

И. Х. Улинова

Значение культурных индустрий в сохранении этнического своеобразия калмыков

Статья посвящена проблеме сохранения этнического многообразия различных культур в условиях растущих процессов урбанизации, глобализации, а также распространения симптомов информационного общества. Отмечается, что, лишившись соответствующих деятельностных оснований, культуры многих этносов оказались максимально открытыми к внешним воздействиям на их «информационное поле», что нередко ведет к неорганическим трансформациям и искажениям этнокультуры в целом. Указывается, что одним из эффективных каналов воздействия на этносферу в современных реалиях являются культурные индустрии, способные влиять на процесс трансляции, коррекции и обновления этно-традиционных аспектов культуры. На примере калмыцкого этноса осуществляется обзор различных направлений деятельности культурных индустрий, способствующих популяризации традиционной культуры. Освящается деятельность индустрии сувенирной продукции, индустрии культуры детства, индустрии книгоиздательства, анимационной и кинодокументальной продукции, индустрии праздников и фестивалей, сферы тиражирования предметов быта и популяризации кухни, а также других направлений. Дается анализ как положительных, так и некоторых отрицательных сторон деятельности культурных индустрий в рассматриваемом направлении. Отмечается экспертный и технологический потенциал культурологии в решении основных проблем представленного направления деятельности культурных индустрий.

Ключевые слова: этнос, этничность, культура этноса, традиция, культурные индустрии, образ, глобализация, информационное общество

Inna Kh. Ulinova

Cultural industries' relevance in preserving Kalmyks ethnic identity

The article is devoted to the problem of preservation of ethno-traditional principles of different cultures in the growing processes of urbanization, globalization, as well as the spread of symptoms of the information society. It is noted that, having lost the relevant activity grounds, cultures of many ethnic groups turned out to be as open as possible to external influences on their «information field», which often leads to inorganic transformations and distortions of ethnic culture as a whole. It is indicated that one of the effective channels of influence on the ethnic sphere in modern realities are cultural industries that can influence the process of translation, correction and renewal of ethno-traditional aspects of culture. On the example of the Kalmyk ethnos, the review of various activities of cultural industries contributing to the popularization of traditional culture is carried out. The activities of the industry of souvenirs, the industry of childhood culture, the industry of book publishing, animation and film production, the industry of holidays and festivals, the sphere of replication of household items and the popularization of cuisine, as well as other areas are consecrated. The analysis of both positive and some negative aspects of the activity of cultural industries in this direction is given. Expert and technological potential of cultural studies in solving the main problems of the presented direction of activity of cultural industries is noted.

Keywords: ethnos, ethnicity, ethnos culture, tradition, cultural industries, image, globalization, information society

DOI 10.30725/2619-0303-2019-2-34-39

В современном мире, погруженном в процессы глобализации и унификации культурного многообразия, особенно остро встает вопрос сохранения особенностей локальных культур, включая их этно-обусловленные вариации. Культуры, системообразующую роль в которых играют определенные этносы, уходят своими корнями в периоды, когда в них господствовал традиционный образ жизни, порой сохраняемый и по настоящее время, как в чистом, так и в преломленном виде. Тем не менее в контексте глобальных трансформаций названные аспекты

культурно-бытового уклада различных этносов начинают «размываться». Одним из способов поддержания этнокультурного многообразия в условиях глобализации и распространения симптомов информационного общества является сохранение, коррекция и тиражирование «образов» и материальных форм, органичных для соответствующих этнокультурных образований.

Исходя из того, что деятельностные основания жизнеобеспечения многих кочевых и земледельческих этносов за последние полтора столетия претерпели существенные

изменения, выраженные в основном в воздействии процессов урбанизации и распространения промышленности, в движение пришли многие традиционные компоненты их культур. Снижение роли природно-климатической и адаптивной составляющей в функционировании этносов (по мнению Э. С. Маркаряна, влияющей на формирование всей системной модели культуры [1, с. 63]), оказало тотальное воздействие практически на все аспекты их культур, спровоцировав серьезные трансформации, порой противоречащие их внутренней природе. Очутившись в ситуации полного или частичного отрыва от «адаптивных условий», в контексте которых был сформирован культурный облик многих этносов, современные этнокультурные организмы лишились системообразующих оснований, гарантировавших целостность их культур, включая ценностно-смысловые и мировоззренческие аспекты. В последней трети XX – начале XXI в. данные процессы только усугубились, поставив многие культуры в ситуацию угрозы их самосохранению.

