

**Елена Здравомыслова**

### **Кафе «Сайгон» как общественное место**

В докладе представлены предварительные результаты исследования, посвященного контркультуре городских кафе России 1970х годов. Исследование предполагает проведение 25 глубоких тематических интервью с представителями сайгонной культуры и членами их семей. Анализ интервью и текстов "сайгонной литературы" (мемуаров, стихов и журналистских статей) является задачей исследования. Реконструкция сайгонной культуры осуществляется на основе собранных нарративов о "Сайгоне" и анализа историй жизни завсегдатаев.

\* \* \*

Культура кафе считается одной из форм публичного пространства и рассматривается в данном случае как предпосылка развития гражданского общества в России. С помощью анализа нарративов исследователь пытается воссоздать процесс формирования контркультуры в рамках советского общества. Однако это лишь часть исследовательской задачи. Чтобы исследовать коллективную идентичность необходимо рассмотреть кафе как специфический тип общения (социальности).

Исследователи выделяют следующие предпосылки развития гражданского общества в России, существовавшие накануне перестройки: теневую экономику, клиенталистские группировки и социальные сети, ограниченный рынок труда, торговлю, семейные приусадебные участки (дачи, садоводства), нелегальную деятельность легальных организаций, движение бардов, самиздат и контркультуру (Butterfield and Sedaitis, 1992; Shlyapentokh, Alapuro). Противоречивая роль этих структур в формировании гражданского общества в России, в частности, рассматривается в статье финского социолога Р. Алапуру. Я согласна с его основным тезисом о том, что советское общество периода модерна обладает существенной спецификой и "зародыши" гражданского общества в его контексте функционируют весьма специфическим образом, отличным от того, как они функционируют на Западе.

В данном тексте рассматриваются такие предпосылки гражданского общества, как наличие сферы независимых от государства коллективных инициатив, т.е. сферы общественной жизни, которую называют, калькируя англоязычный термин, публичной сферой. Я считаю, что контркультура 1970-х годов, развивавшаяся в крупных промышленных центрах России, представляет собой своего рода общественную сферу. Брежневская эпоха застоя открыла возможности для существования такой сферы тем, что появилось публичное пространство для альтернативной коммуникации - это городское пространство - это конкретное место общения и действия контркультуры. Таким местом стали некоторые городские кафе.

Таким образом, объектом эмпирического исследования, давшего материал для данной статьи, является одно городское кафе как территория (адрес) ленинградской контркультуры.

Логика, позволяющая включить данное исследование в дискуссию об истоках гражданского общества в России, следующая. Исследователь исходит из положения, что советское модернизированное общество создавало определенные предпосылки для развития общественной сферы в России как необходимого элемента гражданского общества (по Хабермасу). Для развития общественной сферы необходимо формирование пространства коммуникации. Таковым было культурное пространство контркультуры и городское пространство контркультурных кафе, которых в Ленинграде была небольшая сеть (network).

У контркультуры в Ленинграде были свои адреса (locales), хорошо известные

представителям определенной социальной среды (*milieu*). Это были художественные выставки, литературные салоны, открытые диссидентские дома и контркультурные кафе. Эти кафе представляли собой пространственно-временной контекст определенных практик, которые идентифицировались как оппонирующие официальной доминирующей культуре. Такие кафе в общественной жизни города создавали возможности для собрания людей, тяготеющих к определенному стилю жизни, маргинальному для советского образа жизни. Этот стиль жизни характеризовал альтернативное сообщество, объединенное ценностями, верованиями, аттитюдами и практиками, противоположными доминирующим.

Маргинальность завсегдаев кафе выражалась прежде всего в характере их занятости, практиках семейной жизни, политических ориентациях. "Сайгон" был одним из нескольких таких кафе в Ленинграде, которое знали не только в городе, но и за его пределами. Он был убежищем контркультуры в течение более 20 лет (1968-1992). Кафе было расположено на пересечении Невского и Владимирского проспектов вплоть до осени 1991 года.

\* \* \*

Хабермас определяет культуру как "хранилище знаний, из которых участники общения черпают интерпретации по мере понимания чего-либо в современном мире" (Habermas 1989). Если культура является практическим знанием, приобретенным в процессе коммуникации в течение жизни, то контркультура - это практические знания, возникающие в результате вовлечения в альтернативные формы общения лиц, вовлеченных в коллективный поиск альтернативных способов бытия (Cushman, 1995). Культура понимается также как сущность коллективной идентичности, "экстернализация внутренних чувств, мыслей и состояний сознания в объективных формах, которые затем могут быть общими для группы индивидов. Объективные формы обладают степенью "фактичности", которая позволяет рассматривать их как культурные объекты", обладающие идентичностью.

