуального текстов, способную привести к нежелательным смысловым наслоениям.

Мусульманин, исповедующий нетрадиционный для татар ислам (например, так называемый ислам «кавказского» толка), может внешне отличаться не только своим головным убором, ср.: *Молчаливые молодчики со специфическими бородами из Альметьевска и Нижнекамска мрачно отворачивались от объективов* (V); *Во время пикета группа религиозных радикалов попыталась проникнуть в здание муфтията, но их не пустили внутрь, после чего бородастые ваххабиты стали выкрикивать: «Файзов – позор!»* (VI). В приведённых текстах пейоративная семантика лексем *молдчики*, *мрачно*, *радикалы*, *ваххабиты* усиливается благодаря указанию на нетипичный для татарстанцев внешний признак мусульман:

¹ Г. Косач совершенно верно, на наш взгляд, отмечает: «Татарская религиозность не демонстративна и скорее проявляется на уровне семьи, в частной, а не в публичной сфере. За сотни лет жизни в русском государстве татары привыкли сохранять приверженность собственной этнической идентичности и её важнейшему маркеру – исламу, не демонстрируя этого» (III).



Рис. 3. Поздравление мусульман Татарстана с праздником Курбан Байрам (газета «ТСЖ Центр» от 6 ноября 2010 г.)

особый вид бороды (у татарина борода, если она есть, обычно недлинная и аккуратно подстриженная). Характерные для того или иного этноса либо социальной группы невербальные знаки внешнего облика человека чувственны, они способны возбуждать сильные субъективные эмоциональные переживания, «подпитываемые» мифологическими оппозициями типа «свой – чужой». Потому такого рода невербальные знаки нередко используются в пейоративных контекстах в манипулятивных целях.

Как известно, конец XX в. был отмечен всплеском национальных движений, а следовательно, и поиском символов, способных транслировать национальные ценности и выполнять идентификационно-интегративную функцию. В указанном контексте *тюбетейка* как этноспецифический элемент культуры татар начинает наполняться в сознании части населения новым символическим смыслом – 'настоящий татарин', 'национал-патриот'. Национал-патриоты с целью самообозначения используют и другие знаки (например, повязки с надписью *Азатлык* 'свобода'), ср.: *В республике всё же имеется ограниченное число «горячих голов», в начале девяностых ходивших с зелёными повязками. Не важно, что их влияние исчезающе мало, – важно, что они громко высказывают свою позицию (VII); Хотя в национальном движении татар с каждым годом всё заметнее исламистская составляющая, нельзя сказать, что «зелёный» уклон популярен среди рядовых граждан. Поэтому жители Казани, встретившись с колонной, идущей под флагами Татарстана и зелёными знамёнами с тюркским волком, останавливались скорее в глубоком недоумении, но отнюдь не в восторге (VIII).*

Сочетание предметного кода (*повязки, знамёна*) с цветовым кодом (*зелёный*) подчёркивает в двух приведённых выше примерах обязательную исламистскую составляющую в семантике указанных предметов. В *тюбетейке* этот семантический компонент ('приверженность исламу') ослаблен, а иногда и вовсе отсутствует. Вспомним, что писал в своё время П.Г. Богатырёв: «Недостаточно



Рис. 4. Трудности общения (X)

видеть, что тот или другой знак предмета имел или имеет определённую функцию (читай: семантику. – Л.М.), необходимо также отметить, какие другие знаки его сопровождают, и выявлять, не приобретает ли он в сочетании с другим или другими знаками несколько иную, иногда противоположную функцию» [9, с. 222].

Общеизвестно, что этническая самоидентификация татар Поволжья тесно связана с исламом, однако ислам татар, как и православие русских, нередко носит декларативный и формальный характер (вероятно, 70 лет атеистического воспитания дали свои плоды), поэтому в региональных СМИ *тюбейка* может использоваться как знак, указывающий только на этнос его носителя, конфессиональная составляющая в этом случае нерелевантна. Например, на фотографии, иллюстрирующей статью «Сотовые телефоны выучат татарский», изображены трое юношей в национальных костюмах, внимательно изучающие сотовый телефон. В лиде уточняется: *Возможность получать и передавать SMS-сообщения на родном языке получают скоро татароязычные жители нашей республики и других российских регионов* (IX).

