

УДК 391/395

**Н. А. Волокитина**

**Традиционная культура на современном этапе:  
направления и формы воспроизведения  
(на примере Республики Коми)**

*Статья посвящена феномену включения элементов традиционной этнической культуры в современную массовую. Выделены основные направления и формы бытования традиционной культуры на современном этапе в Республике Коми.*

**Ключевые слова:** традиционная культура, коми (зыряне), современная культура, традиционные образы, искусство.

N. A. Volokitina. Traditional culture on the modern stage: directions and forms of reproduction (on the example of Komi Republic)

*The article considers the phenomenon of the incorporation of traditional ethnic culture elements in contemporary mass culture. The author has identified the main forms of existence of traditional culture at the present stage in the Republic of Komi.*

**Keywords:** traditional culture, komi (zyrian), modern culture, traditional images, art.

Многие исследователи отмечают, что сегодня мы наблюдаем разрыв традиционной и современной культуры, что порождает ряд проблем, связанных прежде всего с формированием этнической идентичности. Современная культура отбросила традиционные формы, новаторские тенденции не ориентируются на культурное наследие. В то же время в современной культуре наблюдается возросший интерес к традиционной этнической культуре или ее элементам. Принято говорить о так называемом этническом возрождении. Действительно, в современных практиках активно воспроизводятся, реконструируются и возрождаются образы традиционного народного искусства и культуры. Традиционная культура превратилась в удобный носитель,

который наполняется новым современным значением. В то же время в современных культурных практиках элементы традиционной этнической культуры привлекаются для выполнения функций, не свойственных им в аутентичной среде, характерна потеря символов, претендующих на ориентиры и признаки этнокультурной идентичности — в силу изменения социокультурной ситуации.

Необходимо отметить, что этническая традиция на сегодняшний момент утратила свою целостность. Для традиционной культуры было характерно возобновляемое смыслообразование с использованием культурных традиций, культурные ценности в такой ситуации оказывались практически неизменными. На данный момент реанимация этнических ценностей носит несистематический характер и зачастую сводится к внешней атрибутике, возрождаются отдельные элементы — ритуалы, обычаи и прочее. Особенность, уникальность культуры воспринимается через своеобразие внешних атрибутов и символов. Кроме того, мы сталкиваемся с тем, что элементы и образы традиционной этнической культуры, привлекаемые для современного массового потребления, в основном вторичны, они являются результатом трансформации и изменения контекста их существования.

Ранее автором был рассмотрен пример последовательного воплощения одного образа традиционной культуры народа коми (зырян) в современной практике [1]. На примере актуализации образа водоплавающей птицы в современной культурной практике были выделены четыре основных направления использования традиционных образов.

Первое направление связано с развитием современного профессионального декоративно-прикладного искусства на территории Республики Коми, которое включает в себя прежде всего реплики с традиционных артефактов, бытующих в современной практике в качестве сувенирной продукции (например, традиционные изделия из дерева, такие как солонки-утицы). Такие предметы утратили свои символические и обрядовые функции. Современным человеком они воспринимаются как сувениры, однако бытование этих предметов тесно связано с культурно-памятной функцией, их привлекательность состоит в содержании, именно в том, что они почти неизменно воспроизводят изделия народного творчества, тем

самым связывая современное поколение с культурой прошлого. По мнению Н. Б. Смирновой, в современную эпоху мы сталкиваемся с тем, что традиционное народное декоративно-прикладное искусство утрачивает массовый характер, его сохранением или возрождением занимаются отдельные мастера; ранее народ был творцом образцов искусства, теперь же основная масса населения лишь потребитель [2, с. 131]. Традиционное народное декоративно-прикладное искусство перестает быть народным, этим занимаются единицы и уже профессионально, а современный потребитель использует данные предметы по совсем иному назначению.

Ко второму направлению можно отнести работы художников-этнофутуристов, обращающихся к образам древнего и традиционного искусства, фольклорной традиции. Главная идея этого направления в культуре выражена в самом названии. Это стремление обеспечить будущее этнической культуре. Реальное воплощение этнофутуризм находит в синтезе специфически национального и общемирового опыта в искусстве и культуре. Учитывая это, вполне логично обращение художников-этнофутуристов к символам и образам традиционной этнической культуры. Однако в любом случае этнофутуристы, реанимируя и возрождая старые образы, разрушают их исходное значение, конструируя новое, происходит деструкция старых значений и смыслов и конструирование нового. Ярким примером подобных работ является творчество двух художников Республики Коми: Юрия Лисовского и Павла Микушева.

