

Бакаютова Л.Н.

МУЗЕЙНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗНАКОВ ПОЧТОВОЙ ОПЛАТЫ

Бакаютова, Людмила Николаевна—кандидат культурологии, главный хранитель Государственной коллекции знаков почтовой оплаты, Центральный музей связи имени А.С. Попова, Россия, Санкт-Петербург, bakayutova@rustelecom-museum.ru.

Визуализация различных графических носителей информации в тематических и постоянных экспозициях музеев, в первую очередь, отражает историко-культурный контент музейного собрания или экспозиции, а с точки зрения потенциала использования несколько отличает популярные графические носители друг от друга. К предметам группы малой графики мы можем отнести знаки почтовой оплаты, включая художественные маркированные карточки, открытки, а также, с некоторой долей условности, плакаты. В данной статье рассматриваются, в основном, знаки почтовой оплаты, как музейные предметы, поскольку они составляют большую часть фондов Центрального музея связи имени А.С. Попова в Санкт-Петербурге и являются значительной частью его музейной экспозиции и временных выставок.

Ключевые слова: знаки почтовой оплаты, музейный потенциал почтовой марки, свойства музейного предмета.

THE MUSEUM POTENTIAL OF THE MARKS OF THE POSTAGE PAYMENT

Backaiutova, Liudmilla Nickolayevna—Candidate of Science in Cultural Studies, Curator-in-chief of the National philatelic collection, A.S. Popov Central Museum of Communications, Russian Federation, Saint-Petersburg, bakayutova@rustelecom-museum.ru.

Visualization of various graphic media in the thematic and permanent exhibitions of museums, first of all, reflects the historical and cultural content of the museum collection or exposition, and from the point of view of the potential of use, it somewhat distinguishes popular graphic media from each other. We can include marks of postage payment, including artistic marked cards, postcards, and also, with a certain degree of conditionality, posters to the small graphics group. This article deals mainly with postage marks as museum items, since they make up the bulk of the funds of the A.S. Popov Central Museum of Communications in St. Petersburg and are a significant part of his museum exposition and temporary exhibitions.

Key words: Marks of the postage payment, postage stamp museum potential, properties of a museum object.

Знаки почтовой оплаты, как музейные предметы

Знаки почтовой оплаты представляют собой почтовый филателистический материал, состоящий из: почтовых марок, сценок, блоков; малых, марочных, сувенирных листов; марочных буклетов; маркированных почтовых карточек; маркированных почтовых конвертов; почтовых карточек с оригинальной маркой, почтовых конвертов с оригинальной маркой; конвертов первого дня с гашением; почтовых конвертов с оригинальной маркой с гашением; почтовых карточек с оригинальной маркой и гашением; маркированных почтовых карточек с гашением и подготовительного материала к их изданию, а также знаков почтовой оплаты стран мира.

С точки зрения общих теоретических критериев, применяемых в музееведении, мы должны рассмотреть как объект, так и предмет исследования¹. В данном случае, конкретным объектом рассмотрения становится музей или его музейная деятельность, а предметом исследования — музейный предмет — знак почтовой оплаты. Предмет исследования всегда специфичен, изучает процесс возникновения, развития и функционирования, а именно: накопления и сохранения социальной информации, познания и передачи знаний, традиций, представлений и эмоций, отражает профиль, сферу деятельности, а также его (знака почтовой оплаты) музейный потенциал. Знаки почтовой оплаты, как основополагающие артефакты, составляют национальную (государственную) коллекцию в Национальном музее (Государственном, Центральном, Федеральном...), или, как сопутствующие артефакты, представлены в тематических музейных экспозициях по истории, искусству, технике и технологиям, краеведению, литературе, географии, экологии и другим направлениям. Они обладают высокой степенью вовлеченности, информативности и выразительности. С большой степенью достоверности можно предположить, что некоторые свойства этих музейных артефактов могут неожиданно усилить воздействие на зрителя в главной, традиционной или новой тематической музейной экспозиции.

Поскольку музей является специализированным институтом, удовлетворяющим общественные потребности в сохранении и использовании предметов реального мира, как элементов исторической памяти, национальной идентификации, социальной информации, эстетических ценностей и проч., то для раскрытия сущности музейного потенциала музейных предметов — почтовых знаков, необходимо обратиться к рассмотрению их функций, свойств и ценностей и выявить наиболее традиционные или исключительные их возможности².

