

Ирина Васильевна Куприянова

Алтайский государственный институт культуры, г. Барнаул, Россия, irinak-63@mail.ru

Наталья Святославна Грибанова

Алтайский государственный педагогический университет, г. Барнаул, Россия, ns.gribanova@yandex.ru

## ОПЫТ РЕКОНСТРУКЦИИ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СВЕТЕ ЗАПАДНЫХ КОНЦЕПЦИЙ НАСЛЕДИЯ<sup>1</sup>

*Аннотация.* В статье рассматривается деятельность Отдела реставрации и реконструкции русской традиционной культуры Государственного художественного музея Алтайского края (1990 – первая половина 2000-х гг.) по использованию нематериального культурного наследия для работы с музейной аудиторией. Анализируется развитие форм работы сотрудников отдела от изучения и точной реконструкции локальных особенностей культуры русского населения Алтая до репрезентации наследия, выработанного на основе исторических источников и адаптированного под запросы аудитории и музейной среды в свете концепции «товаризации» Грегори Эшворта.

*Ключевые слова:* Отдел реставрации и реконструкции русской традиционной культуры; ГХМАК; наследие; реконструкция; традиционная культура; Алтай.

Irina V. Kupriyanova

Altai State Institute of Culture, Barnaul, Russia, irinak-63@mail.ru

Natalia S. Gribanova

Altai State Pedagogical University, Barnaul, Russia, ns.gribanova@yandex.ru

## TRADITIONAL CULTURE RECONSTRUCTION IN THE CONTEXT OF WESTERN HERITAGE CONCEPTS

*Abstract.* The paper discusses the activity of the Department of Restoration and Reconstruction of Russian Traditional Culture at the Altai Krai State Art Museum Territory (1990 – early 2000s) regarding the use of intangible cultural heritage in interactions with the museum's audience. The authors analyze how the activity forms of the employees evolved from study and accurate reconstruction of local cultural features of Altai Russians to heritage representation based on historical sources and adapted to the audience's needs and museum environment. Heritage representation discussed in the paper is based on Gregory Ashworth's concept of commodification.

*Keywords:* Department of Restoration and Reconstruction of Russian Traditional Culture; Altai Krai State Art Museum; heritage; reconstruction; traditional culture; Altai.

При осмыслении практического опыта, накопленного в области работы с наследием, бывает небесполезным сопоставить его с теоретическими разработками зарубежной культурологической научной мысли: прежде всего потому, что она, в силу ряда причин, по некоторым значимым направлениям в течение длительного времени существенно опережала отечественную. К таким направлениям можно отнести, например, осмысление принципиально новых феноменов современности: понимания культурного наследия как средства социального и экономического развития, а также роли и значения менеджмента в его продвижении [1].

Новые подходы к интерпретации культурного наследия в этом качестве уже позволили легити-

мировать в теоретическом пространстве такие термины и понятия, как «физический исторический ресурс», «культурный продукт», «культурные ресурсы», «культурные индустрии». Под последними понимается «художественное производство, осуществляемое методами массового тиражирования» [2].

Обращает на себя внимание также анализ зарубежными исследователями факта повышения роли наследия в социальных процессах и формирования на этой основе разнообразных маркетинговых технологий, производства культурных текстов – источников информации и развлечений [3, с. 16].

Необходимо отметить, что «недооценка теоретического осмысления современной роли»

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Министерства образования и науки Алтайского края в рамках научного проекта № 19-49-220009 «Устная история и этнография в полевых исследованиях второй половины XX – начала XXI века как источник и метод изучения и сохранения историко-культурного наследия сельских территорий Алтайского края».

наследия, как и «отставание Российской Федерации в сфере использования наследия от многих стран мира» [1], отмечаемые еще на рубеже XX–XXI веков, постепенно начинают преодолеваются. В частности, с подачи зарубежных исследователей меняются трактовки компонентов наследия: остается в прошлом простое разделение культуры на материальную и духовную составляющие по формальному признаку – наличию или отсутствию вещественного, осязаемого выражения. В настоящее время в список нематериального наследия, помимо памятников устного народного творчества, обычаев, «технологических знаний» и т. д., включается широкий круг материальных объектов исторической и культурной памяти, которые понимаются как трансляторы культурной информации. В целом, нематериальное наследие можно интерпретировать как «совокупность основанных на традиции форм культурной деятельности и выражения, формирующих у членов человеческого сообщества чувство самобытности и преемственности и признаваемых ценностью» [4, с. 35], что существенно расширяет его границы.

