

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
Институт этнологии и антропологии
им. Н.Н. Миклухо-Маклая
Южный научный центр

КУЛЬТУРА И ПРОСТРАНСТВО:
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ
БРЕНДЫ И ОБРАЗЫ
ТЕРРИТОРИЙ, РЕГИОНОВ И МЕСТ

Под редакцией
В.К. Мальковой и акад. В.А. Тишкова

Ростов-на-Дону
Издательство ЮНЦ РАН
2012

УДК 008(470.6)
К90

Работа подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Фундаментальные проблемы пространственного развития: междисциплинарный синтез»

Проект

«Историко-культурный брендинг субъектов Южного федерального округа
как ресурс для инновационного развития»

Руководитель проекта – академик В.А. Тишков

К90 **Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / под ред. В.К. Мальковой, акад. В.А. Тишкова. – Ростов н/Д: Издательство ЮНЦ РАН, 2012. – 312 с. – ISBN 978-5-4358-0036-4.**

Коллективная монография посвящена методологическому и эмпирическому рассмотрению феномена историко-культурных брендов территорий – одного из важных ресурсов инновационного развития современной России. Основываясь на мировом и отечественном опыте, авторы рассматривают историко-культурные характеристики страны в целом и регионов Северного Кавказа в частности.

Работа представляет интерес для историков, этнологов, политиков, социологов, журналистов, бизнесменов, преподавателей и студентов обществоведческих специальностей.

УДК 008(470.6)

ISBN 978-5-4358-0036-4

© ЮНЦ РАН, 2012

© Институт этнологии и антропологии РАН, 2012

© В.К. Малькова, 2012

© В.А. Тишков, 2012

**RUSSIAN ACADEMY OF SCIENCES
The N.N. Miklouho-Maclay Institute
of Ethnology and Anthropology
Southern Scientific Centre**

**CULTURE AND SPACE:
HISTORICAL-CULTURAL
BRANDS AND IMAGES
OF TERRITORIES, REGIONS AND LOCALITIES**

Edited by
Mal'kova, V.K., and Academician RAS Tishkov, V.A.

Rostov-on-Don
SSC RAS Publishers
2012

UDK 008(470.6)

M21

The studies have been carried out within the Programme of Basic Research of the RAS Presidium “Basic Problems of Spatial Development: Interdisciplinary Synthesis”

Project

“Historical-Cultural Branding of the Subjects of the Southern Federal District of Russia
As a Resource for Innovative Development”

Project Leader – Academician RAS V.A. Tishkov

Mal’kova, V.K., and Academician RAS Tishkov, V.A. (eds.) (2012)
M21 Culture and Space: Historical-Cultural Brands and Images of Territories, Regions and Localities. Rostov-on-Don: SSC RAS Publishers. 312 p. (in Russian)

ISBN 978-5-4358-0036-4

Collective publication focuses on methodological and empiric considerations of the phenomenon of the historical-cultural brands of territories – one of the significant resources of innovative development of contemporary Russia. The authors, based on the international and national practice, consider historical-cultural characteristics of the country overall and of the regions of the Northern Caucasus in particular.

The publication might be of interest for historians, ethnologists, politicians, sociologists, journalists, entrepreneurs, and university teachers and students, specializing in public and social sciences.

UDK 008(470.6)

ISBN 978-5-4358-0036-4

© SSC RAS (2012)
© Institute of Ethnology and Anthropology RAS (2012)
© Mal’kova, V.K. (2012)
© Tishkov, V.A. (2012)

ПРЕДИСЛОВИЕ

Представляемый коллективный труд выполнен в рамках Программы фундаментальных исследований Президиума РАН, посвященной изучению историко-культурного развития пространства Российской Федерации. Книга, написанная коллективом ученых из разных регионов страны, является итоговой в данной серии¹. В ней едва ли не впервые в нашей стране рассматривается один из важных и перспективных ресурсов инновационного развития российских территорий — их историко-культурный потенциал, охватывающий многочисленные материальные и духовные ценности, символы и другие особенности народов России. Этот ресурс, который непростительно мало был востребован нашим обществом в последние десятилетия, может стать хорошей основой для формирования историко-культурных брендов территорий, регионов и мест.