Третье направление представлено отдельными социокультурными проектами, которые конструируются на основе традиционных образов и фольклорных сюжетов. Примером может служить фестиваль «Люди леса», концепция которого в 2016 году была основана на мифе народа коми о происхождении мира, согласно которому прародительницей всего живого является утка-мать (чõж). Это весьма интересная практика использования традиционных образов для привлечения населения к участию в культурных проектах. Благодаря таким проектам идет широкое информирование о традициях, повышается интерес современного поколения к мифологии и традициям коми, информация подается в современной форме.

Четвертым направлением можно считать создание логотипов, эмблем и государственной символики. Логотипы, созданные с огляд-

кой на традиционные образы и символы, призваны подчеркнуть уникальность и особенность культуры региона. Примеров использования образа водоплавающей птицы в логотипах достаточно много, среди них эмблема Национального музея Республики Коми. Однако проведенный опрос показал, что большинство жителей Республики Коми не соотносит логотип с традиционным для культуры коми (зырян) образом водоплавающей птицы и не может раскрыть его значение [1, с. 265—266].

Если рассматривать тематику шире и не замыкаться на образах исключительно традиционной культуры и искусства коми (зырян), к этому направлению можно добавить и обращение к образам древнего искусства при формировании новой государственной символики Республики Коми. При создании герба республики, утвержденного в 1994 году, были использованы символы пермского звериного стиля: хищная птица, на груди которой находится женская личина в окружении лосиных голов. При трактовке символики герба автор обратился к традиционному осмыслению данных символов. Символ, присутствующий в гербе столицы республики, городе Сыктывкаре, также имеет сходство с изображениями пермского звериного стиля. Центральной фигурой герба стал медведь, изображение которого напоминает «медведя в жертвенной позе», встречающееся в древней металлической пластике. Также в гербе был использован элемент традиционного коми орнамента, олицетворяющего солнце. Впоследствии в герб были внесены правки, но основной символ остался прежним. Стоит отметить, что автором проектов этих двух гербов выступил художник А. Неверов.

К выделенным ранее направлениям хотелось бы добавить еще несколько, не связанных напрямую с реанимацией традиционного для коми (зырян) образа водоплавающей птицы в современной культуре, однако говорящие об активном внедрении и использовании элементов традиционной культуры на современном этапе.

Прежде всего, это одежда и атрибутика в этностиле, представленная как элементами традиционного коми орнамента в современных видах одежды и аксессуаров, так и копированием техники, образцов и традиционных материалов. Это направление стало актуальным в последние несколько лет не только в Коми, но и на других территориях России, где проживает коренное население. На данный

момент создаются мастерские, открываются магазины, в том числе онлайн, где можно заказать или приобрести изделия в этностиле. В данных магазинах могут быть представлены традиционные вязанные изделия с коми орнаментом, например варежки, и современные формы изделий с этим же орнаментом, которые не бытовали в традиционной культуре населения, например перчатки без пальцев (митенки). Активно продвигается идея, особенно среди молодежи, о том, что этностиль, связанный с традициями своего народа или региона, это актуально и модно. Для примера можно привести культурную акцию «Этномода» со слоганом «Этномода — это модно!», прошедшую в 2013 году в рамках выставки «ЭкоЁлкаАрт. Лики природы в декоративно-прикладном искусстве» (Национальный музей РК), а также прошедший в Сыктывкаре в марте 2017 года фестиваль национальной и этнической моды «Северный стиль».

Еще одно направление представлено использованием традиционных символов и образов в продвижении любых товаров, в дизайнерских проектах, оформлении сайтов и прочем. Так, в Прилузском районе Республики Коми на упаковке одного из производителей молочной продукции использовано изображение традиционной солонки-утицы, стилизованный коми орнамент использован при оформлении сайта Сыктывкарского государственного университета им. Питирима Сорокина и других организаций. По сути, мы сталкиваемся с примером этнокультурного брендинга, явления, близкого указанному выше использованию традиционных образов при создании логотипов и государственной символики.

