

## КОПИЛКА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН. ПУТЬ ЭВОЛЮЦИИ\*

*Низкая степень изученности объекта исследования не может не удивлять, так как этим объектом является один из древнейших и географически широко распространенных предметов материальной культуры. Лишь несколько десятилетий назад копилка попала в круг интересов зарубежных историков, социологов, культурологов, этнографов и педагогов. В России этот круг ограничивается лишь редкими коллекционерами при полном отсутствии библиографии на русском языке. В статье предпринимается попытка дать краткий обзор эволюции форм и типов копилки в связи с общими тенденциями общественно-экономического развития, педагогическими теориями и художественными вкусами.*

**Ключевые слова:**

*банк, деньги, дети, игрушка, копить, кубышка, ремесло, педагогика, ремесленник, сувенир, художник.*

Марченко М.А. Копилка как культурный феномен. Путь эволюции // Общество. Среда. Развитие. – 2018, № 3. – С. 84–87.

© Марченко Мария Александровна – кандидат искусствоведения, Санкт-Петербург, e-mail: homomm@mail.ru

В древности для хранения денег приспособляли различные сосуды с узким горлышком. В России их называли кубышками. Близки им по форме и первые специально изготовленные для этой цели емкости из глины с щелью для монет. Родина копилки точно не установлена, но самые ранние из сохранившихся найдены на территории античной Греции и датируются IV в. до н.э. Некоторые из них уже тогда имели скульптурно-архитектурное оформление, например, в виде *thesauros* – сокровищницы, куда древние греки приносили на хранение свои сбережения. Позже их образный ряд пополнился гражданскими строениями, а затем и зданиями банков. Символическое значение дома как сооружения для защиты от враждебной окружающей среды и его компактность вполне соответствуют идее копилки [9; 10, с. 24, 177].

Большинство древнеримских копилки имеют формы груши или женской груди, связанные с древними культами плодородия. До сих пор в некоторых южных странах такие копилки дарят роженицам для сбора средств на новорожденного. Их легко изготовить на самом примитивном гончарном круге. Будучи дешевым массовым товаром, они просто разбивались при извлечении денег, вследствие чего почти все древние экземпляры дошли до нас в разрушенном виде [10, с. 178].

Как ни странно, средневековых копилки сохранилось гораздо меньше. Неспособное время требовало особой осторож-

ности. Деньги и ценности предпочитали закапывать, а не держать дома. Однако именно средневековье дало миру ту форму копилки, которая по сей день считается классической, – форму свиньи, символа плодovitости и счастья в культуре многих народов.

Самая ранняя из сохранившихся свиной-копилки найдена в Германии и датируется XIII в. В это время подобные ей, также керамические, уже использовались в Китае и Индонезии. Несмотря на исчезновение этого образа из индонезийской культуры с приходом ислама после 1520 г., копилка до сих пор называется там *céleŋgan* от *céleŋg* – свинья.

К XVIII в. название «свинья-копилка» стало практически синонимично слову «копилка» в большинстве европейских стран. Этот феномен обычно объясняют этимологией этого словосочетания в английском языке, а именно созвучием слова *rig* (англ. «свинья») и *rygg* (англ. «рыжая глина»). Как и везде, в Англии для хранения денег широко использовались горшки. Сырьем для их производства служил один из наиболее дешевых и доступных на тот момент материалов – рыжая глина. Они носили название *rygg jags* («глиняные горшки»). Со временем рыжую глину перестали использовать для изготовления посуды, а сам термин *rygg* фактически вышел из употребления, благодаря созвучию двух слов оставшись жить только в названии *piggy bank* – копилка. Кроме того, образ свиньи как символ благосостояния,

\* Иллюстрации к статье – см. 4-ю стр. обложки.

непритязательности и плодovitости вполне соответствует самой идее разумного накопления [3, с. 16; 4; 6] (рис. 1).

В XVII в. появились копилки и других зооморфных форм. Считалось, что сова помогает правильно распорядиться накоплениями, белка – быстро собрать средства, собака – сохранить сбережения. Однако ни одна из них не может сравниться по популярности с копилкой-свиньей – поистине «культурной фигурой финансового мира».