Процесс изучения историко-культурных брендовых характеристик российских регионов и механизмов формирования самих брендов (образов, имиджей) является весьма актуальным в условиях рыночной экономики, поскольку может способствовать более успешному развитию отдельных регионов и всей страны в целом. Ведь выявление в каждой конкретной местности ее уникальных историко-культурных и природных особенностей и достопримечательностей, их сохранение, поддержание и развитие послужат основой для рекреационной и туристической деятельности, помогут создать или оживить и продолжить интересные этнокультурные традиции и народные ритуалы, поддержать и развить народные промыслы и ремесла, создать дополнительные рабочие места и оживить полузабытые сферы культурно-производственной и общественной жизни регионов.

Однако изучение проблем историко-культурного брендинга территорий направлено не только на решение их сугубо этнокультурных, хозяйственных и бизнес-проблем. Оно имеет также огромное значение и для формирования и укрепления региональной идентичности в рамках общероссийской традиции и патриотизма. Бесспорным представляется и тот факт, что формирование историко-культурных брендов регионов России, и в частности регионов Южного федерального округа, актуально для всех россиян и в информационно-воспитательном отношении. Это представляется особенно важным как для текущей жизни, так и для периода подготовки к Олимпийским играм в Сочи в 2014 году.

¹ См. предыдущие издания этого проекта: *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009. 149 с.; *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. М.: ИЭА РАН, 2010. 183 с.; *Культура и пространство. Книга третья. Этнокультурный бренд и историко-культурные образы в инновационном развитии Северо-Кавказского региона.* Ростов н/Д; Пятигорск, 2011. 229 с.

В данной книге, основываясь на мировом и отечественном опыте, авторы уделили особое внимание методологическому и эмпирическому исследованию процессов формирования брендов территорий. Книга состоит из двух основных частей. В первую часть мы включили преимущественно теоретико-методологические работы, в которых рассматриваются разные аспекты проблемы «культура и пространство». Авторы знакомят читателя с общими подходами, механизмами и формами современного брендинга, т.е. с созданием и продвижением на рынок новых позитивных брендов-образов-имиджей территорий, регионов и мест.

Во второй части книги рассмотрены некоторые наиболее привлекательные историко-культурные ценности и особенности южных регионов России, способные привлечь туристов, инвесторов и дать новый импульс для динамичного развития этих российских регионов. Речь идет о природных и рукотворных богатствах, вызывающих восхищение и гордость местных жителей и всех россиян, об историко-культурных ценностях, способных формировать и поддерживать этническую и гражданскую идентичность, привлекать к этим местам и их населению внимание «внешних потребителей». Авторы надеются, что данная работа станет реальным вкладом в инновационное развитие новой России.

ЧАСТЬ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ «КУЛЬТУРА И ПРОСТРАНСТВО»

1. ТРИ КАРТЫ. ТЕОРИЯ И ОБЩИЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМЕ «КУЛЬТУРА И ПРОСТРАНСТВО»

В.А. Тишков

При обращении к теме «культура пространства и пространство культуры» первоначальный замысел состоял в том, чтобы рассмотреть взаимодействие трех реальных феноменов нашей жизни: природно-географической среды, государственно-политических образований и этнической мозаики через призму понятий *граница* и *культура*. В этой связи можно высказать тривиальную мысль, что нет культуры вне пространства, а пространство есть всегда культурно осмысливаемая субстанция. Причем важно отметить, что другие многозначные смыслы слова *пространство* (правовое, информационное и т. д.) нас здесь не интересуют. Мы ведем речь о географическом пространстве. Его осмысление зависит от опыта, от задачи и от ракурса, с которого постигается сама категория пространства.