Наряду с традиционным пониманием воспитательного значения наследия [5], его места в музейных фондах [6], признается его место и роль в решении общественно значимых проблем [2].

Однако, как показывает ретроспективный взгляд на достижения отечественных музеев в области практической деятельности, многие формы продвижения, в том числе нематериального наследия в его современных трактовках, в ряде случаев имели место и ранее. Поэтому имеет смысл проанализировать эти примеры в свете базовых методологических концепций, признаваемых актуальными для сегодняшнего дня.

Для рассмотрения предлагается опыт работы Отдела реставрации и реконструкции русской традиционной культуры (далее – Отдел) Государственного художественного музея Алтайского края (ГХМАК)<sup>1</sup>. В настоящей статье впервые анализируется деятельность Отдела как в целом, так и в свете теоретических разработок зарубежной культурологической научной мысли. Источником для анализа послужил личный опыт автора, И.В. Куприяновой, являвшейся сотрудником Отдела в 1992–2005 гг., отчасти актуализированный в ходе интервьюирования, проведенного Н.С. Грибановой в июне 2022 г. [7].

Судьба рассматриваемого подразделения тесно переплетена с историей страны в ее новейший

период. Созданное в 1990 году, на излете существования СССР, на волне интереса к этнокультуре и этнотерриториальной идентификации, пришедшей на смену понятию «советский человек», оно первоначально получило громкий статус «Краевого центра фольклора и народных ремесел», в рамках которого были определены стратегические направления его деятельности. Однако уже через два года вполне успешной работы у краевого руководства возникает необходимость в его ликвидации или, в крайнем случае, реформировании, по причине стремительного оскудения бюджетной сферы, в особенности в области культуры, финансируемой, как известно, по остаточному принципу. (Возможно, определенную роль в его судьбе сыграли аппаратные игры, но это уже за пределами нашего исследования.)

Оптимальным для того момента выходом из положения, позволившим сохранить базовые направления деятельности, стало вхождение Центра фольклора в состав художественного музея на правах отдела. Стоит отметить, что присутствие структуры такого профиля, какой приобрел Отдел уже в первые годы своего существования, было бы уместно и полезно во многих других культурных учреждениях. Но получилось так, как позволили обстоятельства: дальнейшая его жизнь протекала уже в составе ГХМАК, что, конечно, не могло не скорректировать как общий характер работы, так и отдельные ее аспекты.

Анализируя развитие Отдела в течение периода его становления, можно выделить некоторые существенные черты, характерные для многих подобных учреждений; значительная часть их была обусловлена культурной ситуацией, сложившейся в постсоветский период, продиктованной социально-политической обстановкой в стране в 1990-е и отчасти в 2000-е годы, с ее бесконтрольностью и вседозволенностью, выразившейся в захлестнувшем все и вся мутном потоке массовой культуры в наихудших ее образцах, отсутствии какой-либо цензуры, ориентации на низкопробный развлекательный контент. Это обусловило громадную востребованность в результатах работы Отдела как культурно значимого и ценностно ориентированного направления, крайне важного для воспитательной работы в системе образования. С другой стороны, в условиях господства культурного ширпотреба и катастрофического обнищания бюджетной сферы культурные учреждения элитарного характера, в том числе му-

<sup>1</sup> Отметим, что этот опыт уже в прошлом, поскольку Отдел, переживший ряд трансформаций и кардинальную смену профессионального состава, в прежнем своем виде и качестве уже не существует.

зеи, обречены были на весьма скудное существование, терпеть которое готовы были в основном бескомпромиссные энтузиасты.

Данное обстоятельство во многом предопределило кадровый состав Отдела; преимущественно он формировался из людей, пришедших из сферы образования: дипломированных филологов, историков, а также культурных работников; иными словами, специалистов гуманитарного профиля. За исключением нескольких теоретиков в области фольклора, никто из них не имел ни специальной подготовки, ни опыта работы с наследием традиционной культуры. Фактически весь их профессиональный багаж нарабатывался в ходе практической деятельности.

