

БОБРИХИН Андрей Анатольевич / Andrey A. BOBRIKHIN*Россия, Екатеринбург.
Российский государственный профессионально-педагогический университет. Институт Искусств.
Старший преподаватель, доцент.**Russia, Ekaterinburg.
The Russian State Professional Pedagogical University. College of Arts, the senior teacher. Senior lecturer.*uralfolk@mail.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

Инновационное развитие России актуализируют вопросы исторических ориентиров национальной идентичности, ставят задачи анализа способов конструирования идентичностей, деконструкции исторического опыта образотворчества, рассмотрения идентичности как способа образно-символического видения. В традиционном обществе этническая идентичность не проблематизируется; можно сказать, что этнокультурная идентификация отсутствует в традиционном дискурсе, но доминирует в традиционалистском.

Многовековой российский опыт конструирования этнокультурной идентичности, поиска национального образа (пути, характера) демонстрирует на удивление повторяющуюся схему, когда символы и репрезентанты этой идентичности, будучи сформулированными, представленными и выставленными, самой культурой и её носителями воспринимаются как чуждые, внешние, «заграничные». А искренние попытки «конструкторов идентичности» следовать этнокультурным образам, примерить на себя «национальные одежды» выглядят как фарс и фиглярство.

В статье рассматриваются функции образов традиционной народной (фольклорной) культуры в современном культурном пространстве. Народная культура рассматривается как источник символов, участвующих в формировании моделей этнической идентичности. Этническая идентичность формируется с использованием образов традиционной народной культуры как историческая, идентичность по общему прошлому.

Ключевые слова: Этническая идентичность, социальное конструирование, указатели идентичности, социальная мифология, городская визуальная коммуникация

Representations of ethnic identity in modern culture

The innovative development of Russia raises questions regarding the historical orientation of national identity, the generation /construction of identity, deconstruction of the historical experience of image-making, and considerations of identity as a figurative-symbolical vision. In the traditional society, ethnic identity is not a problem. Ethno-cultural identity is largely absent in a traditional discourse, but dominates 'traditionalist' discourse. The age-old Russian experience of designing ethno-cultural identity and the search for a national character shows a wonderfully repetitious scheme in which symbols and signs of this identity, being formulated, presented, and exposed, are perceived by the culture and its carriers as alien, external, "foreign". Sincere attempts by the 'designers of identity' to replicate ethno-cultural images and try on 'national clothes' appear farcical. This article considers images of traditional ethnic culture in modern cultural space. National culture is considered as a source of the symbols contributing to the formation of models of ethnic identity. Ethnic identity is based on images of traditional national culture and history and is an identity with a common past.

Key words: Ethnic identity, social designing, indexes of identity, social mythology, urban visual communications

Одна из примет современной культуры — обнаружение в городских пространствах «фольклорных», этнических сцен, сюжетов и декораций. В современной

жизни все чаще встречаются образы и персонажи традиционной народной культуры. В организованных формах традиционной народной культуре в современности

предписываются различные роли — воспитательные, нравственные, идеологические, ценностные. Народная культура почему-то стала удобным носителем для приписывания ей разнообразных новых и актуализированных в современности значений. Для специалистов, профессионально занимающихся динамикой современной культуры, осмысление ролей традиционной культуры в современном мире и городском пространстве становится весьма актуальной задачей.

Рассмотрим роли, играть которые в современной социально-культурной жизни, привлекается традиционная народная культура. Народная — в этнокультурном смысле, то есть «этническая».

Исследователями отмечается, что современная культура (этиологически — городская и европейская) эклектична, полиморфна и полилогична. Она безответственна, в том смысле, что в ней отсутствуют центральные институты, ответственные за конфигурирование различных ее пластов и составляющих, что не означает отсутствие сил, воздействующих на формирование облика и иерархии современного культурного пространства.