Постулат о первичности пространства и в то же самое время обусловленности пространства культурой очень любят современные культургеографы. Нужно отдать должное их исследовательским достижениям последнего времени. Назовем только фундаментальную книгу Дмитрия Николаевича Замятина «Культура и пространство» (2006), которая, помимо авторских выводов по проблеме моделирования географических образов, содержит обширную библиографию новейшей литературы в данной области. Им же опубликована хрестоматия текстов по этой проблематике. В Президиуме РАН в 2009 г. начата трехлетняя программа фундаментальных научных исследований по проблемам пространственного развития, координатором которой является академик А.Г. Гранберг. В программе есть инициированный и руководимый мною проект по историко-культурным образам российских регионов, особенно многоэтничных (Северный Кавказ и Поволжье). Данную работу можно рассматривать как одно из первых приближений к теме с точки зрения социально-культурной антропологии и этнологии.

Пространство, понимаемое как *территория*, было и остается ключевым компонентом в этнологии. Территориализация этничности (определение ареалов

расселения этнических общностей, наделение их политико-административным статусом через «свою национальную государственность», индоктринация по поводу этнотерриториальной идентичности) была одним из наиболее увлекательных занятий отечественной этнологии на протяжении длительного времени. За этим стоял не только чисто исследовательский интерес, но и задачи политического управления, геополитические претензии и узкогрупповые амбиции. Поэтому толчком для сегодняшних размышлений послужила также еще одна работа, хотя она отстоит от нас более чем на полвека. Это книга Павла Ивановича Кушнера (Кнышева) «Этнические территории и этнические границы» (1951). Попробуем выстроить диалог между, казалось бы, далеко разошедшимися взглядами советских этнографов сталинского времени и современных культургеографов и антропологов.

Природные границы-рубежи и теория естественных границ

В науке долгое время существовали влиятельные теории географического детерминизма, которые исходили из «естественности» наций, прирожденности национальных особенностей народов, зависимости их психического склада от условий мест обитания. Расовые (прежде всего фенотипические) различия толковались как непосредственная реакция на природную среду, а каждому расовому типу, в свою очередь, приурочивался определенный культурный комплекс, т.е. этническая общность. Географический детерминизм основательно повлиял на понимание культуры и ее локальных различий в этнологии и социально-культурной антропологии. Родоначальник школы географического детерминизма Ф. Ратцель был географом и этнографом. Его труды «Народоведение» и «Земля и жизнь: сравнительное земледоведение» были изданы в русском переводе в 1902 и 1905 гг., и они оказали сильное влияние на отечественную науку. У Ф. Ратцеля было много последователей, среди которых Ф. Гребнер и Л. Фробениус. Они выступили с теорией культурных кругов — замкнутых географических ареалов с определенным набором культурных элементов в каждом. Каждый из этих наборов трактовался как реакция на географическую среду. Установкой последователей этой школы было доказать тесную связь этнических рубежей и культурно-антропологических обликов рас и народов с рельефом и природными условиями местности.

В русской литературе антропогеографический подход наиболее ярко воплотился в труде Л.И. Мечникова о роли великих рек в истории цивилизаций¹. До Мечникова не избежали искушения географией такие корифеи отечественной

¹ Мечников Л.И. Цивилизации и великие исторические реки: географическая теория развития современных обществ. Пг., 1918.

историографии, как, например, В.М. Соловьев и В.О. Ключевский, не говоря уже о давних и нынешних философах и психологах, а тем более о геополитиках, одержимых глобальными конструкциями и онтологическим взглядом на историю и культуру. Географы тем более не противились жесткой связке географии и культуры, а этнография как наука долгое время развивалась в рамках той же самой географии.