Как отдельное направление необходимо выделить брендинг территорий. Успешное позиционирование территории опирается сейчас на культурную составляющую. При этом на данный момент, как отмечает в своей статье П. С. Ширинкин, интерес вызывает не столько культура, архитектура, этнография в регионе посещения, сколько стремление оказаться в «модных» местах, продвинутых в социальных сетях теми, кто там уже побывал. Наполнением описаний путешествий становятся мифы и легенды и всеобщее стремление прикоснуться к загадочному и сакральному. Мифы, легенды и сказки могут стать основой для зарождения туристического интереса к территориям. Туристское легендирование как прикладное направление может стать эффективным маркетинговым механиз-

мом, в результате применения которого можно получить социальные перспективы развития территории [3, с. 84, 87]. В этой связи конструирование региональных брендов на основе этнической составляющей и доведение ее с помощью рекламы и PR до туристов являются весьма успешными методами. В Республике Коми создается региональный бренд «Коми — родина лыж», основанный на факте, что в Коми археологами найден самый древний фрагмент лыжи (I Висский торфяник, эпоха мезолита). Для продвижения бренда задействована и этнокультурная составляющая: обращение к легенде об Йиркапе — богатыре, владевшем волшебными лыжами, обладающими немислимой скоростью.

Интересный вариант территориального этнокультурного брендинга представлен и одним из районов Республики Коми. В Корткеросском районе бытовала легенда о колдуне Кёрт Айке (Железном человеке), эта легенда легла в основу концепции проведения фестиваля кузнечного мастерства в селе Корткерос (проходит с 2014 года). Интерес к фестивалю вызвал и рост популярности и известности фольклорного персонажа, и прочную ассоциацию его со всем районом. Данный образ сейчас используется в продвижении продукции из данного района Республики Коми, в частности молочной. Интересно, что Кёрт Айка в коми фольклоре является злым и вредным персонажем, однако это не вызывает отторжения у населения при формировании бренда. На данный момент достаточно часто для создания привлекательного для туристов бренда используются и отрицательные персонажи, например Баба Яга (село Кукобой Ярославской области позиционируется как родина данного персонажа).

Автором исследования был проведен опрос, с целью выявления наиболее известных персонажей коми фольклора среди современного населения Республики Коми. Участие в опросе приняли 92 респондента, проживающие в Сыктывкаре, Ухте, Печоре, а также в Сыктывдинском, Коткеросском, Усть-Вымском, Княжпогостском, Вуктыльском районах Коми, разных возрастных категорий; наибольшую активность проявили молодые люди от 25 до 35 лет (42 % от всех участников). Единичное участие в опросе приняли респонденты, проживающие в других городах России, но ранее проживавшие в республике. Участникам было предложено назвать извест-

ных им положительных и отрицательных героев коми (зырянско-го) фольклора. Лидирующие позиции среди положительных персонажей занимает Пера-богатырь (65 упоминаний), он был указан почти всеми респондентами, причем зачастую как единственный или первый в списке. На втором месте охотник Йиркап (19 упоминаний), далее следуют Зарни Ань (8) и Райда (7), Ен (7), Кирьян Варьян (2). Положительными персонажами четыре участника опроса назвали Кёрт Айку и трое Шыпичу, которых традиционно относят к отрицательным героям. Среди отрицательных персонажей наиболее часто называемым стал Яг-Морт (55), причем, как и в случае с Перой-богатырем, Яг-Морт был либо единственным указанным персонажем, либо открывал список отрицательных героев. Также упоминаются Ема (18), Кёрт Айка (17), Омоль (14), Войпель (9), Вёрса (8), Юрка (8), Вакуль (5), Шыпича (6), Гундыр (4), чудь (3). Среди отрицательных героев четыре респондента указали и богатыря Йиркапа. Несколько человек затруднились ответить на вопрос. Наиболее развернуто отвечали респонденты, относящие себя к коми, перечисляя по несколько персонажей, иногда с комментариями. Затруднялись назвать либо положительного персонажа, либо отрицательного те, кто унифицировал себя как русский.