Копилки XIX в. поражают разнообразием. Наряду с традиционными глиной и деревом используется фарфор, чугун, жель и ценные металлы. Рядом с архитектурными, сосудобразными и зооморфными формами появляются фрукты, шкапулки, фигурки людей, даже скульптурные жанровые сценки. Особенно популярными во второй половине столетия стали так называемые pillag box в форме цилиндрического почтового ящика, появившегося на улицах городов викторианской Англии в 1855 г. – своеобразный символ надежности английской почты. В действительности же надежность копилки повышали с помощью различных «секретов» – двойного дна, потайных замочков, скрытых механизмов. Так, известная санкт-петербургская фирма «Сан-Галли» оборудовала свои копилки невидимой кнопкой, нажатие которой отодвигало пластину, прикрывающую замочную скважину [6; 8; 12, с. 11].

Однако вскоре надежность перестала казаться обязательной в домашней копилке, которую развивающаяся банковская система постепенно вытесняла из финансовой сферы. Метаморфозы копилки шли не только в направлении усложнения и разнообразия форм, но и в направлении их своеобразной «игроизации». Когда-то примитивная емкость для хранения денег, единственной целью которой было их сохранение, все чаще приобретала дополнительную функцию – удивлять и забавлять.

В последней трети XIX в. в США, а позже и в Англии, стали производиться механические копилки из чугуна. Первый образец был запатентован J. Holl of Watertown в 1869 г., через 4 года после конца американской гражданской войны [12, с. 18]. Поэтому патриотические темы были особенно популярны. В это время металлообрабатывающая индустрия США располагала свободными мощностями, чугун был недорогим и производился в большом количестве. Наряду с хозяйственными товарами его стали использовать для производства игрушек и копилки, что продолжалось вплоть до 1920-х гг. (рис. 2).

Благодаря разнообразным механизмам движения и звуковым устройствам вкупе с фигуративной скульптурной формой или яркой окраской копилки попадают в детский мир. Их все чаще можно было увидеть в руках играющего ребенка. Иногда в копилки превращались полые деревянные игрушки, в которых достаточно было просто прорезать щель. Кроме того, уже в середине века в некоторых странах стало традицией дарить детям в день крещения или Рождество копилку, опустив в нее несколько «стартовых» монеток. Обычно ее украшали соответствующими событию изображениями или инициалами. Открывали (или разбивали) такую копилку на следующий после Рождества день (в англоязычных странах Boxing Day) [12, с. 3, 7].

К концу века промышленность уже выпускала специальные копилки для детей. Появление литографированной жести в игрушечной индустрии позволило сделать их выпуск массовым, а сами копилки – нарядными, разнообразными и дешевыми. Основная масса жестяных копилки выпускалась немецкими фирмами Rock & Graner, Gebryder Bing, Mdrklin, Felix Lasse, Georg Kuhnrich, Saalheimer & Strauss, Michael Seidel, Geobra, G. Zimmermann. Нередко они оформлялись яркими картинками на темы популярных сказок и стихов. С этого времени копилка-игрушка заняла немаловажное место в детском игровом мире (рис. 3).

Бывшие раньше редкостью детские карманные деньги стали нормой в начале XX в. Формы и игровые функции детских копилки этого времени поражают разнообразием и изобретательностью. Наиболее любимой среди них стал шоколадный автомат фабрики Stollwerck – миниатюрная копия шоколадного автомата, появившегося на вокзалах Кельна в конце XIX в. Яркая жестяная банка в виде домика со стеклянным окошком, через которое можно было увидеть шоколадку. Получить ее можно было, только опустив монетку в дымовую трубу на крыше. Спустя столетие эти исчезнувшие из круга дамских и детских развлечений копилки превратились в популярный и достаточно дорогой предмет коллекционирования [8].

Однако уже в XIX в. детские копилки служили не только забавой, но и средством религиозного воспитания, взяв на себя роль церковных урн для пожертвований в пользу нуждающихся. Их популярность резко возросла в 1870-е гг., после того как англичанин доктор Бернардо стал помещать среди украшающих копилки литог-

рафированных наклеек фотографии детей, которым была оказана помощь [12, с. 13]. Таким образом, воспитание становилось особенно эффективным – в русле самоограничения и сострадания.