Первоначально в процессе визуализации музееведы выделяют основные свойства музейного предмета: информативность, экспрессивность, аттрактивность³. Рассмотрим, как эти свойства в существующих экспозициях и коллекциях выражаются музейными предметами — знаками почтовой оплаты.

- *Информативность* или способность музейного предмета быть источником информации. Почтовая марка или знак почтовой оплаты вполне соответствует данному критерию и чрезвычайно информативна. О чем почтовая марка может поведать зрителю? Прежде всего, это тематика, технические характеристики, такие как: дата эмиссии, художник или авторский коллектив, номинал, тариф, размеры, техника печати. На этих характеристиках можно построить целый сценарий экспонирования и даже написать короткий игровой сюжет представления. Кроме того, марка расскажет, для чего создан данный выпуск: стандартный для почтовой коммуникации; почтово-благотворительный — для поддержки проблемных групп населения; коммеморативный — для особенной памяти о событии; мемориальный — с целью увековечить юбилей, явление, персоналии. А еще марка издается в соответствии с планами и тарифами ВАРФ (Всемирной ассоциации по развитию филателии; англ. — World Association for the Development of Philately, или WADP) — международной организации, созданной в 1997 г. под эгидой и при поддержке Всемирного почтового союза, Международной федерации филателии и ряда других филателистических организаций, являющейся «международным юридическим лицом», которое обеспечивает

¹ Дукельский В.Ю. Музейный предмет // Советский музей. 1986. № 1. С. 36–37.

² См., напр.: Шляхтина Л.М. Основы музейного дела. М., 2009.

³ См. по адресу: <https://iskusstvoed.ru/2018/08/19/fenomen-muzejnogo-predmeta-svoystva/> (ссылка последний раз проверялась 07.10.2022).

беспрепятственную пересылку корреспонденции между городами и странами, а также на международном рынке представляет страну-отправителя, т.е. выполняет функцию визитной карточкой страны. В дополнение к сказанному — марки выпускаются в соответствии с программами ВПС, как, например, «2011 год — год леса», когда все страны-члены ВПС были обязаны издать марку, посвященную лесу. Или вписаться в проект по охране природы или водохранилищ или фауны из Красной книги и проч. Не меньшей информативностью обладают и художественные маркированные почтовые карточки (ХМК) и открытки, которые часто посвящены определенной теме. Однако на карточках рассказ ведет не только художественная сторона (лицевая), как тематическая, но и адресная (оборотная) сторона. Адресная сторона ХМК рассказывает откуда и куда открытка была направлена, какие почтовые преграды преодолела, какими видами транспорта доставлялась, и, наконец, от кого и кому предназначалась. Кроме этого, там может присутствовать личная история, поскольку предусмотрено место для ее написания: это могут быть «приветы из...», призывы о помощи, уведомления о событиях, как приятных, так и печальных, краткие отчеты о путешествиях, или поздравления с праздниками и частными датами. Такие карточки становятся подлинными документами, на которых в экспозиции можно визуально построить историю жизни, события, явления. Достаточной информативностью обладают и плакаты, которые обычно выполняют функции вестника культуры или навигатора.

• *Экспрессивность* или способность музейного предмета вызывать эмоции⁴. Почтовая марка или почтовый знак вызывают эмоции в зависимости от повода их выпуска или в связи с необычными техническими решениями, которые все чаще используются в XXI в.: это и марки с запахом, голографические марки, марки с сюрпризами, марки с неожиданной тематикой, как, например, все знаки зодиака. В 2004 г. издательский центр «Марка» и почтовая администрация Российской Федерации выпустили серию почтовых марок «Знаки зодиака»: на марках изображены символы зодиакальных созвездий и даты нахождения Солнца в каждом знаке, которые определяют принадлежность человека к каждому из них. Серия этих марок была признана лучшей в мире в 2004 г., и издатели за этот выпуск получили главный приз ВПС (художник серии — В. Бельтюков, консультант художника — Н.В. Мамуна, ведущий лектор Московского планетария, астроном и писатель). И, конечно, почтовые марки с 3D изображениями, которые в таком представлении могут рассказать еще больше и вызвать сильные эмоции: это и новогодний выпуск 2017 г. с танцующей Снегурочкой, это и выпуск, посвященный международному конкурсу молодых исполнителей «Новая волна» в Сочи, 2018 г., это выпуск по программе «Европа» — марка с изображением белого журавля стерха в 2016 г., это почтовая марка к открытию XXIX Всемирной зимней Универсиады 2019 г., а также серия почтовых марок «Россия. 2021. Города трудовой доблести», и другие. Такие почтовые марки интересны даже сегодняшней молодежи, рожденной с «гаджетом в руке», эти предметы могут сделать любую музейную экспозицию визуально более яркой и значительной.