Несмотря на то, что работа Отдела строилась на определенной (не слишком, впрочем, жесткой) специализации, изначально предполагалось, что сотрудники могут проявлять себя, помимо своей основной сферы ответственности, и в других направлениях народной культуры. Со временем специалисты по реконструкции технологий гончарства, ручного ткачества, бисероплетения, вышивки и шитья традиционной одежды постепенно повышали квалификацию по своей тематике; при этом они свободно могли не только обучаться друг у друга практическим приемам ремесла, расширяя, таким образом, свой творческий диапазон, но и одновременно специализировались в области певческой культуры. Из сотрудников Отдела был сформирован ансамбль народной музыки «Беловодье», выступавший с фольклорно-этнографическими программами: концертами, лекциями-концертами, показами народных обрядов и праздников, циклами радио- и телепередач. Эта важная особенность Отдела придавала его деятельности фундаментальность и неповторимое своеобразие.

В определении базовой стратегии Отдела ключевым словом являлось понятие «реконструкция»: в трактовке сотрудников это означало, что основополагающим принципом его работы являлось изучение локальных особенностей традиционной культуры русского населения Алтая (в широком его понимании, включающем весь Исторический Алтай), в целях восстановления элементов этой культуры и развертывания их в условиях современной жизни.

Немаловажным здесь являлся этический подтекст: народная культура понималась сотрудниками Отдела как едва ли не единственный способ не только противостояния деструктивному влиянию массовой культуры, но и преодоления тяжелейших кризисных явлений в сфере духовно-нравственной жизни общества, находившегося в со-

стоянии шока после распада Советского Союза и потери нравственных ориентиров: «Смещались понятия добра и зла, долга, чести, совести; притуплялись чувства стыда, сострадания, любви, дружбы, товарищества. Уходит в прошлое тип нравственности, связанный с коллективизмом, со стремлением быть полезным обществу. ...О кризисе культуры свидетельствовало также размывание представлений о социально допустимых нормах поведения» [8].

Практическими приемами в решении этой задачи являлись выставки-показы, обучающие мастер-классы, фестивали фольклора и народных ремесел, также другие формы продвижения этнокультуры, в том числе публикация научных материалов. Определяющей спецификой этих форм стала наглядность – демонстрация технологических процессов, приемов ремесла и народного искусства, что предполагало их предварительное освоение самими специалистами.

Методы популяризации традиционной культуры сотрудникам приходилось осваивать по ходу работы, поскольку получить какую-то специальную стажировку было негде. Стоит отметить, что в данный период в стране уже существовали примеры внедрения в музейную деятельность так называемых «нетрадиционных форм» работы с аудиторией, такие как народный праздник, студии этнической музыки, обучающие школы народного мастерства и др. [9, с. 55]. В качестве примера работы музеев с нематериальным наследием можно сослаться на деятельность музея-заповедника «Кижский», где в течение многих лет реализовывалась программа «Ожившая экспозиция», с демонстрацией сезонных занятий и народных ремесел в естественной среде крестьянских усадеб [10]. Этнографические программы работы с музейной аудиторией действовали также в Коломенском и Новгородском музеях-заповедниках, также в ряде других научно-методических культурных центров [11, с. 93–97]. Однако этот опыт в рассматриваемый период мало изучался и продвигался; музейные коллективы, во всяком случае, на периферии страны, были разобщены и шли каждый своим путем исканий и находок, мало сообщаясь друг с другом по части обмена информацией.

Таким образом, развитие Отдела протекало достаточно спонтанно, на специфическом кадровом ресурсе, не имеющем специальной подготовки, методом проб и ошибок, в профессионально изолированном состоянии. При всей сумме неблагоприятных факторов коллективу удалось добиться весьма впечатляющих результатов, заметно присутствуя в культурном и научном пространстве

города и края, имея постоянный широкий выход на определенную, все возрастающую аудиторию: ею стали преимущественно школьники и учащаяся молодежь, посетители ГХМАК, а также профессиональные сообщества творческих, культурных и образовательных институций, ориентированных на работу с детьми.