Большое значение воспитанию в детях бережливости в Европе придавали уже со Средневековья. Возведенная в принцип жизни бережливость занимала одно из важнейших мест в бюргерской системе ценностей. В отдельные периоды, например, в конце XVIII – первой половине XIX в. она воспринимаясь не только как этическая характеристика, но как составляющая эстетического идеала времени. Не случайно этимология немецких слов *Schönes* (прекрасное) и *Aufhebens* (хранящее) восходит к латинскому (*s-*)*parcere*. Именно поэтому копилка станет позже одним из символов «бюргерской философии», будучи на самом деле значительно старше ее самой [10, с. 10].

С 1925 г. в последний рабочий день октября в большинстве европейских стран отмечают Международный день бережливости. В этот день дети приносят в банк свои копилки с накоплениями за год. Банк принимает их, выдавая ребенку сберегательную книжку, которая потом может пополняться. Дети также получают маленькие подарки: игрушки, открытки, листы для вырезания, книги [2, с. 112; 11].

Такие номерные копилки, выдаваемые банком сначала под залог, а потом свободно, получили название «домашняя копилка». Считают, что впервые они появились в Банке Америки в 1890-е гг. А их распространение в Европе связывают с именем датского авиаинженера и пилота Якоба Кристиана Эллекхаммера (1871–1946), который спроектировал такую копилку для Банка Дании в 1900 г. Литая из меди, она изображала портал этого банка и весила около килограмма. Часто копируемая модель стала популярна во многих европейских странах (рис. 4).

В первые годы домашние копилки не были ориентированы на детей и выдавались банками своим клиентам с вполне прагматичной целью сохранить сбережения до момента внесения их на банковский счет. Все копилки имели литой металлический корпус и прочный замок, ключ от которого находился в банке. Вплоть до 1930-х гг. существовала практика их вскрытия банковским служащим прямо на дому.

Апологеты теории «биологической потребности человека в накоплении» обозначили как фундирующие составляющие

человеческой деятельности стремление копить, хранить и собирать. Еще в 1928 г. на это сделала ставку Сберегательная касса Берлина в своей рекламной кампании, обращенной к молодежи.

В это время развернулось мощное движение за воспитание детей в духе разумной бережливости. Банки включили детей в круг своих потенциальных клиентов. С этого момента домашние копилки все больше превращались в атрибут детства и воспитательное средство. Изменились их форма и материалы. Тяжелые архитектурные и скульптурные копилки уступили место легким жестяным или литым с логотипом банка. Улей стал одной из ранних эмблем сберегательных банков, например, Сберегательной кассы Франкфурта-на-Майне. Муравей и пчела как воплощенные усердия и разумного собирательства встречаются уже в античных изображениях. Позже копилка в форме улья стала своеобразной «классикой жанра» банковского мира [10, с. 180].

Цилиндрическая копилка из литографированной жести, меняясь во времени от натуралистической до предельно условной, остается актуальной по сей день. Еще в 1970-е гг. ее можно было нередко увидеть в качестве подставки для карандашей на детском письменном столе. Пришедшие ей на смену ярко оформленные пластмассовые копилки занимают сегодня заметное место в ряду рекламных подарков банков своим взрослым и маленьким клиентам.

С 1956 г. рядом с традиционной копилкой на рекламных плакатах Австрийской Сберегательной кассы, адресованных в первую очередь детям, появилась новая знаковая фигура *Sparefroh* (дословный перевод – «радость бережливости»). Этот смешной персонаж открыток, журналов и анимационных фильмов, придуманный в Штутгарте, стал символом целого поколения, не менее популярным в германоязычных странах, в первую очередь, в Австрии, чем герои Диснея [2; 7; 9] (рис. 5).

В 1955 г. график Леопольд Юрига превратил нарисованного человечка с телом в форме шиллинга в забавную куклолку с гнущимися конечностями. Приобретая с течением времени легкие изменения в своей внешности, он оставался главным героем австрийских банковских рекламных кампаний вплоть до 1980-х гг. Его имя знали все, даже те дети, кто не помнил имена президента страны или директора собственной школы. Такова статистика! И тот факт, что одновременно с человечком-шиллингом появилась другая не менее

значимая фигура детского мира – также немка по происхождению кукла Лили-Барби, кажется совсем не случайным. О времени судят по его кумирам!