Аналогичный предыдущему пример находим на первой странице газеты «Республика Татарстан» (рис. 4): на фотографии представлен улыбающийся мужчина в *тюбейке* (следовательно, татарин) и активно жестикулирующий молодой человек без *головного убора* (следовательно, не татарин). Смысл визуального текста (в том числе и функция знака *тюбейка* – указание на этнос) в рассматриваемой коммуникативной ситуации, моделируемой СМИ, становится понятным благодаря ближайшему вербальному контексту, а именно заглавию *Уроки непонимания* и подрисуночной подписи: *Многие выпускники школ, годами изучавшие татарский язык, активно общаются на нём так и не научились* (X).

В определённых контекстах в результате метонимического переосмысления на основании модели 'этнос > место, где проживает этот этнос' происходит расширение значения исследуемого знака². Появляется семантический оттенок 'наше, татарстанское' (по классификации П.Г. Богатырёва, перед нами региональная функция вещи-знака), и здесь очень важно, что именно 'татарстанское',

² Что также свидетельствует об ослаблении в знаке *тюбейка* семантического компонента 'исповедующий ислам'.



Рис. 5. Реклама торговых центров «Мебельный базар» (газета «MetRo» от 24 ноября – 1 декабря 2009 г.) и «Media Markt» (рекламный лист, сент. 2011 г.)

а не 'татарское'! В этом значении *тюбетейка* активно используется в маркетинговой коммуникации³: в упаковках товаров, производимых в Татарстане, рекламной продукции отдельных фирм (рис. 5). Наполненный смыслом 'свой, родной', то есть 'местный, региональный', национально-прецедентный знак *тюбетейка* распространяет это мелиоративное значение (поскольку «своё» всегда оценивается со знаком «плюс») и на соположенный рекламируемый товар/услугу.

Прецедентный знак из арсенала культуры Татарстана используют в своих рекламных текстах, рассчитанных на татарстанских потребителей, крупные все-российские компании (например, супермаркет бытовой и электронной техники «Media Markt», сотовая компания «Билайн»). В подобных контекстах посыл рекламирующей себя фирмы может быть прочитан так: «Мы уважаем ваши (региональные!) традиции и культуру, мы работаем для вас и с вами». Заметим, что в рекламе радиокomпании «БИМ-радио» в этих же целях используется другой символический пищевой этнознак – *чак-чак*⁴. Следует признать созидательность подобного рода рекламных текстов, их огромный прагматический заряд на территории Татарстана.

Ещё одной разновидностью региональной функции культурного знака *тюбетейка* является указание на место, откуда родом носитель тюбетейки. Вещный знак в этом случае передаёт значение 'я из Татарстана'. Например, такой смысл транслируют тюбетейки персонажей группового фотопортрета (рис. 6) – татарстанских карикатуристов на фоне музея карикатуры в турецком городе Эскишехир.

³ Маркетинговые коммуникации понимаются нами вслед за Ю.К. Пироговой как «коммуникации, направленные на продвижение товара на рынке: рекламные и PR-коммуникации, коммуникации знаков идентификации торговых марок (названия, фирменного стиля, упаковки), коммуникации в местах продаж, промо-коммуникации, коммуникации событийного маркетинга и другие» [10, с. 208].

⁴ Чак-чак – блюдо из сцепленных при помощи мёда мелких шариков или полосок сдобного теста, символ татарского гостеприимства и дружелюбия.



Рис. 6. Мы из Татарстана (XI)

Любопытно использование *тюбетейки* в качестве символического знака в значимых для Татарстана спортивных мероприятиях, которые отражаются в печатных СМИ. Так, газета «Республика Татарстан» в качестве иллюстрации к статье «Рубин» – чемпион! публикует фотографии футболистов и тренера «Рубина» в золотых тюбетейках. На второй странице этой же газеты в рубрике «Личное мнение» напечатана статья Владимира Марченко «Тюбетейка для Адвокаата». Журналист пишет: *Крайне важно, что Президент Шаймиев – завязтый футбольный болельщик. Минтимер Шарипович старался не пропускать домашние игры «Рубина», а после победы первым встретил чемпионов в золотых тюбетейках в казанском аэропорту и поздравил каждого* (XII). В статье даётся довольно точная интерпретация невербального визуального знака-символа и невербального поведения футболистов «Рубина» и их тренера.