Возвращаясь к методологическим моделям культурной деятельности, хотелось бы рассмотреть опыт, накопленный Отделом, в свете концепции «товаризации» наследия, основным разработчиком которой является британский урбанист Грегори Эшворт, специалист в области маркетинга территорий. В наиболее полном виде она изложена в его статье «От истории к наследию – от наследия к идентичности: в поисках понятий и мод» [12].

Сразу отметим, что данную теорию много критикуют сторонники западной, так называемой «неомарксистской» школы за утилитарный подход к наследию, поскольку в ней объясняется процесс превращения наследия прошлого в товар, имеющий денежную стоимость, продаваемый и покупаемый на рынке музейных услуг [1]. При этом, однако, если вывести за скобки коммерческую составляющую, то можно взглянуть на теорию товаризации как на методическое руководство для работы музеев в области продвижения наследия в образовательных программах, позволяющее осмысленно подходить к их организации и содержательному наполнению. Отдел реконструкции и реставрации традиционной русской культуры фактически осуществлял эту концепцию, но не сознательно, а интуитивно: как говорилось выше, находясь в ситуации методологического тупика. Несмотря на то, что и в этом состоянии многого удалось добиться благодаря энтузиазму и самоотдаче сотрудников, не подлежит сомнению, что, вооружившись теорией и пониманием вещей, которое она дает, можно было бы добиться гораздо большего.

Теория товаризации («коммодификации») подразумевает, что наследие, подобно любому товару, проходит все стадии «производства», от исходного «сырья» до конечного продукта, с ориентацией на конкретного «потребителя». Набор этого «сырья» осуществлялся сотрудниками Отдела в процессе изучения специальной литературы, в тот период немногочисленной, и особенно в ходе полевых фольклорно-этнографических экспедиций. Экспедиционной работе справедливо отводилось первостепенное значение, не только потому, что она позволяла набирать ценнейший материал по локальной этнографии и устной истории: может быть, не менее важный ее резуль-

тат состоял в том, что посредством интервьюирования старожилых поддерживался постоянный контакт с живой традицией. Данное обстоятельство позволяло исследователям приобщиться к ней, ощутить себя на какую-то долю ее носителями, что психологически немаловажно для ее реконструкции и дальнейшей ретрансляции, в какой бы форме она не проводилась.

Методике опроса старожилых сотрудникам Отдела также приходилось учиться по ходу дела, нарабатывая опыт эффективного интервьюирования, который заключался в умении «разговорить» респондента, правильно построить интервью, активизировать его память, настроив ее на нужные темы. Времени терять было нельзя, поскольку поколения – хранители памяти о традиционном укладе, являются предельно возрастными и потому стремительно выбывают из жизни. Исследования проводились в конкретных административных районах края, причем наиболее перспективными из них считались те, которые населяли старожильческие, предпочтительно старообрядческие локальные группы: именно в таких населенных пунктах, где долгое время проживали старообрядцы, традиция сохранялась значительно дольше, что обеспечивало ей более длительную историческую память.

При определении понятия «наследие» Г. Эшворт исходит из того, что оно не тождественно понятию «история». Исторические реалии невозможно наблюдать воочию; о них можно лишь составить представление по тем следам, которые отложились в материальных и нематериальных памятниках. Это «исторический ресурс», сырье, «пестрая смесь исторических событий, личностей, народной памяти» и др. Исторический ресурс становится продуктом наследия только в процессе его «товаризации» [12]. Музейный этнограф работает с сознанием и памятью людей, в которых отложились те или иные явления традиционной культуры. Зафиксированы они могут быть по-разному – на аудионосителях, в полевых дневниках, фотографиях и видеозаписях. Наследие же – продукт, который вырабатывается на этой основе.

Действительно, «исторический ресурс» как таковой в музейных программах продвинуть невозможно: процесс интервьюирования и документирования материала бывает очень долгим и сложным; он предполагает вступление в психологический контакт с респондентом, который ведет свою речь на диалекте. Материал, который предлагает респондент, требует множества уточнений и повторений. Это очень ценный с научной точки

зрения рабочий материал. Но он сложен для восприятия неспециалистами, какими бывает большинство посетителей музея.