В современных условиях, когда культуры многих этносов, будучи не подкрепленными традиционным образом жизни, существуют в основном на уровне информационного пространства, а также некоторых практик поддержания и воспроизводства их материальных составляющих, остро встает вопрос поиска соответствующих способов сохранения и обновления этнических культур, способных противостоять «вызовам» глобализации и информационного общества. «Коды» и образы традиционных культур, которые бытуют в современной информационной сфере, при низкой степени их материального подкрепления оказываются незащищенными от разного рода целенаправленных воздействий, стихийных искажений и «мутаций».

Одну из сфер, где данные образы находят свое устойчивое проявление, представляют культурные индустрии, определяемые как «государственные, коммерческие и некоммерческие организации, которые связаны с промышленным производством, информационными технологиями. Они являются массовыми по объемам и стандартизированными по большинству характеристик. Это телевидение, киноиндустрия, множество видов исполнительского искусства, электронные публикации, фото, звукозаписи, книгоиздания и многое другое» [2, с. 10]. Значение культурных индустрий важно в связи с тем, что они способны создавать и тиражировать как материальные феномены культуры, так и ее духовные аспекты, включая ценности, социально значимые смыслы, стереотипы поведения и т. д.

Традиционные аспекты культур многих этносов в современных условиях сопрягаются с культурными индустриями, «поселяясь» в их пространстве и достаточно успешно тиражируясь. Почва индустрий оказалась очень плодородной для данных процессов, но специфика их протекания и результаты носят достаточно противоречивый характер. С одной стороны, культурные индустрии преуспели в тиражировании образов и внешних форм культур этносов, в свою очередь призванных обеспечить сохранение и трансляцию мировоззрения, смыслов, ценностей, образа жизни и прочих элементов традиционных культур. С другой – образы и внешние формы этнических культур нередко так и остаются поверхностными и сугубо «внешними», являя собой скорее процесс «брендинга» их значимых феноменов, нередко ориентированный на массовый вкус и «ожидаемые стереотипы», порой невероятно упрощающие и искажающие этносферу [3, с. 97]. Тем не менее положительный опыт в решении этих вопросов также имеется.

Перемещение основной части этно-традиционных аспектов культуры в сферы, не подкрепленные традиционным образом жизни, делающие их «открытыми» к разного рода воздействиям, актуализируют представления, развиваемые в работах С. А. Арутюнова и В. А. Тишкова, которые, в отличие от Л. Н. Гумилева и Ю. В. Бромлея, исходили из высокой степени сопряженности этносов и этничности с информационно-коммуникативным пространством культуры. В частности С. А. Арутюнов исходит из того, что «механизм существования этнических общностей всех типов, их пространственная стабильность, их временная преемственность также основываются главным образом на связях, которые могут быть описаны в рамках понятия информация. В отличие от генетической информации, передающейся в генной форме, здесь эти информационные связи в основном существуют в виде различных форм коммуникаций» [4, с. 19–20]. В свою очередь В. А. Тишков, развивая концепт конструирования этничности, указывает, что «признаком этнической общности является не „общее происхождение“, а представление или миф об общей исторической судьбе членов этой общности» [5, с. 114]. Предпочтение и формирование определенной этничности, по мнению ученого, представляют собой «путешествие индивидуальной/коллективной идентичности по набору доступных в данный момент культурных конфигураций или систем, причем в ряде случаев эти системы и возникают в результате дрейфа идентичности» [5, с. 121]. Такой подход показывает высокую степень за-

висимости и податливости этнических аспектов культуры тем процессам, которые происходят на уровне основных коммуникаций и информационного пространства, формирующих картины мира представителей тех или иных сообществ. Названные теоретические основания позволяют говорить о высоком потенциале культурных индустрий в сохранении, обновлении и трансляции этно-традиционных аспектов культур.