В СССР долгое время господствовала так называемая анучинская триада (неразрывная связь трех дисциплин — физической антропологии, этнографии и географии), связанная с именем выдающегося ученого Д.Н. Анучина. В его трудах и трудах его последователей расовая классификация человечества также рассматривалась только сквозь призму приспособлений к географической среде и жестко связывалась с историко-культурной классификацией. Тем не менее В.П. Алексеев считал, что «основная тенденция развития русской антропологии прошла мимо антропогеографических концепций, постоянно рассматривала расовый состав человечества в связи с его исторической и социальной динамикой и чуждалась географического детерминизма»¹. Возможно, что так оно и было. Но только посмертные издатели назвали цитируемый 2-й том сочинений академика «Антропогеография», хотя под таким названием сам В.П. Алексеев трудов не писал.

Географический детерминизм и теория культурных кругов подвергались жестокой критике в советской этнографии. С.П. Толстов со свойственным ему ригоризмом вообще объявил эту теорию расистской², хотя это был явный перебор. Кстати, концепция хозяйственно-культурных типов представляла собою усовершенствованную версию культурных кругов и ареалов, а картографированием хозяйственно-культурных типов советские этнографы занимались вплоть до 1980-х гг.³, особенно в рамках инициированного Институтом этнографии масштабного проекта составления этнографических атласов. Я лично застал эту исследовательскую линию, став заведующим сектором народов Америки института в 1983 г., когда мне пришлось включиться в работу над этнографическим атласом Кубы. Вычислить и положить на карту острова хозяйственно-культурные типы общества, члены которого в момент его изучения все продукты и товары получали по карточкам и экономически зависели от внешней помощи, было не такой простой задачей.

Какие-то важные реконструкции прошлой материальной культуры и основ жизнеобеспечения были тогда сделаны нами совместно с кубинскими этнографами, но зато чрезвычайно интересную социально-культурную антропологию

¹ Алексеев В.П. Избранное. Т. 2. Антропогеография. М.: Наука, 2007. С. 250.

² Толстов С.П. Расизм и теория культурных кругов: Наука о расах и расизм // Тр. НИИ антропологии МГУ. М., 1938. Т. IV.

³ См., напр.: Андрианов Б.В., Чебоксаров Н.Н. Хозяйственно-культурные типы и проблемы их картографирования // Сов. этнография. 1972. № 2.

коммунистической Кубы мы откровенно пропустили. Кубинский атлас так и не вышел в свет на русском языке, в том числе, возможно, и по причине неверно поставленной исследовательской задачи выявления «культурных субстратов» и связи культурной и природной среды. На Кубе существуют природные зоны горных районов, равнинной части и приморской полосы проживания и хозяйствования, но уже до прихода к власти Ф. Кастро сахарный тростник стал монокультурой острова, а индустрия отдыха для иностранцев приносила кубинцам основные доходы.

Сомнения по поводу принятия если не самой среды, то каких-либо естественных рубежей за подлинную границу расселения любой национальности проявились довольно рано. Еще в 1866 г. этностатистик Р. Бек писал следующее: «Если бы кто-либо захотел подразделять народы в зависимости от того, населяют ли они горы или долины, континентальные или приморские местности, и их нравы и обычаи определил бы как континентальные или приморские, горные или долинские, или подразделил бы их сообразно климату, то ему не удалось бы сделать это, ибо крайне трудно найти народ, который занимал бы пространство в пределах таких точно очерченных естественных границ»¹. Кушнер, казалось бы, разделял этот подход, поскольку цитировал Бека. Спустя 20 лет С.А. Арутюнов и Н.Н. Чебоксаров, а затем Ю.В. Бромлей повторили этот же тезис. «Таким образом, выступив как непереносимое условие формирования этноса, целостность территории не является строго обязательным фактором сохранения общих характерных черт всех частей этноса», — писал Ю.В. Бромлей².