Для использования в музейных программах этот материал нужно переработать, облечь в удобную для понимания и, кроме того, привлекательную форму, которая зависит от интерпретации этой сырьевой, рабочей суммы фактов. Процесс интерпретации включает три стадии, характерные для обычного продукта: окончательный выбор сырья, изготовление, или «упаковку», и его последующее продвижение. В отличие от теории маркетинга, музейная практика предполагает, что продукт должен быть не только привлекательным, но и полезным для потребителя, обеспечивающим его культурное обогащение; отсюда особые требования к нему.

Здесь необходимо понимать, что, поскольку наследие, то есть продукт, не может быть тождественно самой исторической реальности – сохраняемым физическим культурным ресурсам и артефактам, – в процессе их реконструкции не нужно стремиться к полной идентичности, можно только ставить задачу максимально приблизиться к ней, насколько позволяют условия, что само по себе бывает достаточно сложно. При этом возможны различные версии достоверности формируемого продукта. Как правило, они ориентируются на запросы потребителя, потому что наследие не существует без конкретного адресата, который диктует и степень достоверности. При этом достоверность и элемент развлекательности взаимно обуславливают друг друга: одно нарабатывается за счет другого.

Так, например, есть потребитель, желающий и готовый получить максимально достоверную информацию: это специалисты, преподаватели, студенты. Для них могут быть разработаны такие программы, как научная и научно-практическая конференция, обучающий семинар, мастер-класс, концерт аутентичной народной музыки. Наполнение – максимально научно-обоснованное, развлекательного элемента здесь может вообще не присутствовать. Возможна дозированная демонстрация «сырьевого» материала.

Другая группа потребителей требует подачи материала в более доступной форме. Здесь возможны лекции-концерты с демонстрацией обрядов, народный праздник с аутентичным наполнением; допустимы элементы стилизации, грамотного сочетания познавательной и развлекательной подачи материала.

Наконец, третий вариант интерпретации строится целиком на рекреационном подходе, что тре-

бует минимизации теоретического элемента или его полного отсутствия. Разрабатываются такие формы, как игровые программы, облегченные версии народного праздника; специфические мероприятия для «Ночи музеев».

Специалисты Отдела практиковали все эти направления. При этом приходилось преодолевать первоначальные бескомпромиссные установки на неукоснительное, стопроцентное следование традиции, выразившееся в требовании «делать, как было», и попытках продвигать культуру в этом ее «живом» варианте. Так, например, первая выставка, представленная Отделом в музее, носила основополагающее по смыслу название «Живая старина». Любое вынужденное отступление от принципиальных установок переживалось весьма болезненно и воспринималось как неудача.

Постепенно приходило осознание того, что в современных условиях следование этим догматам изначально не представлялось возможным. Помимо всего прочего, данные установки вступали в явное противоречие с ситуацией музейной, то есть искусственно формируемой культурной среды, диктующей обязательное «распредмечивание» и десакрализацию памятников с целью лишения их утилитарности и обращения в источники информации, знаки музейного текста, с помощью которого музей транслирует культурные смыслы. Данный подход может рассматриваться в контексте теории «культурных индустрий», которая является развитием концепции «товаризации наследия». Основной акцент здесь должен быть перенесен именно на характер среды; важен ответ на вопрос, какие именно смыслы будут заложены в ее основание, поскольку исторические ресурсы имеют потенциал множественной их интерпретации в процессе «товаризации». Это осознание пришло, когда, наряду с праздниками народного календаря, сотрудники Отдела начали формирование на историко-этнографической основе фольклорных познавательных программ, посвященных гражданским праздникам современности: Дню Российской армии, 8 марта, Дню знаний и др. Оказалось, что эти ресурсы можно привлекать к тематике широчайшего познавательного и воспитательного диапазона.

