

Чиркова Наталья Владимировна,
кандидат исторических наук, доцент ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры», г. Самара
nat.chirk@mail.ru



Сюжеты и образы традиционной культуры в пространстве современности

Аннотация. Статья посвящена исследованию сюжетов и образов традиционной культуры в пространстве современности. Рассматривается проблема влияния фольклорных традиций на характер современной культуры. Обозначаются приемы использования образов традиционной народной культуры в современной жизни.

Ключевые слова: образ, сюжет, традиционная культура, современная культура, этничность.

Раздел: (05) филология; искусствоведение; культурология.

Современная культура – это множество самобытных культур, находящихся в диалоге и взаимодействии друг с другом, причем диалог и взаимодействие идут не только по оси настоящего времени, но и по оси «прошлое-будущее». Неизбежный переход к постмодернизму в культуре, а также к постиндустриальным формам цивилизации естественным образом связан с процессом переосмысления массивных пластов человеческой истории и культуры. Это неизбежно ведёт к расширению сознания, открытию его новых граней, использования новых духовных «ресурсов» для обеспечения жизни общества.

Современная культура эклектична, полиморфна и полилогична. Одной из отличительных ее особенностей является то, что в ней обнаруживаются традиционные этнические сюжеты, сцены и декорации. В современной жизни все чаще встречаются образы и персонажи народной культуры. Они могут выполнять различные функции – воспитательную, нравственную, идеологическую, ценностную. Традиционная народная культура стала носителем разнообразных новых и актуальных в современности значений. Современная культура, используя символический код, стилистику, отдельные жанры народного искусства, наполняет их актуальным смыслом. Конечно не все ценное, что есть в народном искусстве, в равной мере используется современной массовой культурой. Отбираются, в первую очередь, те образцы, которые соответствуют критерию «технологичности» по ряду параметров: внешней привлекательности, понятности и доступности, легкости воспроизведения, серийности и шаблонности, символичности, вариативности, пригодности для тиражирования и передачи по коммуникативным каналам [1, с. 32–33]. Российские ученые, опираясь на данные этнографических и социологических исследований, выявили следующие формы бытования народного традиционного искусства в современном урбанизированном обществе. Это, во-первых, аутентичный (крестьянский) фольклор, сохранившийся в некоторых случаях в лучших классических образцах. Во-вторых, бытовое творчество в фольклорных, преимущественно, молодежных группах, создаваемых в городской среде. В-третьих, фольклорное исполнительское искусство на профессиональной сцене. В-четвертых, оригинальное авторское творчество, косвенно ориентированное на элементы этнической и национальной культуры. Стоит отметить, что в профессиональном музыкальном искусстве фольклорные мотивы часто используются в жанре стилизации «под народность» (например, эстрадные песни в исполнении Н. Кадышевой, О. Воронец, Пелагеи и др.).

Образы народной культуры, привлекаемые для современного массового потребления, в основном, вторичны, они являются результатом кодификации, адаптации, изменения контекста их существования. Массовая культура «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 вернуть их обратно – на периферию» [2, с. 110].

У традиционной народной культуры и современной массовой культуры различаются способы хранения, передачи и презентации создаваемой информации; народная культура, для того, чтобы быть увиденной и стать узнаваемой, должна быть зафиксирована на привычных современности формах – текст, 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. Каждый новый этап обращается уже не столько к первоисточнику, сколько к предшествующим формам популяризации и адаптации «старины» к современности. Можно привести множество примеров использования явлений традиционной культуры в адаптированных формах для формирования образа «русской древности», необходимого той или иной культурной среде или ситуации. Так, визуальные образы и оформление определенного сектора современной рекламы соотносятся 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.

Часто используются средства, усиливающие «древностью» речевое сообщение автора: использование лексических форм церковно-славянского языка, придающего сакрально-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, Киж и др.) до предметов повседневно-бытового окружения (элементы этнического костюма, традиционного кроя или декора в современной одежде, старинные вещи).

Самой развитой отраслью производства современных «образов старины», как отмечалось выше, является реклама. Именно в рекламной индустрии можно встретить персонажей прошлого, как исторических, так и вымышленных; такие обозначения и названия, как «Никола», «Русский дар», «Хлебный край», «Боярские», «Святой источник» и т. д.; 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», поэтому они тяготеют к упрощению и унификации, дабы отвечать роли широко узнаваемого референта «мудрой старины».

Языком телевизионных реприз стала «простая народная речь» – пародия на народный язык, основное назначение которой – путем принижения формы и содержания высказывания заставить максимально широкий круг людей ассоциировать себя с

носителем такого языка. Упрощение формы высказывания и снижение его этической и интеллектуальной составляющих позволяет формировать более широкую аудиторию.