В советском быту времени первых пятилеток копилка нередко воспринималась как символ мещанства, попав в один ряд со слониками на комод, канарейкой, геранью на подоконнике и другими маркерами обывательской психологии. В капиталистическом мире отношение к ней либеральнее. Сыграли свою роль серьезная работа банков по привлечению новых клиентов среди юношества, их сотрудничество со школами и даже с детскими садами, а также мощная ориентированная на подрастающее поколение агитационная политика, в которой были задействованы не только средства печати и телевидения, но и рекламные подарки, в первую очередь, игрушки. Время от времени усиливались голоса противников такого внедрения банков в образовательный и воспитательный процесс. Особенно громкими они были в конце 1960-х гг. на волне революционных выступлений молодежи против морали и образа жизни старшего поколения.

В наши дни копилка как способ хранения сбережений почти исчезла из обихода, вытесненная сберегательными книжками, пластиковыми карточками и интернет-банкингом. Это подтверждают и результаты анкетирования 2012 г., проведенного Санкт-Петербургским музеем игрушки в Германии и России. В России большая часть опрошенных, среди которых были представители самых разных возрастных

и социальных групп, рассматривает копилку как сувенир или декоративный предмет (45,7%), лишь 36% видит в ней средство для накопления денег и 18,3% относится к ней как к игрушке. В Германии копилка в своей первоначальной функции накопления оказалась на первом месте (66,7%), всего 18% видят в ней предмет интерьера или сувенир, 15,3% – игрушку [1; 4].

Псевдофункциональная жизнь копилки до предела расширила диапазон ее форм. Создается впечатление, что любой миниатюрный предмет, будь то баночка для чая, упаковка для конфет, детская игрушка или бизнес-подарок, приобретает особую привлекательность, если в нем обнаруживается прорезь для монет.

Очевидна и другая сторона метаморфозы предмета: когда-то уважаемый атрибут «финансового мира» копилка маркирует наиболее кичевую зону современного дизайна. Не удивительно, что образный ряд выпускаемых сегодня «сберегательных банок» – это своеобразный парад прошлости, где можно найти все – от бессмертных фарфоровых поросят и золотых слитков до еще недавно высмеиваемых пуделей и кошек с бантами.

Нелегко в сегодняшних реалиях согласиться с историком Хорстом Ульбрихом, утверждавшим, что «едва ли какой-либо другой предмет пользовался таким уважением во всех слоях общества, как копилка» [10, с. 8]. Быть может, копилка вообще близка к концу своей собственной истории и в недалеком будущем будет восприниматься лишь как забавный артефакт в истории культуры.

### Список литературы:

- [1] Философия копилки. Буклет выставки. – СПб.: Санкт-Петербургский музей игрушки, 2012. – 4 с.
- [2] Beitzl M., Rapp C., Rapp-Wimberger N. Wer hat, der hat. Eine illustrierte Geschichte des Sparens. – Wien: Österreichisches Museum für Volkskunde, MetroVerlag, 2009. – 320 p.
- [3] Brüggemann A. Das Milliarden Ding: Zur Geschichte des Postsparens. – Frankfurt am Main: Deutsches Postmuseum, Konkordia Druck GmbH Bühl, 1992. – 135 p.
- [4] Friis P., Thomsen S. Sparebøsser. – Danmark, 1969. – 64 p.
- [5] Geldgeschichtliches Museum in der Kreissparkasse Köln. – Kreissparkasse Köln, 1988. – 32 p.
- [6] Geldgeschichtliches Museum Kreissparkasse. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <https://www.geldgeschichte.de/default.aspx>
- [7] Die Geschichte des Sparefroh. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <https://www.sparkasse.at/sparefroh/ueber-den-sparefroh>
- [8] Groß Gerhard. European Money Bank Collectors. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <http://www.embc.de/de/spardosen/>
- [9] Sparefroh. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <https://de.wikipedia.org/wiki/Sparefroh>
- [10] Thurn H.P., Baumgärtner S. Spardosen aus zweitausend Jahren. Die Kulturgeschichte des Sparens. – Stuttgart: W. Kohlhammer, 1982. – 184 p.
- [11] Weltpartag. – Интернет-ресурс. Режим доступа: <https://de.wikipedia.org/wiki/Weltpartag>
- [12] Wilcox T. Pennywise: 500 Years of the Moneybox. Exh. cat. England. – Hove Museum and Art Gallery, 1990. – 19 p.