• *Аттрактивность* или способность музейного предмета привлекать внимание зрителей, обычно связанная с внешним видом предмета⁵. Эстетические характеристики почтовых знаков очень различны и во многом зависят от вкусовых предпочтений времени. Художники и дизайнеры теперь не рисуют эскизы и не отдают их граверам для перевода

⁴ Шляхтина Л.М. Основы музейного дела.

⁵ Решетников Н.И. Музейный предмет вчера, сегодня, завтра // Культурологические проблемы музееведения. Тезисы докладов научно-практической конференции (Москва, 26 ноября 1998 г.). М., 1999. С. 3–6.

на твердую основу, с которой печатаются марки; теперь все компьютеризировано и, следовательно, значительно упрощается сам процесс работы над художественным образом марки. При этом, в данный процесс вовлечены лучшие художники и дизайнеры, художественный образ марки утверждается на Художественном совете, в который входят заслуженные деятели искусств, знаменитые художники-члены Союза художников Российской Федерации, модные критики.

Таким образом, рождаются произведения искусства не только традиционного ряда, но также инновации, привлекающие внимание. Если заглянуть в историю России, то мы заметим, что почтовые марки с самого начала всегда выпускались на основе художественных конкурсов на лучшую марку. Мы узнаем участников, многие из которых являлись членами различных художественных течений, например, группы «Мир искусства» в начале XX в., это Иван Билибин, Мстислав Добужинский, Георгий Нарбут и др. Погружаясь в современную действительность, мы отмечаем, что художники, создающие почтовые знаки, работают, в основном, в АО «Марка», а также в АО «Гознак», и, поскольку в «Гознаке» они задействованы, в первую очередь, в создании банкнот, документов, акций, дипломов и других официальных документов, то в настоящее время они не слишком известны, и как бы входят в группу «секретных художников». И, пожалуй, только в выставочных пространствах Музея денег Гознака и на временных выставках Центрального музея связи имени А.С. Попова иногда можно встретиться с работами этих художников.

Идею продемонстрировать весь путь почтовой марки от эскиза до тиражной продукции воплотил Центральный музей связи имени А.С. Попова при работе над выставкой «Филателия как искусство», прошедшей в музее в 2018 г., в год 160-летия первой русской почтовой марки. Именно так, на уникальных материалах, музей рассказал об эпохах и художественных стилях, художниках и способах печати почтовой марки. Для повышения привлекательности темы знаков почтовой оплаты на этой выставке, в первую очередь, для привлечения молодежи к филателии, при поддержке Петербургского благотворительного фонда культуры и искусства «ПРО АРТЕ», в музей были приглашены известные дизайнеры музейных экспозиций из Норвегии, фирма «Эксполоджи», которые предложили абсолютно новый подход в области экспонирования знаков почтовой оплаты, что для музея обернулось несомненным успехом.

Можно ограничиться этими тремя определяющими свойствами, однако в текущей работе мы рассматриваем и другие особенности музейных предметов — знаков почтовой оплаты, среди которых наиболее часто называют: *репрезентативность* и *ассоциативность*:

- *Репрезентативность* или способность музейного предмета служить образцом, лучше всего представляющим целый ряд сходных с ним предметов и наиболее полно отображать явления внешнего мира. Говоря о знаках почтовой оплаты, мы, прежде всего, подразумеваем демонстрацию нужного содержания при помощи «знаковых» музейных предметов, — это могут быть раритеты и уникалы, сохранившиеся до наших дней в минимальном количестве в коллекциях знаменитых коллекционеров, причем мир филателии точно знает: где, у кого и с какого момента данные раритеты появились в том или ином месте. К такого рода материалам относятся знаки почтовой оплаты, которые точно попадают в тему экспозиции или специально для нее созданы, а также филателистические и филокартические артефакты, созданные известными художниками. Представительность филателистического материала часто подчеркивается проведением специальных

акций «гашения», посвященных отдельным событиям или персоналиям, на которых в качестве участников гашения присутствуют представители правительства, президенты и генеральные директора предприятий и организаций, выдающиеся ученые и деятели культуры, народные художники и т.п. Кроме того, репрезентативность музейного предмета—знака почтовой оплаты непосредственно связана с качественным представлением эпохи его создания или бытования.

• *Ассоциативность* или способность вызывать ассоциации является широко используемым музейными сотрудниками критерием при подготовке концепции экспонирования. Этот критерий особенно важен при тематическом экспонировании, когда из-за крупных размеров или географической привязки совершенно невозможно представлять подлинные артефакты, и эту функцию должны выполнять артефакты другого ряда, т.е. макеты или изображения, в том числе, на плакатах, открытках, почтовых марках, которые при учете надлежущей информативности, экспрессивности, аттрактивности и репрезентативности создают для зрителя полноценную картину раскрытия темы и события⁶.

Первые три свойства: экспрессивность, аттрактивность и ассоциативность характеризуют способность знака почтовой оплаты, как предмета, показанного в музейной экспозиции, вызвать эмоции; еще два свойства: информативность и репрезентативность служат источником информации, поскольку характеризуют эпоху или явление действительности. В совокупности все эти свойства дают знаку почтовой оплаты, как музейному предмету, «музейность» или «музеальность», что характеризует его музейные особенности, возможности и перспективы, как объекта культурного наследия. Выраженность указанных свойств является важной характеристикой ценности знака почтовой оплаты, как музейного предмета, это значит, что степень музеальности почтового знака непосредственно связана с его ценностью. В зависимости от ценностных характеристик среди филателистических и филокартических музейных предметов выделяются уникальные предметы (уникумы), редкие (раритеты) и объекты массовой культуры. Однако типичный музейный предмет (объект массовой культуры), в свою очередь, в большей степени обладает признаками, характерными для процесса создания или среды бытования, поэтому он всегда более репрезентативен для визуального представления в экспозиции или на выставке.

Что касается ценности музейного предмета—знака почтовой оплаты, то обычно обращают внимание на научную, историческую, мемориальную и художественную, или эстетическую ценности. Способность музейного предмета—знака почтовой оплаты служить источником информации по профильной тематике, связанная в первую очередь с информативностью, для музейных сотрудников, работающих над концепцией представления данных предметов в экспозиции или выставке, во-первых, определяет их научную ценность. Во-вторых, связи артефакта с историческими событиями и процессами очевидны как его историческая ценность. Однако, это только часть научной ценности для истории, основная ценность непосредственно связана с парадигмой времени и определяется свойством представительности (репрезентативности). В-третьих, мемориальная ценность знака почтовой оплаты выявляется связью предмета с выдающимся человеком или значительным историческим событием и, в отличие от исторической ценности, она должна быть подтверждена историей его происхождения и бытования. Такие предметы обладают свойством экспрессивности. Примерами высокой репрезентативности являются

⁶ Бакаютова Л.Н. Филателия в пространстве музея // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4 (33). С. 95–100.

серии почтовых марок по актуальной и востребованной тематике: «Государственные награды Российской Федерации: медали, ордена», «Герои Российской Федерации», «Кавалеры ордена “За заслуги перед Отечеством”», «Гербы субъектов и городов Российской Федерации», юбилеи «Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.», «Российские кораблестроители» и др. Эстетическая или художественная ценность предмета также связана со свойствами аттрактивности и экспрессивности и определяется способностью вызывать эстетические переживания. Термин «эстетическая ценность» достаточно широк, поскольку эстетические переживания вызываются как созданными человеком, так и природными объектами, которые могут также обладать музейной ценностью, например, изображения минералов на почтовых марках и сами минералы, как музейные предметы. Виды ценности музейного предмета оказываются тесно связаны с его свойствами. Если совокупность всех вышеописанных свойств составляет музеальность предмета, то музейная ценность предмета — знака почтовой оплаты, а также его значимость для музейного использования, является основным критерием, во-первых, для отбора предмета в музейное собрание, а, во-вторых, для принятия решения о его экспонировании в постоянной экспозиции или на временных тематических или даже передвижных выставках.