Детальное рассмотрение указанных свойств культурных индустрий представляется уместным провести на примере калмыцкого этноса, входящего в состав российского суперэтноса.

Одним из центральных проявлений индустрий в рассматриваемом вопросе является сфера производства и тиражирования этно-традиционных сувениров. Данная сфера выполняет едва ли не самую важную роль в формировании представлений об этнических культурах в пространстве массовой культуры, а также в области туризма. Для представителей других этносов сувениры нередко выступают наиболее репрезентативным и осязаемым источником, рассказывающим о том или ином этносе и непосредственно связанным с ним. Причем, данные артефакты нередко оказывают существенное влияние на сознание представителей самого этноса, чью культуру они представляют. Так, в Калмыкии в сувенирных магазинах и ярмарках ремесленников можно встретить изделия традиционного декоративно-прикладного искусства: предметы из войлока, дерева, кожи, металла, ювелирные украшения. Несмотря на известные пределы упрощения и замены материалов, с разной степенью приближенности к оригиналам, данная продукция, в основном, верно передает значимые характеристики предметной сферы жизни калмыков.

В отношении визуальных образов, характерных для культуры Калмыкии, дело обстоит несколько сложнее. Образы традиционных культур, проникая в сувенирную индустрию, невероятно усиливаются в цветовом решении, гипертрафируются, корректируются и обрабатываются так, что получают малую степень соответствия аутентичным образам культуры. Однако их привлекательность для массового потребителя в этом случае растет, а потому законы рынка, диктуя свои условия производителю, ведут к нивелированию многих традиционных аспектов культуры. Формула «ярко – значит красиво» находит свое проявление в массовой культуре, превращая спокойные и гармоничные краски в «горящие» и неестественно яркие цвета. При этом важно подчеркнуть, что в современной культуре визуальные формы коммуникации являются центральными и имеющими наибольший

эффект воздействия на массовое сознание. Как следствие, цветовая гамма и образы сувенирных рядов, порой рассчитанных на массового потребителя, не утруждающего себя вопросами этнокультурной грамотности, «мутируют» так, что не репрезентуют, а искажают этносферу. Тем не менее в сферу традиционных зачастую проникают и новые образы, порой создавая вполне удачные репрезентации, объединяясь с традициями, расширяя и дополняя их.

Так, в Калмыкии сувенирная продукция нередко содержит виды ее современной столицы Элисты, в частности: площадь перед Домом Правительства с шахматами и фонтанами, улицу Пушкина и др. Еще одна группа образов Калмыкии связана с религиозной тематикой, среди таковых часто встречаются хурул, бурханы, священный цветок лотос, молитвенные барабаны, ступы просветления, Золотые ворота и т. д. Большим спросом пользуются изображения традиционных форм орнамента, который проникает на одежду, обувь и головные уборы, ювелирные украшения, изделия из кожи и т. д. Также спросом пользуются образы, отражающие природу, флору и фауну Калмыкии, – степь с изображениями тюльпанов, сайгаков, верблюдов и лошадей, степных орлов и журавлей и т. д.

И все же тревогу в данном вопросе вызывает невысокая степень интереса у подрастающего поколения к изучению традиционных ремесленных искусств, что напрямую сказывается на ассортименте и объеме сувенирной продукции, к которой в последнее время проявляется большой спрос. Данное обстоятельство ведет к тому, что организаторы выставок-продаж вынуждены предлагать аналогичные изделия из Монголии и Китая, которые не всегда отличаются высокой степенью соответствия традиционной культуре калмыков. В качестве примера можно назвать монгольские мужские и женские кошельки и сумочки.