Целью настоящего исследования является изучение коллективной идентичности "Сайгона" в контексте социалистического урбанизированного общества. Конструирование (создание) коллективной идентичности рассматривается в трех измерениях (поведенческом, когнитивном и экспрессивном). Поведенческое измерение мы изучаем, анализируя практики "сайгонных людей".

Когнитивное измерение проявляется в идеологических фреймах, в которых представлены интерпретации прошлого и настоящего, представления о желанном будущем. Экспрессивное измерение привлекает внимание к интенсивному символизму, поддерживающему жизнь данного коллектива.

Микро-социологический анализ делает возможным исследовать, каким образом действия отдельных индивидов, каждый из которых "ищет" свою собственную идентичность, совместно формируют коллективную идентичность или специфическую культуру (Blumer 1951). Цель исследования - выявить те практики общения, правила и нормы, которые, собственно, и составляли жизненный стиль сайгонного сообщества как отдельного случая контркультуры. Роли, нормы, аксессуары - вот термины, которые помогают объяснить эту сферу общественной жизни. Гендерное измерение "сайгонной культуры" (поло-ролевые стереотипы, разделение труда по признаку пола в "Сайгоне" и их столкновение с семейными ролями) - также является предметом исследовательского интереса.

\* \* \*

Само местоположение кафе на пересечении двух центральных улиц Ленинграда делало его привлекательным для посетителей. В дневное время "Сайгон" существовал как кафе, где в основном пили кофе: "Маленький двойной, пожалуйста" (14 копеек). Оно

было многолюдным. С привычными быстро текущими очередями, где к каждому стоящему в очереди подходило несколько знакомых - он представлял компанию, ожидающую кофе за круглыми высокими столиками.

Вечером "Сайгон" становился местом встречи или социальным пространством общения (коммуникации) маргиналов советского общества. "Сайгон" не представлял собой гомогенного сообщества. Он был стратифицирован. Можно выделить по крайней мере три страты "сайгонного общества", которые собирались под этой крышей после 19.00: (1) литературно-художественная богема; (2) дельцы теневой экономики (фарца); и диссиденты.

При всей многолюдности и пестроте посетителей, тон в кафе задавали несколько завсегдатаев (завсегдатаев), которые формировали образцы поведения в этом общественном месте. Что в "Сайгоне" можно, а чего нельзя. Запреты "в общественных местах" хорошо известны советским людям. До сих пор в метро сообщают, что запрещается. Можно насчитать в ходе спуска-подъема по эскалатору до 20 штук запретов. В "Сайгоне" запрещалось курить, распивать спиртные напитки, особенно принесенные с собой. Однако все эти запреты игнорировались и посетителями кафе, и персоналом. Иногда вновь приступившие блюстители общественного порядка пытались согласовать "слово" и "дело" запретов, но это им не удавалось.

Несколько людей стали символами "Сайгона". Респонденты называют среди них покойных Кита и Леона Карамьяна, несколько поэтов, двух или трех теневых бизнесменов, одного местного юридического, двух-трех молодых женщин. Многие люди "Сайгона" имели прозвища. Да и само название кафе было символичным. Оно ассоциировалось с войной во Вьетнаме и одновременно с антивоенным движением в Европе и США. Ленинградский "Сайгон" также можно было интерпретировать как определенную форму коллективного протеста - непрекращающуюся забастовку советской интеллигентной молодежи против режима. Забастовка, правда, была стоячей, а не сидячей, потому что столики в кафе были высокими и стульев не было.

Люди "Сайгона" создавали для себя гражданское общество. Они делали вид, что социалистический мир вокруг них не существует. Они формировали собственное пространство в инфраструктуре социалистического господства. Реконструкция культуры "Сайгона" предполагает по крайней мере выполнение двух задач: 1) воссоздание коллективной идентичности в ее поведенческом, когнитивном и экспрессивном аспектах в отношении к официальной политической и экономической сферам; 2) выяснение позитивного значения принадлежности к "Сайгону".

Практики "сайгонной культуры", в основном, были исключены из сферы доминирующей советской культуры.

Несколько замечаний об отношении "Сайгона" к советским экономическим структурам. В советском обществе профессиональная принадлежность и место работы были важными показателями статуса человека в обществе. Причастность и включенность в "сайгонную" культуру требовала большого количества ресурсов времени, которыми располагали люди либо не работающие, либо с гибким, не нормированным рабочим днем. Кроме того, таким свободным временем в вечерние часы обладали лишь несемейные люди (или если оба члена семьи были представителями "сайгонной" культуры). Итак, завсегдатаи кафе - это по возрасту и социальному статусу молодые люди. Это определенный тип молодежного кафе. Респектабельные советские граждане тесно связывали свою жизнь с советским производством и советским типом семьи (с работы - домой, из дома - на работу).