Таким образом, знак почтовой оплаты (почтовая марка) как музейный предмет представляется включенным в музейное собрание историко-культурным объектом, обладающим музейной ценностью и являющимся первоисточником информации и впечатлений, а вышеизложенные характеристики раскрывают возможности и перспективы использования этих предметов в музейном деле⁷.

Социокультурный потенциал знаков почтовой оплаты

Население планеты так или иначе связано с историей государств, а, значит, и с историей почты и филателии, как важнейших составляющих истории мира и средств коммуникации всех времен и народов. Для некоторых фокусных групп населения, часть из которых представляют собой профессиональные сообщества, а также для многочисленных коллекционеров тема почты и филателии является важнейшей⁸. Поэтому знаки почтовой оплаты, особенно почтовые марки, в истории часто использовались не только по прямому назначению — для оплаты почтовой корреспонденции, но и для музейных и коллекционных целей, а также во второй половине XIX в. в качестве элементов оформления интерьеров (вместо обоев) или изготовления личных шкатулок барышень для писем.

В Финляндском почтовом музее в г. Тампере в экспозиции по истории филателии можно увидеть географическую карту, выполненную сотрудниками музея из почтовых марок разных стран мира. Эта очень тонкая, кропотливая и искусная работа украшает почтовую экспозицию и дает возможность посетителям, особенно при использовании наводимого увеличительного стекла, познакомиться с почтовыми марками всех стран мира, которые обычно отражают национальную идентичность и этническую принадлежность к континенту, стране, региону или городу. Таким образом, даже в музейной экспозиции почтовая марка является визитной карточкой страны и рассказывает свою особую историю.

⁷ Бакаютова Л.Н. Филателия как искусство. Выставка в музее // Почтовая связь: Техника и технологии. 2019. № 3. С. 12.

⁸ См.: <https://iskusstvoed.ru/2018/08/19/fenomen-muzejnogo-predmeta-svojtstva/> (ссылка последний раз проверялась 8.11.2022).

В почтовых музеях европейских и, в частности, скандинавских стран в настоящее время можно за определенные деньги по преискуранту музея заказать любые индивидуальные почтовые марки, например, почтовые марки с собственным портретом или отправить карточку со своей портретной почтовой маркой соответствующего номинала своим друзьям и близким. Это позволяет при желании и стремлении создать собственную, интересующую именно вас, серию почтовых марок и собрать из них уникальный экспонат на Всемирную филателистическую выставку ранга ФИП или подготовить исключительный подарок для юбиляра и многие другие варианты использования. Это позволяет заниматься проектированием знаков почтовой оплаты и почтовым дизайном, создавая новые эксклюзивные предметы собирательства или дарения.

В музеях, где широко празднуется Рождество, как одно из главных тематических событий года, кроме обычных музейных событий (выставок и мастер-классов по рисунку почтовой марки или открытки) в европейских странах устраивается «внутренняя почта», когда специально создается почтовое послание с почтовой маркой и доставляется адресату. В Центральном музее связи имени А.С. Попова детские программы включают написание писем Деду Морозу в Великий Устюг. И уже почти 20 лет жива традиция «Почтовые игры», когда совместно с секцией детского рисунка Государственного Эрмитажа детьми готовятся поздравления музеям мира ко Всемирному Дню музеев 18 мая. Затем эти работы выставляются на одноименной выставке, сопровождающейся праздником в Центральном музее связи, а оттуда уже направляются адресатам по странам и континентам с использованием профессиональных возможностей АО «Почта России».

Говоря о потенциальном социокультурном значении знаков почтовой оплаты нельзя не упомянуть о таком модном на сегодняшний день направлении, как «Посткроссинг». Это тема глубоко социальная, поскольку вовлекает в свой процесс очень разные слои населения и социальные группы, включая социально уязвимых, возрастных, ослабленных детей и взрослых, также как и все возрастные категории участников. Более того, тема захватывает и специалистов-профессионалов из АО «Почта России» и АО «Марка», представляя неисчерпаемые возможности для игры разума и фантазии.