С позиций современного знания мы можем задать вопрос: а была ли «целостность территории» непереносимым условием формирования этноса и что это означает? Если внимательно прочитать это высказывание, то оно означает наличие не просто одного единственного местоположения для так называемого этногенеза, но и наличие этого местоположения только для конкретного этногенеза и ничего более. Теоретики этноса и этногенеза не допускают нескольких местоположений для оформления той или иной групповой идентификации или оформления нескольких этнических (групповых и культурно различных) идентичностей в одном местоположении. И в этом широко принятом постулате для меня есть вопрос, который требует обсуждения. Почему? Потому что так называемая территория этногенеза и сегодня остается мощным аргументом в пользу объявления той или иной территории именно как «этнической территории» и как «исторической родины» того или иного народа, и только данного народа. Этот аргумент в ряде случаев обладает даже большим воздействием, чем сегодняшняя демографическая ситуация, которую можно объявить искусственно созданной.

¹ Цит. по: *Кушнер И.П.* Этнические территории и этническая граница. М., 1951. С. 21.

² Современные этнические процессы в СССР / под ред. Ю.В. Бромлея. М.: Наука, 1977. С. 11.

Или же она является действительно таковой в силу прямого или косвенного принуждения. «В Пригородном районе есть село Ангушт, откуда и пошел ингушский народ», — заявляли мне ингушские общественные активисты в 1992 г., когда ингуши настойчиво добивались перехода Пригородного района в состав Ингушетии. Эта позиция, столкнувшись со столь же непримиримым осетинским национализмом, привела к кровавой драме осенью 1992 года. Перечень подобных конфликтов длинный, и почти всегда насилие происходит из-за конфликта территории и этничности.

Этническая территория (или этническая граница) чаще всего становится аргументом в территориальных спорах между государствами и внутригосударственными образованиями, а также между представителями разных этнических общин. Этот вопрос был актуален как накануне и после Второй мировой войны, так и во время распада СССР и Югославии. Точнее, он становится актуальным всегда, когда политические образования (государства) начинают делить между собой территорию, ибо государства есть прежде всего территориальные образования, в отличие от других сообществ (этнических, конфессиональных, деловых, информационных и т. п.), которые хотя и располагаются в пространстве, но чаще всего без разделительных линий на земной поверхности. Поскольку современные государства имеют особенность объявлять себя национальными, а под нацией ими во многих случаях понимается этническая общность, тогда и возникает потребность определяться с этническими границами, т. е. с границами преимущественного проживания или исторически давнего расселения (заселения). Стремление сделать этнические границы совпадающими с территориально-государственными Эрнест Геллнер называл сутью национализма¹.

В СССР, где само внутреннее устройство государства было построено не по принципу территориального (оно называлось буржуазным федерализмом), а по принципу этнического федерализма, вопрос об этнических границах в их пространственном понимании был одним из значимых и обсуждаемых. По периоду образования СССР и национально-государственному строительству, включая «размежевание» в Средней Азии, имеется ряд ценных исследований. Примитивный тезис «топорного разделения»², популярный в конце 1980 — начале 1990-х гг., сейчас разделяется мало кем из серьезных специалистов. Современный взгляд на советский проект этнотерриториального государственного устройства сводится к тому, что политика большевиков в первые два десятилетия сочетала в себе прагматический расчет удержать страну от распада на десятки независимых государств или иностранных протекторатов. Для этого был использован лозунг «самоопределения ранее угнетенных наций»,

¹ Геллнер Э. Нации и национализм / пер. с англ. М., 1991.

² Масов Р. Таджики: История национальной трагедии. Топорное разделение. Душанбе, 2008.

который сделал этническую периферию союзником советской власти. В то же самое время в государственной политике в качестве доктрины по так называемому национальному вопросу было взято научное наследие австро-марксистов о нациях как монокультурных сообществах со своими родовыми чертами в виде языка, территории, характера и т. д.