Данное распределение можно связать с распространением легенд, мифов и сказок коми народа среди населения республики. Так, цикл сказок о Пере-богатыре, изданный еще в советскую эпоху на русском языке, получил большое распространение, данный цикл хорошо известен населению Республики Коми, Яг-Морт стал известным персонажем также в связи с публикацией данного цикла и созданием коми национального балета Якова Перепелицы «Яг-Морт». Легенды о Йиркапе и Кёрт Айке стали активно использоваться в современной практике территориального брендинга, эти герои также стали известны широкому кругу населения, их имена на слуху, хотя воспроизводящаяся информация о них весьма неточная. С этим, возможно, связан тот факт, что некоторые участники опроса неверно определяли группу для данных персонажей. Другие герои назывались респондентами, относящими себя к коми этнической группе, соответственно, им лучше известны фольклорные циклы, заметно также упоминание участниками опроса героев местного фольклора, особенно это относится к отрицательным персонажам.

Результаты данного опроса могут иметь практическое значение, так как выявлены наиболее известные образы, которые могут стать основой для туристического легендирования и брендинга территории. При детальном анализе и дальнейшем опросе можно выявить фольклорных персонажей, связанных с определенными районами Республики Коми. Практика показывает, что данное направление весьма перспективно, основу брендинга возможно заложить, используя как положительных, так и отрицательных персонажей. Причем в данном направлении детальное знакомство с легендами и сказаниями вовсе не обязательно. При этнокультурном брендинге в современной ситуации фольклорный персонаж и его деяния могут стать отправной точкой для конструирования привлекательного бренда, образ со временем можно наполнить иным, современным содержанием.

Указанные автором направления не исчерпывают всех возможностей для внедрения элементов традиционной культуры коми (зырян) в современную культурную среду, поскольку не затронуты такие направления, как формирование современных музыкальных жанров на основе этнической традиции, повсеместное восстановление обрядовых традиций и праздников, функционирование коми языка в новой коммуникативной среде, формирование этнических СМИ и прочее.

Подводя итоги, надо сказать, что современная культура широко использует символический код традиционного искусства и культуры, наполняя их актуальным смыслом, что прекрасно видно на примере современных культурных практик в Республике Коми, где крайне востребованными стали традиции и образы титульного народа. Данный процесс можно рассматривать с точки зрения включения этнокультурных компонентов в современную массовую культуру. Причины такой востребованности элементов традиционной культуры на современном этапе остаются до сих пор мало исследованными, однако можно выявить основные формы воспроизведения.

Традиционная этническая культура как целостный феномен неприменима во всей полноте к современной культуре и реалиям, однако элементы традиционной культуры являются весьма жизнеспособными и востребованными в современной практике. Традиционная культура ранее воплощала в себе базовые жизненные ценности, опре-

деляющие жизнь общества, теперь жизнь общества строится на других представлениях. Вытесненные из жизни общества элементы традиционной культуры начинают играть иную роль, происходит процесс вживления их в новую неаутентичную среду, что дает выход в область современной культуры. Если рассматривать современную массовую культуру как форму, в которой функционирует современное общественное сознание, то необходимо признать, что эта форма наполняется самым разнообразным духовным содержанием, в том числе и элементами традиционной культуры.

На данный момент фиксируется взлет интереса к истории и традиционной культуре малых народов России, что породило проблему сохранения и воспроизведения традиционной этнической культуры (или хотя бы ее внешней атрибутики) в современной ситуации и включение элементов традиционной культуры в новую среду. Необходимо выработать новые современные механизмы передачи и воспроизведения традиционного материала, именно эти процессы проходят на территории современной Республики Коми.

\* \* \*

1. Волокитина Н. А. Актуализация образов традиционной культуры коми (зырян) в современных культурных практиках // Человек. Культура. Образование. 2016. № 3(21). С. 255—269.

2. Смирнова Н. Б. Роль и место народного декоративно-прикладного искусства в современной культуре // Интеграция образования. 2006. № 2. С. 127—132.

3. Ширинкин П. С. К вопросу об использовании символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территорий // Человек. Культура. Образование. 2016. № 4 (22). С. 83—94.