Отдельного внимания в рассматриваемом вопросе заслуживает индустрия культуры детства, поскольку именно детское сознание представляет наиболее плодородную почву для привития «геномов культуры», включая ее традиционные аспекты. Так, в Калмыкии достаточно распространены игрушки, близкие по форме и материалу к аутентичным. Например, куклы в национальных костюмах, фигурки животных. Вместе с тем ряд истинно калмыцких игр и игрушек в настоящее время не пользуется активным спросом, возможно, в связи с отсутствием должной популяризации. Например, настольная игра «Шаһа наадлһн» (альчики), головоломка «Нәрн шинж».

Кроме того, активно развивается трансляция традиционных аспектов культуры через книгоиздательство. В рамках данного направления издаются народные предания, загадки, такие как «Джангар», калмыцкие сказки, калмыцкие благопожелания (йорялмуд) и т. д. Среди мультипликационной продукции обращают на себя внимание следующие мультфильмы, основанные на калмыцких народных сказках: мультфильм на калмыцком языке «Охотник и его жена», серия «Гора самоцветов» – мультфильм «Рогатый хан», серия Мульты-Россия «Республика Калмыкия». В данном направлении индустрий, так же как и в случае с сувенирами, есть как положительные, так и отрицательные тенденции. Однако степень «экологии» культуры и выстраивания ее «защитного пояса» в сфере детства значительно выше, чем в других областях деятельности культурных индустрий, что позволяет надеяться на рост ее эффективности в плане сохранения традиционных основ культуры [6, с. 58–59].

В сфере средств массовой информации, посвященных культуре калмыцкого этноса, обращают на себя внимание такие издания, как общественно-политическая газета «Хальмыг унн», ежемесячный детский журнал «Байр» («Радость»). Также необходимо отметить ряд последних кинодокументальных проектов: на телеканале «Культура» вышла очередная серия из цикла «Писем из провинции», посвященная Калмыкии; проект Совета молодых ученых БНУ Республики Калмыкия «Институт комплексных исследований аридных территорий» «Калмыки: возвращение», посвященный 75-летию депортации калмыцкого народа; «Поедем, поедим. Калмыкия» на телеканале «НТВ». Помимо сугубо визуальных каналов трансляции информации о традиционных аспектах культуры калмыков, стоит затронуть индустрию книгоиздательства, направленную на все возрастные категории, где основным является «Калмыцкое книжное издательство».

В рамках реализации образовательной деятельности, имеющей с культурными индустриями массу «точек соприкосновения», многими организациями Республики Калмыкия «Устное народное творчество» предков введено как обязательный элемент для изучения на всех уровнях образования: детские сады, школы, колледжи и техникумы, высшие учебные заведения. Одним из величайших литературных памятников устного народного творчества является героический эпос «Джангар». Это стихотворная поэма, воспеваящая воинские подвиги калмыцких богатырей и их предводителя Джангара, защитников сказочной страны Бумбы. В эпосе отражены надежды и чаяния калмыцкого народа, его многовековая борьба за свое национальное

существование. Изучение и популяризации данного эпоса в Республике Калмыкия носит максимально распространенный характер.

Особое направление в деятельности культурных индустрий представляет популяризация традиционных аспектов культуры через кухню и продукты питания. Калмыки издревле занимались разведением скота, поэтому их основная пища состояла из молочных и мясных блюд. Одним из самых дорогих считается кюр, блюдо из баранины. Калмыцкая мраморная говядина по достоинству оценена рестораторами России и мира. Следуя современным тенденциям в Калмыкии можно приобрести изделия собственного производства, оформленные надлежащей упаковкой, украшенной традиционными образами: колбасную продукцию, консервы мясные кусковые стерилизованные, семена подсолнечника, полуфабрикаты мясные и мясосодержающие. Причем упаковка указанных продуктов, скажем, жестяные коробки, нередко сама являет самостоятельную группу сувениров. Тем не менее на общем уровне культуры Калмыкии в последнее время прослеживается некоторое отклонение от традиционных рецептов в приготовлении блюд, вызванное нехваткой времени и большим количеством аналогичных заменителей продуктов, кроме того, объем изготавливаемой продукции порой не рассчитан на экспорт. Здесь же следует отметить, что в силу ряда причин, связанных с особенностями производства и хранения продукции, не все традиционные продукты и напитки (особенно молочные), характерные для этнических основ культуры калмыков, выступают ее репрезентантами на широком рынке.