Приведём ещё один небольшой отрывок: *Получилось так, что футбольное счастье под конец благодатного для России года обосновалось у нас в Татарстане. И так же, как в этом году вся страна, затаив дыхание, следила за действиями Дика Адвокаата, Гуса Хиддинка и их дружин, так на будущий год вся страна будет наблюдать ещё и за Курбаном Бердыевым и нашим «Рубином». Компания подходящая. Если Бердыев с «Рубином» сумеет сделать то, что не удалось даже Дикю Адвокаату с «Зенитом», то голландцу впору будет самому учиться у нас. Глядишь, и золотую тюбетейку наденет...* (XIII). Таким образом, золотая тюбетейка в указанном событийном контексте приобретает значение '(наш/наши) победитель/победители'. В подобного рода событийных контекстах тюбетейка замещает архаичный символ победы лавровый венок. Разумеется, такое символическое значение знака ограничено территориально (рис. 7) и функционально: тюбетейка – это символ победителя только в спортивных состязаниях.

Итак, ведущей функцией знака-предмета *тюбетейка* в Татарстане является указательно-идентификационная (опознавательная, или парольная). Надевающий тюбетейку человек передаёт окружающим определённую информацию о себе: в первую очередь он указывает на свою этническую принадлежность – 'татарин', при помощи этого элемента национального костюма он может подчеркнуть



Рис. 7. Болельщики баскетбольной команды «УНИКС» отметили лучшего игрока марта 2011 г. (XIII)

своё вероисповедание – 'мусульманин'. Конфессиональный семантический компонент проявляется наиболее ярко в определённых культурных контекстах и актуализируется благодаря синтагматическим связям знака-предмета *тюбетейка* с другими знаками (например, с особыми нормами невербального поведения и т. д.). Однако в контекстах маркетинговой и культурной коммуникации, а в последнее время и в спортивной жизни республики (как известно, спорту всё чаще и чаще стремятся приписать культуuroобразующее значение) *тюбетейка* выполняет совершенно новые знаковые функции.

На основании указанных функций можно представить семантику знака-вещи *тюбетейка* в виде взаимосвязанных семантических вариантов. *Тюбетейка*: 1) 'головной убор татар'; 2) 'головной убор татар, надеваемый по праздникам'; 3) 'головной убор, надеваемый татарами-мусульманами'; 4) 'головной убор, надеваемый с целью указания на свои национально-патриотические взгляды'; 5) 'головной убор, надеваемый с целью указания на регион, откуда родом надевший этот головной убор субъект' (как правило, за пределами России); 6) 'неофициальный символ, используемый для указания на регион, в котором произведён тот или иной товар'; 7) 'неофициальный символ победы (в спорте)'; 8) 'знак, указывающий на то, что та или иная компания работает для потребителей Татарстана'.

Как и положено практически любому невербальному знаку, значение вещи-знака диффузно, здесь семантические варианты могут мирно сосуществовать (например, значения с 1 по 3 в разных вариантах), а могут быть и самостоятельными. Как видно, в современном Татарстане произошло расширение традиционного значения (знаковой функции) национального головного убора *тюбетейка*: абсолютно новыми являются символические или тяготеющие к символическим значения 'национал-патриот', 'наше, татарстанское (не татарское!)', 'победитель', 'для вас (жителей Татарстана)'. Таким образом, в семиотическом пространстве современного Татарстана *тюбетейка* в определённых контекстах

обретает символическую функцию и превращается в открытую форму, заполняемую новыми значениями, зависящими от интенций отправителей сообщения и от контекста функционирования этой формы.

Summary

L.A. Mardieva. The Thing-Sign Tubeteika in the Communicative Space of Tatarstan.