Одним из примеров использования образов традиционной народной культуры в современной жизни является регулярное сообщение фрагментов народного календаря в новостных блоках средств массовой информации в качестве ежедневной справочной информации в ряду сообщений о погоде, астропрогноза, курса валют и т. д. При этом телезрители, а также слушатели новостей, «всерьез» воспринимают, запоминают и обсуждают суеверия, народные приметы, регламентирующие ход повседневной жизни, рецепты блюд обрядовой кухни и др. Назначение сообщений о событиях народного календаря в повседневных бытовых разговорах – это сообщение о своем знании и подтверждение права рассказчика сообщать достоверные сведения. Другое назначение подобной информации в условиях размывания этнокультурных границ заключается в следующем: обращение современной массовой культуры к образам «старины» играет роль «указателей идентичности» принадлежности к древним традициям, истории и культуре своего народа. Формирование этнической идентичности 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 и периодического проговаривания этнической проблемы и этнических статусов, а «указатели идентичности» обеспечивают это проговаривание знаковыми средствами, речевыми формулами и «лексикой».

Воспроизводство этничности через ее проигрывание происходит на самых различных площадках: на фольклорных фестивалях, городских и «народных» праздниках, патриотических церемониях, политических мероприятиях, коммерческих презентациях, этнографических выставках, в рекламе, индустрии моды и т. д. Для реализации задач этнической идентификации применяются следующие механизмы: повествования о «былых временах», о прежней, то есть «подлинной» жизни и ее героях, в речи применяют символы, имеющие «архаические» коннотации – «русскость», «народность», «старинность»: «Россия-матушка», «на Руси», «в народе говорили...», «издревле повелось...», «в народе считалось...» и др.

Однако сказать, что современное массовое общество только адаптирует традиционную культуру для своих потребностей, было бы не верно. В последние годы некоторые исследователи как отечественные, так и зарубежные, говорят о возникновении принципиально нового типа культуры, являющего собой, по существу, некий симбиоз культуры традиционной и массовой. Одни авторы называют это новое явление «промежуточной», другие – «третьей» культурой [3, с. 49]. По мнению исследователя А.В. Захарова, это новое явление культуры лучше именовать – «популярная культура». Данный термин уже широко принят в мировом научном сообществе, однако его не надо смешивать с «поп-культурой», указывающей на непосредственного адресата, для которого предназначены новые виды художественной, социокультурной практики, возникающие в XXI столетии. Эпитет «популярная», помимо этого, свидетельствует о масштабах и распространенности определенных тенденций в культуре. Наконец, важным преимуществом названного термина является то, что он не «замаран» прошлым опытом негативного оценочного использования, как это, например, произошло в научном языке с термином «массовая культура».

Американские исследователи Ч. Муерджи и М. Шадсон дают следующее определение понятия: «Популярная культура охватывает различные верования и виды

практической деятельности, а также культурные объекты, используемые широкими слоями населения. Такое понимание включает как фольклорные формы, имеющие корни в локальных традициях, так и культурную продукцию, создаваемую при участии государственных, национальных, международных, коммерческих центров. Сюда входят как популяризированные образцы элитарной культуры, так и простонародные формы, возведенные в ранг музейной традиции». Разъясняя смысл этого определения, авторы настаивают, что новейшая популярная культура (включая рекламу, телевидение, прессу, шоу-бизнес, туризм, киносерии) не должна противопоставляться «высокой» профессиональной, а также народной, фольклорной культуре, ибо они соприкасаются в едином знаковом, коммуникативном пространстве.

Если попытаться выделить некоторые общие черты симбиоза традиционной и массовой культуры, который обозначается понятием популярной культуры, то они следующие:

- популярная культура носит национально-общественный характер в отличие от традиционной народной культуры, которая преимущественно этноцентрична, и от массовой культуры, которая космополитична. Опыт США показал, что с помощью популярной культуры можно эффективно формировать государственную и национально-культурную идентичность. Более того, в современных условиях только на ее основе и может сложиться действенное идейно-политическое единство наций, имеющих сложную полиэтническую структуру;

- популярная культура усиливает взаимосвязь и взаимодействие всех видов и жанров культурного творчества – народного (фольклорного), самодеятельного и профессионального искусства; институциональных форм, отмеченных сильным влиянием идеологий, и тех видов, которые более непосредственно связаны с бытовыми, повседневными сторонами общественной жизни. Из рекламных роликов, обрывков фраз, передаваемых по радио и телевидению, профессиональных жаргонных слов и выкриков уличных торговцев складывается новый фольклор («постфольклор») [4, с. 4]. Популярная культура есть то, чем в действительном жизненном опыте является большинству людей, то есть культурой «репрезентативной» [5, с. 102–104];

- ведущую роль в популярной культуре играют визуальные, изобразительные жанры, в то время как в традиционной культуре преобладали нарративные, а в классической – литературные, печатные. В традиционном фольклорном искусстве визуальная коммуникация в виде сценических жестов, знаков, масок, костюмировки сопровождала и поясняла повествование. Теперь фольклорные словечки и выражения нередко используются в качестве надписей к видеоклипам;