Как мы знаем, с начала XX в. концепция культурной нации и национально-культурной автономии была популярна в Восточной Европе не меньше, чем якобинская концепция гражданской нации в Западной Европе и Америке. Эта концепция получила некоторую поддержку в системе Версальского мирного договора после Первой мировой войны и созданной международной организации Лига Наций. Версальская система предусматривала защиту национальных меньшинств в рамках создаваемых национальных государств. Для вступления в Лигу Наций 14 новых государств Восточной Европы и Среднего Востока были вынуждены подписать договоры о защите прав проживающих в них национальных меньшинств. Это были преимущественно культурные права, а этнотерриториальные образования для меньшинств были отвергнуты.

Советский эксперимент пошел именно по пути создания территориальных автономий в форме «национальных советов», вплоть до уровня отдельных деревень. Этот эксперимент с территориализацией этничности оказался возможным, поскольку идеологию «национального самоопределения» и дружбы народов постоянно подкрепляла сила репрессивного аппарата, а также мощная идеологическая пропаганда. Так называемые национальные территории начали создаваться с самых первых лет советской власти. В марте 1919 г. была создана первая национальная республика — Башкирская АССР, за которой последовало создание многочисленных автономных республик и областей, а также рабочих коммун. Советская конституция 1922 г. включила в состав единого государства первоначально объявившие себя независимыми Украину, Белорусию, Грузию, Армению и Азербайджан. В 1924 г. была поделена на республики Средняя Азия.

Внешнеполитический аспект также был одним из факторов оформления «национальных территорий». Молодая советская власть была озабочена возможными проявлениями недовольства и даже сепаратизма со стороны так называемых «западных» национальностей (немцев, поляков, евреев) по сравнению с другими («восточными») меньшинствами, которые были менее развитыми в социально-экономическом отношении и не имели опыта местного самоуправления. Среди них был солидный по тем временам слой образованной интеллигенции и политических активистов. Было хорошо известно, что у проживавших на Украине российских немцев были настроения в пользу Германии в период оккупации германской армией этой территории в 1918 году. Подобные настроения были также среди поляков в период оккупации Польшей Правобережной Украины в 1920 году. Органы ГПУ сообщали об активной деятельности герман-

ского и польского правительств через свои консулаты и религиозных лидеров среди соответствующих меньшинств. Как пишет гарвардский историк Терри Мартин, «это не было всего лишь советской паранойей. В пост-Версальскую эпоху политизированной этничности и Германия, и Польша проявляли живой интерес к положению родственных им меньшинств в других странах. Создание национальных советов рассматривалось как мера по снижению недовольства на национальной почве и в итоге снижение потенциального влияния Германии и Польши»¹. Передачу ряда крупных территорий от РСФСР в состав Белоруссии в 1924 г. также можно рассматривать как мотивированную внешнеполитическими соображениями. А создание Молдавской АССР было связано с желанием вернуть оккупированную Румынией Бессарабию.

Советский Союз к моменту своего национально-территориального оформления состоял из двух федеративных республик, восьми союзных, 17 автономных республик и 13 автономных областей. В итоге было создано 38 национальных территорий с предполагаемым титульным этническим большинством в каждой из них. РСФСР считалась одновременно и федеративным образованием, и национальной территорией русской нации. Не менее интересный процесс происходил в ходе так называемого *районирования*. Если при определении границ крупных регионов экономические и классовые интересы были среди приоритетных, то при микрорайонировании на уровне ниже районов вплоть до отдельных поселков «национальный принцип был важнее классового принципа». Пионером создания мелких этнотерриториальных образований стала Украина, хотя до этого здесь же проводилась настойчивая политика украинизации. За эту политику украинское руководство было подвергнуто жесткой критике в отчетном докладе ЦК, сделанном Зиновьевым на 13-м съезде РКП(б).

Сразу после этого на Украине были созданы два немецких района, а Совнарком Украины снизил обязательный порог численности для создания национальных районов с 25 до 10 тысяч человек и для создания национальных сельских советов с одной тысячи до 500 человек. За этим последовала полоса создания обширной сети национальных сельских советов. Были предприняты специальные этнографические экспедиции для определения точного этнического состава каждого потенциального совета с целью создания как можно большего числа таких образований. В 1927 г. на Украине были созданы «свои» национальные районы для 92 % болгар, 86 % греков, 68 % немцев, 100 % шведов. Тогда же возник один из сложных вопросов «национальной политики»: можно ли считать русских на Украине нацменьшинством? До этого так вопрос никогда не ставился, ибо *нерусский* и *нацмен* были синонимами.