Образы народной культуры, привлекаемые для современного массового потребления, в основном, вторичны, они являются результатом кодификации, адаптации, изменения контекста их существования. Массовая культура, будучи всеядной, «делает относительными и проницаемыми все эстетические градации и жанровые перегородки, смешивая «высокие» и «низкие» художественные формы, транслируя уникальные произведения национального, этнического искусства в самое сердце крупнейших мегаполисов, чтобы затем, после соответствующей аранжировки и профессиональной «возгонки» вернуть их обратно — на периферию»¹.

У традиционной народной культуры и современной массовой культуры принципиально различны способы хранения, трансмиссии и актуализации создаваемой информации; народная культура, для того, чтобы быть увиденной, узнаваемой и привлеченной к современному производству образов и идей, должна быть зафиксирована в привычных современности формах — текст или иллюстрация в книге, фотография, звукозапись, картина. Будучи зафиксированным, художественное явление народной культуры лишается присущей ему импровизационности, спонтанности, живости.

Обращение к образам народной культуры происходит периодически, и каждый новый этап обращается уже не столько к первоисточнику, а опирается на предшествующие формы популяризации и адаптации «старинны» к современности. Можно проследить, как

¹ Захаров А. В. Традиционная культура в современном обществе / А. В. Захаров // Социологические исследования. — 2004. — № 7. С. 110

визуальные образы и оформление определенного сектора современной рекламы корреспондируют с изобразительным рядом советских фильмов-сказок и мультипликации 1930 — 1950–1970-х годов, а они, в свою очередь, опираются на графику И. Билибина, круг «Мира искусств», сценографию дягилевских сезонов.

Современное массовое восприятие народного искусства сформировано позиционированием продукции кустарных артелей начала XX века как «подлинного народного искусства»; возникновение же артелей связано с именами известных меценатов и художников, которые, создавая мастерские, определяли стилистику и облик их продукции. Можно привести много примеров использования явлений традиционной культуры в адаптированных формах для формирования образа «мудрой русской старины», необходимого той или иной культурной среде или ситуации.

Часто используются средства, усиливающие «древностью» речевое сообщение автора: использование лексических форм церковно-славянского языка, придающего сакрально-национально-возвышенные коннотации сообщению, например, «град Петра», «страж Отечества». Изменение разговорного порядка слов в предложениях, стилистические и синтаксические подражания «архаичному стилю» также служат повышению ценности высказывания за счет отсылки слушателя к «совершенному прошлому». В качестве ориентиров и символов «славного прошлого» выступают также различные материальные объекты: от монументальных архитектурных комплексов и строений (Царицыно, Коломенское, Кижы, Хохловка, восстановленные и вновь построенные соборы, церкви, часовни, колокольни) до предметов повседневно-бытового окружения (элементы этнического костюма, традиционного кроя или декора в современной одежде, старинные вещи — «реликты прошлого», антиквариат, предметы церковного культа или крестьянского быта, празднично-маскарадная «народная» одежда дошкольных утренников).

Самой плодотворной отраслью производства современных «образов старины» является реклама: здесь и персонажи (исторические, сказочные, былинные, сельские), и номинативы («Никола», «Деревенька», «Царь», «Княже», «Стрелецкое», «Боярские», «Святой источник» и т. п.), и элементы дизайна упаковки (стилизованный шрифт, «старинный» орнамент, деревянная крестьянская или каменная церковная архитектура), природные пейзажи, читающиеся как «Родные просторы» и «Широка страна моя родная».

Их цель — указывать на существование некоего «общего прошлого» и побуждать к «припоминанию», поэтому эти образы необходимо тяготеют к упрощению и унификации, дабы отвечать роли широко узнаваемо-



го референта «мудрой старины». В некоторых случаях сочетание простоты/доступности подобных образов с безальтернативностью их функционирования приводит к пугающим последствиям: художественная нищета ассортимента «лавок русских сувениров» и обилие китч-арбатской продукции в туристически привлекательных местах крупных российских городов.

Языком эстрадных реприз стала «простая народная речь» — примитивная пародия на язык, основное назначение которой — путем принижения формы и содержания высказывания, инфантилизации логики и смысла сообщения заставить максимально широкий круг ассоциировать себя с носителем такого языка. Упрощение формы высказывания и снижение его этической и интеллектуальной составляющих позволяет формировать аудиторию тем более широкую, чем более примитивны форма и содержание речи, потому как самоидентификация по отличным, индивидуально-неповторимым признакам несравнимо сложнее, чем идентификация себя с общим, сходным.