Исследование показало, что неудовлетворенность своим статусом в советском обществе приводила людей в контркультуру, где они имели лучшие позиции (Cushman, 1995).

Политическая апатия и протидиссидентские настроения представляли существо когнитивного измерения "сайгонной" культуры. Политическая информация распространялась по социальной сети неформальным путем. Самиздат и магнитиздат были важнейшими информационными ресурсами в сообществе. Однако отношение "Сайгона" к политике было противоречивым. "Личное - было общественным" в то время. "Сайгонные" практики были вызовом советскому образу жизни, их можно интерпретировать как политический протест. "Сайгон" был системным протестом против доминировавшей системы. Соответственно последнее поколение "Сайгона" называло себя "системой". Это была другая "система", альтернативная Советам. В то время простой отказ от практик, поддерживаемых официальной идеологией, являлся вызовом против тщетных попыток тотального контроля со стороны партии-государства-общества.

Модели семейного поведения посетителей "Сайгона" отличались от образцов их родителей, что может быть интерпретировано как своеобразный протест поколения. Американский исследователь советской рок-культуры Томас Кушман интерпретирует эту экзистенциальную форму протеста следующим образом:

"Стремление к фундаментальной правде в стиле жизни было чрезвычайно важным, потому что их жизнь решающим образом проходила под влиянием институционализированной лжи как общепринятой формы коммуникации в обществе" (Cushman, 1995). В приватной сфере люди "Сайгона", как правило, игнорировали так называемые "семейные обязанности", предписанные советским обществом. Люди "Сайгона" бытовали в кафе и вокруг него. Это общественное место стало их домом (приватной сферой) и "местом работы". В домах этих людей доминировали другие члены семьи - родители или жены с малолетними детьми.

Сексуальная культура "Сайгона" также имела свои особенности. В интервью "Сайгон" называют анклавом сексуальной революции 1970-х годов в России. Дружбы и нерегистрированные связи считались нормой в большей степени, чем официальные браки. Для многих компаний были характерны промискуитетные отношения.

Экспрессивное измерение мы изучаем, когда анализируем такой аспект "сайгонных" практик, как стиль одежды, язык, названия... Культура бедности превалировала в этом пространстве. Демократический западный стиль в одежде так же, как и безденежье были типичны для этого круга. Трудно, однако, согласиться с Т. Кушманом, который утверждает, что "сама идея заработка была вполне чужда людям контркультуры" (Cushman, 1995). Если такой взгляд был распространен в среде рок-музыкантов, то в других сегментах "сайгонного" сообщества был представлен весь диапазон отношения к деньгам: от позиции фарцовщиков - деятелей теневой экономики, для которых деньги представляли истинную ценность, до тех, кто и в самом деле ими не интересовался.

### **Заключение**

Исследование еще не завершено. Однако некоторые предварительные выводы сделать можно. Советский тип общественной жизни носил специфический характер. Он был автономен и имел пространственно-временной контекст для своего проявления - общественное место. Эта общественная жизнь была основана на неформальных отношениях. Основной тип "сайгонного" общения воспроизводится в тех структурах гражданского общества, которые возникают в России в период трансформации.

## **Использованная литература**

1. Alapuro, R. "Civil Society in Russia?" In Jyrki Livonia (ed.), *The Future of the Nation State in Europe*. Edward Elgar Publishing Limited, 1993.
2. Berger, P. and Luckman, Th. *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1966.
3. Blumer, H. "Social Movements". In A.M. Lee (ed.), *New Outline of the Principles of Sociology*, 1951 p. 199-220.
4. Butterfield, J., Sedaitis (eds.) *Perestroika from Below. Social Movements in the Soviet Union*. Westview Press, 1991.
5. Cushman, Th. *Notes from the Underground. Rock Music Counter-culture in Russia*. State University of N.Y. Press. 1995.
6. Gamson, W. "The Social Psychology of Collective Action". In A. Morris and C. Mueller (eds.). *Frontiers in Social Movement Theory*. New Haven: Yale University Press, 1992.
7. Goffman, E. *Behaviour in Public Places: Notes on Social Organization of Gatherings*. London: MacMillan, 1963.
8. Habermas, Jurgen, *The Structural Transformation of Public Sphere: An Inquiry into Category of Bourgeois Society*, trans. by T. Burger. Cambridge: Polity Press, 1989.
9. Kean, J. (ed.) *Civil Society and the State. New European Perspectives*. Verso, 1988.
- Shlyapentokh, V. *Public and Private Life of the Soviet People: Changing Values in Post-Stalin Russia*. New York: Oxford University Press, 1989. Pp. 190-202.
10. Volkov, V. *The Forms of Public Life: The Public Sphere and the Concepts in Society in Imperial Russia*. Ph.D. thesis submitted at Cambridge University, 1995.