Еще одно направление популяризации традиционных аспектов культуры калмыков – распространение элементов интерьера традиционного жилища в городских условиях. Данные элементы позиционируются в качестве сувениров, декоративных изделий, а также предметов быта, используемых по прямому, утилитарному назначению. Например, в Калмыкии нередко можно встретить такие атрибуты дома, как религиозные изделия для создания домашнего алтаря: панно и фотографии с изображениями бурхн, свечи, лампадки, цветы лотоса, колокольчики, четки, благовония и т. д. Данные артефакты, проникая в современные квартиры, так или иначе напоминают своим хозяевам о том, как жили, во что верили и чем занимались их предки.

Особого внимания заслуживает такое направление деятельности культурных индустрий, как популяризация традиционной культуры посредством праздников и фестивалей. В силу своего стержневого характера данное направление получает существенную поддержку со стороны властей.

Одним из знаковых праздников калмыцкого этноса является «Цаган Сар» («Белый месяц»), восходящий к религиозным традициям монгольских народов и связанный с заготовкой и высоким статусом молочных продуктов в культуре кочевников. Этот праздник символизирует обновление человека и природы. В этот день встречающиеся совершают довольно длительный ритуал приветствия, спрашивая друг друга, насколько благополучно они вышли из зимовки, включая членов семей и домашний скот. Действия данного приветствия, сопровождавшегося множеством гендерных нюансов, нередко хватало на целый год. Кроме того, в этот день совершается обряд кропления дома калмыцким чаем в качестве подношения предкам и Белому старцу, а также обряд подношения ритуального подарка в виде национального мучного блюда «борцок» Буддам, богам и родным. Форма борцокв достаточно разнообразна и соответствует сложным семантическим аспектам подношений.

Также обращает на себя внимание «праздник лампад», или «Зул», посвященный уходу из нашего мира основателя тибетско-буддийской школы гелуг, Чже Цонкапы. В этот праздник, который принято отмечать дома, зажигают лампы, подают приготовленное накануне угощение, варят калмыцкий чай, пекут борцоки, проводят обряды с лампадами. Кроме того, в Калмыкии отмечается День рождения Будды Шакьямуни; особыми датами являются: День калмыцкой поэзии, День калмыцкого чая, День степи, День Казанского кафедрального собора, День памяти жертв депортации калмыцкого народа.

Отдельно следует отметить достаточно новое явление в культуре калмыков, просветительно-экологический праздник «Международный фестиваль тюльпанов». Данный праздник не имеет строгой привязки к датам и проводится в зависимости от погодных и климатических условий, в момент цветения тюльпанов. В рамках фестиваля проводится масса мероприятий, направленных на популяризацию традиционных аспектов культуры, включая концерты с участием творческих коллективов, конкурсно-игровые программы, выставки-продажи сувенирной продукции и животных, ярмарка ремесленников и др. Территория проведения фестиваля оформляется в виде площадки с расставленными кибитками. Отмеченное мероприятие имеет достаточно сильный эффект, в плане популяризации и сохранения всего комплекса традиционных основ культуры калмыков.

Достаточно крупным направлением деятельности культурных индустрий является мода. Распространение элементов традиционных культур, имеющих высокую степень близости к этно-традиционным прототипам, на уровне моды является достаточно распространенной практикой, как на «высоком», так и на массовом уровне. Так, с 1995 г. в Калмыкии функционирует Театр костюма и пластики. Артисты именно этого театра принимают активное участие в международных фестивалях этнической моды. В перечне наград данного театра – специальный Приз фестиваля-конкурса Недели Высокой Моды на Волге с Валентином Юдашкиным в Саратове; победа на Ассамблее Моды 5-й Московской международной недели Высокой Моды (2006); финал международного конкурса Высокой моды этнического костюма в Доме Правительства Москвы (2008); победа в Международном конкурсе модельеров-дизайнеров и театров мод «Звезда Королевы» в Венгрии и т. д.