Одним из примеров использования образов традиционной народной культуры в современной культурной жизни является регулярное сообщение фрагментов народного месяцеслова в новостных блоках СМИ в качестве ежедневной справочной информации в ряду сообщений о погоде, астропрогноза, курса валют и пробок на дорогах.

При рассмотрении настойчивости и регулярности, с которой до слушателя и зрителя доводится информация о событиях крестьянского календаря, возникает впечатление, что события крестьянской жизни, происходящие в течение круглого года, расположенные в природно-хозяйственном календарном цикле и периодически «отмечаемые» в виде народных традиций и обрядов, мистически и постоянно привлекают внимание и обывателей, и всевозможные средства массовой информации — газеты, радио, телевидение и Интернет. Читатели газет и слушатели радионовостей «на полном серьезе» запоминают и обсуждают народные приметы, регламентирующие ход крестьянских забот, и рецепты блюд обрядовой кухни. Журналисты с удивительной дотошностью и завидным постоянством раскапывают все новые и новые особенности старых-престарых праздников, обычаев и традиций. На примере народного календаря можно рассмотреть природу привлекательности образов «фольклорной» культуры для пользователя и производителя массовой информации.

Знание народного календаря функционирует как информация, сообщаемая осведомленным источником остальным слушателям, профанам. Ни сообщателю, ни получателю, это «знание» не несет практической пользы и не является поводом или причиной изменения

привычного хода дел. Назначение сообщений о событиях народного календаря на уроке, в эфире, в повседневных бытовых разговорах — это сообщение о своем знании и подтверждение права рассказчика сообщать достоверные сведения. Это знание, целью которого является подтверждение властных полномочий или компетентности источника информации.

Другое назначение подобной информации — в ситуации межкультурной интеграции, размывания этнокультурных границ обращение современной массовой культуры к образам «славной старины» играет роль «указателей идентичности» в манифестациях исторических оправданий современных культурных форм, в данном случае — идентичности по принадлежности к древним традициям, истории и культуре своего народа. Назовем эти процессы «репрезентациями этнической идентичности», потребность которой возникает в современном российском городе. Именно «этничность», присущую кругу характеристик «жизненного мира», мы считаем предметом феноменологического рассмотрения, предпочитаем исследовать понятие и механизмы «этнической идентификации», в отличие от понятий «нация» и «национальная идентификация» в силу политической ангажированности и искусственности последних.

В силу особенностей социальной и пространственной организации города, репрезентации этничности осуществляются нарративными средствами, в виде перфомансов, с помощью различных визуальных постановок и инсценировок — того, что мы, обобщая, назвали «указателями идентичности».

Формирование этнической идентификации осуществляется средствами управления впечатлениями, которые проблематизируют этничность и формируют этнический нарратив. В российско-русской среде ядром этого большого повествования является предание о старине, причем «судьба народа» обычно легко рифмуется с «прошлым народа».

Этничность формируется в процессе заново-периодического проговаривания этнической проблемы и этнических статусов, а «указатели идентичности» обеспечивают это проговаривание (дискурс) знаковыми средствами, речевыми формулами и «лексикой».

Для нас является очевидным, что дискурс этнической идентичности возникает и формируется в дихотомии свой — чужой, и образы других различными способами моделируют образы своих. Репрезентации этничности в современном российском городе осуществляются за счёт демонстрации этнокультурных различий, так называемой «самобытности», заявлений об инаковости. Возможно, это выглядит парадоксом, но фоном, на котором выделяется и проявляется этничность является аморфная и не-историческая среда города, а с другими

этническими обнаруживается общность драматургии и постановочных средств. Однако существуют и значительные различия в том, как формируется этническая идентичность преобладающего этноса и средствах этнических репрезентаций малых народов и диаспор — интересная тема, которая пока выходит за рамки данной работы.