Таким образом, созданный в 1990-е годы Отдел реставрации и реконструкции традиционной русской культуры осуществлял свою деятельность в условиях, с одной стороны, господства культурного ширпотреба, с другой – возрастающего интереса к этнической культуре и этнотерриториальной идентификации. Несмотря на жесткую ограниченность в материальных ресурсах и теоре-

тико-методологической базе, сотрудники Отдела, будучи людьми заинтересованными, увлеченными и преданными своему делу, овладевали навыками сбора этнографического и фольклорного материала, реставрации памятников традиционной культуры, реконструкции образцов художественного творчества, апробировали различные формы работы с нематериальным наследием, вырабатывали приемы и способы интерпретации «исторического ресурса» и его включения в музейные программы и иные формы взаимодействия с посетителем. При этом многие формы продвижения, в том числе нематериального наследия в его современных

трактовах, были выработаны сотрудниками самостоятельно и доказали свою эффективность. Более того, Отдел реконструкции и реставрации традиционной русской культуры фактически реализовывал концепцию «товаризации» наследия Грегори Эшворта, будучи не знакомым с ее положениями. Этот опыт может быть использован при разработке способов введения историко-культурного наследия в образовательную, культурно-массовую и туристско-познавательную практику, а также интересен с точки зрения развития широко обсуждаемой в настоящее время теории «культурных индустрий».

### Список источников

1. Лисицкий А. В. Культурное наследие как ресурс устойчивого развития: дис. ... канд. культурол. наук. М., 2004. URL: <http://www.dslib.net/teorja-kultury/kulturnoe-nasledie-kak-resurs-ustojchivogo-razvitija.html> (дата обращения: 22.12.2022).
2. Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии // Личность. Культура. Общество. 2013. № 1 (77). С. 88–103. URL: <https://rucont.ru/efd/545962> (дата обращения: 27.12.2022).
3. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. 456 с.
4. Сарманова С. Р., Селезнева И. А. Критерии отнесения объектов к нематериальному культурному наследию России, возможные системы и формы учета // Энциклопедия нематериального культурного наследия России. М.: Институт Наследия, 2022. С. 33–40.
5. Гутарева Н. Ю., Виноградов Н. В. Роль памятников истории и культуры в воспитании современной молодежи России // Молодой ученый. 2015. № 9 (89). Культурология. С. 1286–1288.
6. Куприянова И. В. Этнографический памятник как транслятор нематериального наследия // Ученые записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). 2021. № 3. С. 14–19.
7. Архив Центра устной истории и этнографии АлтГПУ. Ф. Полевые исследования и исследователи Алтая. Интервью Куприяновой И. В., 07.06.2022.
8. История России XX – начала XXI века / под ред. Л. В. Милова. URL: [https://booksafe.net/read/milov\\_leonid-istoriya\\_rossii\\_hh\\_nachala\\_xxi\\_veka-225046.html#](https://booksafe.net/read/milov_leonid-istoriya_rossii_hh_nachala_xxi_veka-225046.html#) (дата обращения: 22.12.2022).
9. Курьянова Т. С. Музей и нематериальное культурное наследие // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 361. С. 55–57.
10. Чусова Н. А. Из опыта демонстрации нематериального наследия в музее-заповеднике «Кижы» // Актуальные проблемы развития музеев-заповедников: тез. докл. Всерос. науч.-практ. конф. (Петрозаводск – Кижы, июнь 2006 г.). Петрозаводск, 2006. С. 204–209. URL: <http://kizhi.karelia.ru/library/aktual/571.html> (дата обращения: 02.02.2023).
11. Галкина Е. Нетрадиционные формы работы музеев с этнографическими коллекциями // Музейная экспозиция. Теория и практика. Искусство экспозиции. Новые сценарии и концепции. На пути к музею XXI века: сб. науч. трудов / отв. ред. М. Т. Майстровская. М.: Российский институт культурологии, 1997. С. 89–98.
12. Эшворт Г. Дж. От истории к наследию – от наследия к идентичности: в поисках понятий и мод // Новое литературное обозрение. 2017. № 4. С. 154–171. URL: [https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu\\_zapas/114\\_nz\\_4\\_2017/article/12652/](https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu_zapas/114_nz_4_2017/article/12652/) (дата обращения: 22.12.2022).

*Статья поступила в редакцию 27.12.2022; одобрена после рецензирования 19.01.2023; принята к публикации 22.01.2023.*

*The article was submitted 27.12.2022; approved after reviewing 19.01.2023; accepted for publication 22.01.2023.*