Анализ сложившейся ситуации на примере калмыцкого этноса показывает, что проблема сохранения и воспроизводства традиционных аспектов этнических культур в пространстве культурных индустрий включает как положительные, так и отрицательные тенденции. Культурные индустрии, развитие которых во многом обусловлено законами рынка, так или иначе направлены на получение прибыли, соответственно они заинтересованы в удешевлении продукции, а также в ее популяризации с ориентацией на спрос и вкусы массового потребителя. На фоне действия указанных факторов осуществляются определенные упрощения и искажения традиционных основ различных культур, что сказывается на особенностях их сохранения и воспроизводства в глобальном информационном пространстве. Полностью абстрагироваться от указанных зависимостей культурные индустрии без соответствующей поддержки со стороны финансовых структур и органов власти в большинстве случаев не в состоянии. В данной ситуации свой экспертный (как минимум на рекомендательном уровне) и технологический потенциал вполне способна проявить культурология, одной из задач которой является изучение различных механизмов сохранения и трансляции культуры, включая глубинные механизмы передачи и коррекции «культурного генома» в контексте современных процессов унификации культур.

Тем не менее в современной российской культурологии в отношении ее переориентации на решение конкретных прикладных задач, как

отмечают С. Н. Иконникова и И. В. Леонов, сложилась ситуация выбора, выраженная «в ставке на реализацию прикладных возможностей науки о культуре, способной влиять на общество, или на продолжение свободного самоусложнения знания в пространстве переходной реальности» [7, с. 9]. Исследователи считают, что ситуация данного выбора культурологии все еще остается открытой, хотя потребность в соединении прикладного потенциала науки о культуре с ее теоретико-методологическими наработками давно назрела.

Список литературы

1. Маркарян Э. С. Теория культуры и современная наука: логико-методологический анализ. Москва: Мысль, 1983. 284 с.
2. Современные модели развития культурных индустрий в регионах России: сб. науч. ст. / отв. ред. М. Л. Магидович. Санкт-Петербург: Изд-во Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена, 2014. 418 с.
3. Леонов И. В., Соловьева В. Л. Этно-традиционный сувенир в пространстве массовой культуры // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2019. № 1 (38). С. 93–98.
4. Арутюнов С. А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие. Москва: Наука, 1989. 247 с.
5. Тишков В. А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. Москва: Наука, 2003. 544 с.

6. Иконникова С. Н. Защитный пояс культуры и стратегии отношения к детству // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 4 (37). С. 56–59.

7. Иконникова С. Н., Леонов И. В. Российская культурология в новой парадигме модернизации // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 4 (37). С. 6–10.

References

1. Markaryan E. S. Theory of culture and modern science: logical-methodological analysis. Moscow: Mysl', 1983. 284 (in Russ.).
2. Magidovich M. L. (ed.) Modern models of development of cultural industries in regions of Russia: coll. of sci. articles. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical Univ. publ., 2014. 418 (in Russ.).
3. Leonov I. V., Solov'eva V. L. Ethno-traditional souvenir in mass culture. *Vestnik of Saint Petersburg State University of Culture*. 2019. 1 (38). 93–98 (in Russ.).
4. Arutyunov S. A. Peoples and cultures: development and interaction. Moscow: Nauka, 1989. 247 (in Russ.).
5. Tishkov V. A. Requiem for ethnos: studies in socio-cultural anthropology. Moscow: Nauka, 2003. 544 (in Russ.).
6. Ikonnikova S. N. «Protective belt» of culture and strategy of attitude to childhood. *Vestnik of Saint Petersburg State University of Culture*. 2018. 4 (37). 56–59 (in Russ.).
7. Ikonnikova S. N., Leonov I. V. Russian culturology in new paradigm of modernization. *Vestnik of Saint Petersburg State University of Culture*. 2018. 4 (37). 6–10 (in Russ.).