Процессы, наблюдаемые в современном городе можно назвать ре-этнификацией. Разумеется, что они в разной мере затрагивают разные группы горожан. Общим в этих процессах является следующее:

А. Конструируется образ этнической общности, имеющий двойную природу: «самообраз» для внутренней консолидации, несколько иной — для сообщения вовне.

Б. Репрезентации этничности служат включению новых членов в этническое сообщество, консолидации и контролируемому расширению сообщества.

В. Эти репрезентации имеют художественно-образную природу, строятся по законам драматургии и сценографии, а по большому счёту — игры.

Обладая всеми признаками игры, эти формы (по крайней мере, от них это ожидается), призваны закрепить этническое мироощущение и поведение как социокультурную норму. Можно утверждать, что репрезентации этничности носят символически-игровой характер и являются разновидностью современного культурного производства.

Воспроизводство этничности через ее проигрывание происходит на самых различных «сценах»: на фольклорных фестивалях, городских и «народных» праздниках, патриотических церемониях, политических мероприятиях, коммерческих презентациях, маркетинговых акциях, этнографических выставках, а также в рекламе, модной индустрии, медийном декоре (заставки, джинглы, «одежда» каналов) и т. д. Историческим же примерам перформативного характера этнических репрезентаций несть числа — от эпатажных костюмных выходов в свет С. Т. Аксакова до церемоний венчания на царство последних русских императоров, от моды на «русское платье» при дворе до «петушиного стиля» в архитектуре модерна, от сценографии русского балета до мультипликации Иванова-Ваню.

Выскажем гипотезу, что современные формы репрезентации этничности приобрели свои наиболее характерные черты — нарочитость, театральность, экзотизм и другие — в результате применения к своему этносу техник узнавания и предъявления иных этнических культур.

Для реализации задач этнической идентификации «постановщики указателей» используют повествования о «былых временах», о прежней, т. е. «подлинной» жизни и ее героях, в речи применяют символы, имеющие «ар-

хаические» коннотации — «русскость», «народность», «старинность»: «Россия-матушка», «на Руси», «в народе говорили...», «издревле повелось...», «в народе считалось...». Интересный пример применения слов «на Руси» и «с пылу, с жару» как подтверждения принадлежности автора к древней, т. е. «подлинной» традиции: «Наша задача не состоит в том, чтобы изложить готовые результаты исследований, которые могут уже лечь в рамки какой-то статьи, но с пылу, с жару вовлечь в ход размышлений, логических заготовок... И на Руси такая форма размышлений, в узком кругу, крайне существенна». При этом Владимир Соломонович Библер ведет речь в статье не об истории Древней Руси, а всего лишь о форме филологического семинара в Советском Союзе конца XX века¹.

Чем более схематизировано содержание сообщения, тем большую силу достоверности оно обретает: «Каждый день масленицы имел свое название, за каждым закреплены были определенные действия, правила поведения и пр.: понедельник — «встреча», вторник — «заигрыш», среда — «лакомка», «разгул», «перелом», четверг — «разгуляй-четверток», «широкий», пятница — «тещины вечера», «тещины вечерки», суббота — «золовкины посиделки», «проводы», воскресенье — «прощеный день»».

Становясь современным мифом, эти сведения не подлежат проверке на достоверность, а, согласно Р. Барту, всяческие попытки усомниться в их правдивости вызывают возмущение в сферах, где эти мифы вращаются, в чем проявляется их агрессивный характер.

Поскольку, как мы говорили, массовая культура всеядна, в состав указателей идентичности со временем попадают лозунги и ярлыки из сферы политики, турбизнеса и торговли: «Урал — опорный край державы», «каменное искусство — «визитная карточка» Урала», «Уральский мастер».