- использование технических каналов для трансляции произведений народного искусства приводит к обеднению их содержания, что является неизбежной платой за популярность и быстроту распространения. Техническая передача, в отличие от изустной, резко ограничивает возможности импровизации и новых интерпретаций. Услышанная по радио частушка может вызвать лишь улыбку, но никак не громкий смех. С другой стороны, в крупнейших промышленных городах фольклорные традиции не могут существовать и развиваться без поддержки СМИ, рекламы, индустрии туризма и массовых развлечений. Благодаря техническим средствам коммуникации многие люди получили возможность познакомиться с народным искусством разных континентов. Социологические опросы показывают, что современное поколение молодых людей получает информацию о народных традициях и обычаях, главным образом, через каналы массовых коммуникаций, а не от своих бабушек и дедушек, кото-

рые уже сами никаких традиций не знают, ничего не могут объяснить и тем более показать. Иначе говоря, традиционная культура «срослась» со средствами массовой коммуникации до такой степени, что она уже не может без них обходиться;

- понятие авторства в популярной культуре условно. Оно не отрицается вовсе, но и не имеет самодовлеющего значения. Например, некоторые виды рекламной продукции, газетные карикатуры принято подписывать, однако это лишь сигнатуры, фиксирующие координаты символического объекта в пространстве и во времени. Массовая публика не обращает на них внимания. Вообще, говоря современным «компьютерным» языком, популярная культура, интерактивна, то есть она создается параллельно с процессом распространения и «потребления» (интерпретации). Каждый может стать одним из ее «авторов». Этим она также напоминает традиционное народное творчество;

- культурные события распределяются во времени неравномерно, организуются в тематические циклы и приурочиваются к «знаковым» событиям, которые, в свою очередь, тщательно готовятся и планируются. Такие событийные циклы выстраиваются в правильную последовательность, внешне напоминающую народный обрядовый календарь.

- популярная культура очень сильно политизирована, потому что любое событие культурной жизни, привлекающее к себе внимание миллионов людей, неизбежно приобретает политическое значение. По большому счету, вся современная популярная культура предстает полем «битвы», на котором ведется борьба за различные способы интерпретации фольклорных, религиозных, философских текстов. На этом поле сталкиваются дискурсы и стратегии «сильных», доминирующих социально-культурных групп, представленные «элитарными» ценностями, а также стратегии «слабых», оппозиционных групп. Однако критерии силы и слабости в такой тонкой и сложной сфере деятельности, каковой является культура, весьма относительны.

Следует отметить, что все вышесказанное о популярной культуре проявляется в российской действительности лишь как тенденции, сфера распространения которых пока не столь широка. Проведенный анализ свидетельствует, что между традиционной и массовой культурой нет антагонизма. То, что они активно и глубоко взаимодействуют – сегодня очевидный факт. По мере распространения новых технологий и способов коммуникации сфера этого взаимодействия будет расширяться. Вместе с тем есть пределы современной аранжировки и переработки традиционной культуры, за которыми начинается простая профанация. Так, например, реклама пива с «национальной» спецификой не только антихудожественна, но и социально опасна.

Таким образом, современная популярная культура, новый динамичный стиль жизни начали формироваться в России раньше и интенсивнее, чем содержательные стороны общественного бытия, которые данный стиль был призван «оформлять». Такой ход событий раньше было невозможно предсказать. Поэтому важной задачей науки является дальнейшее исследование развития традиционной и популярной культуры в России.

Ссылки на источники

1. Бобрихин А. А. Репрезентации этнической идентичности в современной культуре // Политики культурной идентичности. – 2010. – № 1. – С. 32–33.
2. Захаров А. В. Традиционная культура в современном обществе // Социологические исследования. – 2004. – № 7. – С. 110.
3. Ионин Л. Г. Социология культуры: учеб. пособие. – М.: Логос, 2000. – С. 49.

4. Каргин А. С., Хренов Н. А. Традиционная культура на рубеже XX–XXI веков // Традиционная культура: науч. альманах. – 2000. – № 1. См. также другие статьи в этом номере журнала; Неклюдов С. Ю. После фольклора // Живая старина. – 1995. – № 1. – С. 4.
5. Народная культура в современных условиях: учеб. пособие / Министерство культуры РФ. Российский ин-т культурологии; отв. ред. Н. Г. Михайлова. — М., 2000. – С. 102–104.

Natalia Chirkova,

PhD, Associate Professor, Samara State Institute of Culture, Samara

nat.chirk@mail.ru

Stories and images of traditional culture in the space of modernity

Abstract. The article is devoted to stories and images of traditional culture in the space of modernity. Discusses the influence of folklore traditions on the nature of modern culture. These are the techniques of using images of traditional folk culture in modern life.

Key words: character, plot, traditional culture, modern culture, ethnicity.

Рекомендовано к публикации:

*Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
главным редактором журнала «Концепт»*



www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	22.03.17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	27.03.17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	27.03.17	Опубликована <i>Published</i>	29.03.17

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Чиркова Н. В., 2017