The article studies the issues of interaction between the material world and the world of language and specifies the conditions of entrance of a thing and the word denoting it to the sphere of precedence. We determine the semantics of the cultural sign *tubeteika* and the behavioral code of a person who uses the mentioned sign based on representation of the function of this precedent thing-sign in verbal and polycode texts of mass media. According to the understanding that semantics of a thing-sign is subordinated to its symbolic function, we state the extension of the traditional meaning of the cultural sign *tubeteika* in the communicative space of Tatarstan.

Keywords: precedent visual phenomena, symbolic language of the material world, mass media texts.

Источники

- I – *Чеснокова Е.* Не иссякнет родник Сабантуя // Республика Татарстан. – 2011. – 15 июня.
 II – *Фатыйхова Э.* Мөселманнар шунда табыша // Безнең гәжит. – 2008. – 10 сент.
 III – *Косач Г.* Татарстан: религия и национальность (Россия и мусульманский мир) // Звезда Поволжья. – 2008. – 29 мая – 5 июня. – С. 3.
 IV – *Имаев И.* Диалог необходим // Звезда Поволжья. – 2012. – 25–31 окт.
 V – *Хакимов Д.* «Оппозиционеры» или конъюнктурики? // Звезда Поволжья. – 2011. – 7–14 апр.
 VI – *Батый И.* Файзов уходит? // Звезда Поволжья. – 2012. – 26 апр. – 10 мая.
 VII – *Амелина Я.* Почему молчит Шаймиев? // Звезда Поволжья. – 2008. – 11–17 сент.
 VIII – *Амелина Я.* В обиде на Ивана Грозного // Звезда Поволжья. – 2009. – 15–21 окт.
 IX – *Хасанова А.* Сотовые телефоны выучат татарский // Казан. ведомости. – 2012. – 15 июня.
 X – *Чеснокова Е.* Уроки непонимания // Республика Татарстан. – 2005. – 1 июля.
 XI – *Иванычева О.* Спасти мир можно, сказав «сы-ы-р»! // Казан. ведомости. – 2013. – 16 апр.
 XII – *Марченко В.* Тубетейка для Адвокаата // Республика Татарстан. – 2008. – 4 нояб.
 XIII – *Медведев А.* Подзарядили аккумуляторы? // Республика Татарстан. – 2011. – 9 апр.

Литература

1. *Байбурин А.К.* Предисловие // Богатырёв П.Г. Народная культура славян. – М.: ОГИ, 2007. – С. 7–18.
2. *Толстая С.М.* Семантические категории языка культуры: очерки по славянской этнолингвистике. – М.: URSS; ЛИБРОКОМ, 2011. – 368 с.
3. *Топоров В.Н.* Вещь в антропоцентрической перспективе (апология Плюшкина) // Топоров В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического: Избранное. – М.: Прогресс – Культура, 1995. – С. 7–111.

4. *Байбурин А.К.* Семиотические аспекты функционирования вещей // Этнографическое изучение знаковых средств культуры. – Л.: Наука, 1989. – С. 63–88.
5. *Супрун А.Е.* Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопр. языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
6. *Мардиева Л.А.* Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестн. Перм. ун-та. Сер. Российская и зарубежная филология. – 2011. – № 3 (15). – С. 202–209.
7. *Бастриков А.В., Бастрикова Е.М.* Фрагменты художественной картины мира (на материале рассказа А. Кабакова «Странник») // Русский язык и литература в тюркоязычном мире: современные концепции и технологии. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 27–30 июня 2012 г.). – Казань: Отечество, 2012. – С. 103–106.
8. *Фукс К.Ф.* Казанские татары в статистическом и этнографическом отношении. Краткая история города Казани. – Казань: Фонд ТЯК, 1991. – 210 с.
9. *Богатырёв П.Г.* Функции национального костюма в Моравской Словакии // Народная культура славян. – М.: ОГИ, 2007. – С. 215–279.
10. *Пирогова Ю.К.* Феномен давления дискурса в текстах маркетинговых коммуникаций // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. – М.: Акад. проект, 2011. – С. 208–217.

Поступила в редакцию
22.04.13

Мардиева Ляйля Агъдасовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и методики преподавания, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия.

E-mail: layka66@mail.ru