Действенность подобного рода сообщений возможна при распространенности в культуре своего рода «архетипа» любви к старине как ностальгического влечения к первоначальному и стремления к регрессивному обретению подлинности. На шкале ценностей слушателя (получателя сообщения) и в ряду образов массовой культуры должно быть место для группы знаков особого рода — знаков старины. Так, существуя в контексте рекламных сообщений, астропрогнозов, сенсационных новостей, прогнозов погоды, сообщений о радиационном фоне и солнечной активности, сообщения о событиях народного календаря отсылают получателя ко времени уже сбывшемуся, законченному событию, совершённом, а значит, совершенному состоянию, попутно усиливая статус «подлинности» всех остальных сообщений и

¹ Библер В. С. Еще один диалог Диалогика с Монологом / В. С. Библер // Архэ. Культурно-логический ежегодник. — Кемерово, 1993. — Вып. 1. С. 21.



подтверждая компетентные полномочия источника сообщения. Сообщение о «старине» слушается как весть о первоначале, истине и простоте.

Формирование идентичности посредством образов народной культуры обращается к прошлому, истории, старине, какой бы искаженной и мифологичной она ни представляла в виде «указателей идентичности», так, как будто какая-то часть внешнего мира настойчиво формирует идентичность: «ты — это твоё прошлое».

Впрочем, временные координаты существования являются основным предметом любой идентичности. С точки зрения Э. Эриксона, впервые детально представившего это понятие, идентичность опирается на осознание временной протяженности собственного существования, предполагает восприятие собственной целостности. «Я емь мое прошлое» (*Je suis mon passee*) — так звучит соответствующая формула Сартра.

Любая идентичность нуждается в существовании простых и мнемонически экономных ориентирах, референтах идентичности, которые периодически или постоянно доводятся до человека и по которым он постоянно и периодически сверяет свою групповую принадлежность. Формирование идентичности — двунаправленный процесс: индивид периодически самоопределяется в контексте предложенных ему схем «взрослый — ребенок», «мальчик — девочка», «успешный — неуспешный», «русский — нерусский», «обитатель — чужак на данной территории» и многих других. С другой стороны — структуры внешнего мира различными способами вокруг и на пути индивида размещают «указатели идентичности», символизирующие сообщества. Идентичность есть «феномен, который возникает из диалектической взаимосвязи индивида и общества», — пишут Бергер и Лукман¹. А немецкий политолог А. Нойманн отмечает: «...идентичность — это не данность, а отношение, постоянно формируемое и реформируемое в рамках определенного дискурса»².

В интересующем взаимодействии индивиды обмениваются личными историями, производят символический обмен указателями персональной идентичности. Цель взаимодействия — создать групповую общность для обеспечения индивидуальной безопасности на время взаимодействия. Предъявленная идентичность характерна следующими чертами: она не повторяет самоидентификации, а является её отобранной частью, формируется избирательно; и эта избиратель-

ность производится на фоне и с учетом явного или предполагаемого контекста взаимодействия с целью построения общей благоприятной (комфортной, безопасной, располагающей, аффилиативной) реальности. Указатели идентичности формируются из прошлого опыта и личных историй каждого из индивидов, удивительным образом корреспондируя друг другу, производя «сплетение корнями». Чем более долгим является или предполагается взаимодействие, тем более глубоким становится проникновение в индивидуальную историю; и чем более индивиды заинтересованы в совместном результате, тем скорее у них начнет создаваться общая история. Это общее прошлое индивидов есть их общее настоящее. То есть «прошлое» — это то, что создается здесь-и-сейчас как следствие и цель взаимодействия индивидов из материала памяти каждого из них.

Если в рамках одного контекста во взаимодействии участвуют больше индивидов, индивидуальные истории вступают в конкуренцию, степень интимизации общей истории снижается: истории смещаются в неконкурентное поле, указатели идентичности становятся более обобщенными. Близость историй индивидов, прочность связи между ними обеспечивается наличием или отсутствием общей цели, ожидания результатов взаимодействия, и отчасти — содержанием ожидаемой цели.

Идентичность не является результатом действия или следствием сознательного выбора. Она — следствие цепи взаимодействий в случайно складывающихся условиях, самосохранения в этих условиях и приемлемости результатов этих взаимодействий. Следовательно, избирательное прошлое — не грех, а следствие привычек (стандартов, стереотипов) взаимодействия индивидов и атрибут нормальной до поры до времени психики. Избирательное прошлое как результат взаимодействия во взаимных интересах становится общим настоящим, которое манифестируется как прошлое, а функционирует как конструкция будущего. Когда ребёнок на вопрос воспитательницы «у тебя дома есть машинка/кукла?» отвечает: «да, мне папа купил!», это может означать, и что папа уже купил, равно как и то, что папа купит, обязательно купит.