Таким образом, окружающему музейному миру становится понятным, что почтовый знак недооценен с точки зрения его музейной интерпретации; его возможности не исчерпаны; новые технологии, которые применяются и планируются к применению сегодня в виде AR-технологий, технологий NFT (невзаимозаменяемый токен) и т.д. не востребованы; а музейный потенциал знаков почтовой оплаты значительно больше, чем используется в настоящее время; многие особенности еще даже и не выявлены, и не применены.

Заключение

Почтовые марки и карточки **качественно иллюстрируют** как исторические сюжеты, так и достижения науки и техники, являясь документами-подлинниками, используемыми в исследовательских и описательных процессах в музеях любой тематики: от промышленных и технических до экологических и сельскохозяйственных.

Собирание, изучение и экспонирование знаков почтовой оплаты — дело сложное, требующее **умного публичного представления**, однако, именно знаки почтовой оплаты являются тем историческим музейным материалом, который позволяет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и **визуализировать любую тематическую историю**, которая тут же превращается в увлекательную.

С целью выявления интеллектуального и экспозиционного потенциала знака почтовой оплаты как музейного предмета, для отражения важнейших событий и явлений сегодняшней жизни, **требуется свежий подход мотивированных и образованных молодых людей** с креативным мышлением, ориентированных на культурные и моральные принципы будущего нашей страны.

Своих будущих посетителей, также как и своих будущих сотрудников, и разработчиков, музей должен готовить с юных лет. Поэтому в музеях или на университетских кафедрах музейного дела нужны дополнительные образовательные курсы лекций и мастер-классов, направленные на развитие у студентов новых компетенций и знаний и опирающиеся на связь исторического и патриотического воспитания молодежи. Это особенно актуально, тем более, что сегодня происходят чрезвычайные изменения в мире, его структуре, сферах влияния, мировой экономике, и Россия стремится ориентироваться только на себя в социально-культурном, морально-этическом и экономическом видении своего будущего. А знаки почтовой оплаты — это музейный материал, поддающийся интерпретативному осмыслению для использования в направлении историко-патриотического воспитания молодежи.

Список литературы

Бакаютова Л.Н. Филателия в пространстве музея // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4 (33). С. 95–100.

Бакаютова Л.Н. Филателия как искусство. Выставка в музее // Почтовая связь: Техника и технологии. 2019. № 3. С. 12–21.

Дукельский В.Ю. Музейный предмет // Советский музей. 1986. № 1. С. 36–37.

Решетников Н.И. Музейный предмет вчера, сегодня, завтра // Культурологические проблемы музееведения. Тезисы докладов научно-практической конференции (Москва, 26 ноября 1998 г.). М.: МГУКИ, 1999. С. 3–6.

Шляхтина Л.М. Основы музейного дела. М.: Высшая школа, 2009. 183 с.

References

Backaiutova, L.N. Filatelija v prostranstve muzeja [Philately in museum], in *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 2017. Vol. 4 (33). P. 95–100. (in Rus.).

Backaiutova, L.N. Filatelija kak iskusstvo. Vystavka v muzee [Philately as art. The exhibition in the museum], in *Pochtovaja svjaz': Tehnika i tehnologii*. 2019. Vol. 3. P. 12–21. (in Rus.).

Dukel'skij, V.Ju. Muzejnyj predmet [A museum object], in *Sovetskij muzej*. 1986. Vol. 1. P. 36–37. (in Rus.).

Reshetnikov, N.I. Muzejnyj predmet vchera, segodnja, zavtra [A museum object yesterday, today, tomorrow], in *Kul'turologicheskie problemy muzevedenija. Tezisy dokladov nauchno-prakticheskoj konferencii (Moskva, 26 nojabrja 1998 g.)*. Moscow: MGUKI Press, 1999. P. 3–6. (in Rus.).

Shljahtina, L.M. *Osnovy muzejnogo dela* [Basics of museum work]. Moscow: Vysshaja shkola Press, 2009. 183 p. (in Rus.).