Прошлое, история — смысловая зона бытия сообщества, простирается перед индивидом пространством идентичности. Сохранение и моделирование памяти является базой для формирования и индивидуальной, и групповой идентичности. В детстве каждый ребенок обращается к взрослым с вопросами о своей личной и далее — общей истории: «Как и когда я родился? Кем был мой дедущка? А мой папа был солдатом?» Предприятия и организации в торжественных случаях обращаются к истокам своего возникновения и этапам корпоративной истории. Крупные общности и государства создают

¹ Бергман Питер, Лукман Томас. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. / Питер Бергер, Томас Лукман. — М.: Медиум, 1995. С. 281.

² Neumann I. B. *Russia as Central Europe's Constituting Other* / I. B. Neumann // *East European Politics and Societies*. 1993. Vol. 7. N 2.30. p. 349.

и поддерживают институты сохранения и обновления «этносоциальной памяти», консолидируя общество причастностью к славному общему прошлому.

Необходимость самоидентификации индивида по отношению к крупным пространственным (таким как, например, континент), временным (многовековое наследие), социальным (этнос) образованиям происходит в случаях, когда такая идентификация становится проблемой. Для индивида такие проблемы возникают в формализованных ситуациях, при взаимодействии с официальными органами, при изменении привычного окружения, среды, места жительства, квазиинициационных состояниях. А также в этнокультурноаморфной или поливалентной среде, какой является современный российский город и его социальная среда, учитывая, что любой крупный современный российский город полиэтничен и мультикультурен.

Современность характеризуется межкультурной интеграцией, актуализацией огромного множества социальных, культурных, гендерных образцов для подражания и примеривания, угрозами размывания национальной (этнической) самобытности и росту количества кризисов идентичности. В условиях мозаичности современной культуры и потери однозначных ориентиров закономерная реакция на это — рост производства такого рода указателей идентичности, когда «составной частью именно современного мира является историзм, т. е. специально организованная и исторически беспрецедентная по размаху и интенсивности культура историографического изображения собственной и чужой идентичности»¹.

Историческое мифотворчество создает «коллективную память», где указатели идентичности являются

¹ Люббе Г. Историческая идентичность / Г. Люббе // Вопросы философии. — 1994. — № 4. С. 111

знаками современной мифологии, функция которой — консолидация сообществ по общности прошлого. Поскольку историческая память, согласно парадоксальному утверждению П. Нора, — всегда настоящее, прошлое становится результатом селекции, причем нередко реконструкции такого рода заведомо пристрастны, идеализируя и искажая былое².

Внешние атрибуты самоопределения — символика, язык, церемониал, мифологическое прошлое — необходимы для каждого нового сообщества: и вновь образованного независимого государства, и клуба по интересам. Мифологическое прошлое творится как из реальных фактов культуры и истории, так и из домислов и фантазий мифотворцев. Иметь древнюю историю и древнюю культуру — почётно для каждой нации и каждого государства. Кройка этой древней истории и приобщение к ней членов сообщества выглядит, как правило, как политтехнология или «терапия» в терминах Бергера и Лукмана — практика «починки» при возникновении «проблем, возникающих из диалектической взаимосвязи субъективной идентичности и социально приписываемой идентичности»³.

Заявления о причастности к первоистокам, апелляция к старине легитимирует и само сообщество, и что гораздо важнее, авторов таких заявлений. В этом главная и двуединая цель социального мифотворчества, произрастающего на поле этнокультурной истории.

² Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Memoire / P. Nora // History and Memory in African — American Culture. N. Y., Oxford, — Ed. G. Farbe, R. O'Meally, 1994. С. 289

³ Бергман Питер, Лукман Томас. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. / Питер Бергер, Томас Лукман. — М.: Медиум, 1995. С. 284.