¹ Martin T. The Affirmative Action Empire. Nations and Nationalism in the Soviet Union, 1923–1939. Ithaca – L., 2001. P. 36.

На сессии ЦИК СССР в апреле 1926 г. был впервые поставлен «русский вопрос на Украине» и подвергнута критике политика навязывания украинского языка через обязательную подписку на украиноязычные газеты, обязательные надписи на украинском языке, принуждение русскоязычных украинцев посещать украинские школы и т. д. Считавшийся ведущим экспертом по национальному вопросу на Украине М. Скрипник поддержал выступление Ларина по русскому вопросу и согласился вести политику в отношении русских на Украине как национального меньшинства. К эпохе большого террора, включавшего в том числе территориальные дислокации (депортации) целых народов и упразднение их «национальных территорий», этнографическая романтика культурно и одновременно территориально обособленных советских наций сохранялась только в научных трудах, песнях и кино.

Накануне и в ходе Второй мировой войны для СССР, как и для ряда других европейских государств, территориальный вопрос обрел политический характер. Этнический аргумент владения, приобретения или захвата территории стал частью политической философии жизненного пространства, которая обрела свои наиболее жестокие формы в политике гитлеровской Германии. К сожалению, европейские этнографы были призваны на службу политикам и проводили всевозможные исследования по части этнической демографии и картографии. Тогда обрели популярность у фашистских режимов разные теоретики начала XX века и эпохи Первой мировой войны типа Карла Шмитта или Хаусхофера, которые подкрепляли этнические аргументы разными рассуждениями о хартлендах, островах-материках и т. п. Сегодня эти отрывки теорий жизненного пространства сохраняются только у радикальных реваншистов, а в России — среди так называемых неоевразийцев и поклонников старой геополитики времен Хаусхофера.

В марте 1945 г. в Институте этнографии АН СССР состоялась закрытая от публики защита кандидатской диссертации П.И. Кушнера по проблеме «Западная часть литовской этнографической территории». На ней диссертант сформулировал проблему такими словами: «Каким путем следует устанавливать этнический состав населения спорных территорий и что важнее при определении этнического характера территории — заселенность ее в настоящее время определенным народом или т. н. исторические права другого народа на эту территорию»¹. Кушнер подверг критике «мажоритарный» метод, который отталкивается от существующего этнического большинства и предлагает при решении территориальных споров учитывать фактор «туземного» населения, которое имеет на определенную территорию «исторические права» на том

¹ Цит. по: *Альмов С. П.И. Кушнер и развитие советской этнографии в 1920–1959-е годы.* М., 2006. С. 144.

основании, что данный народ сформировался на ней и связан с нею «длительным, многовековым пребыванием».

Вот какой ответ был дан советской этнографией того времени на этот до сих пор злободневный вопрос мировой науки и политики: «Длительное, многовековое пребывание народа в определенной местности отражается на его экономике, обычаях, психическом складе, т. е. сказывается на его материальной и духовной культуре. Но, с другой стороны, и территория меняет свой внешний облик, подвергаясь культурному воздействию населения. Воздвигаемые населением постройки, дорожные сооружения, наконец, методы обработки земли, культурные насаждения и пр., придают всей местности определенный этнический колорит... Можно было бы дать такое определение этнографической территории: это — область, на которой данный народ развился, на которой он обитает (или обитал до недавнего времени) и с которой он длительно и непрерывно связан своей творческой культурной деятельностью»¹.

У меня есть вопрос по поводу этой кушнеровской констатации, которая избыточно представлена в современных текстах. Чьей этнографической территорией является Оренбуржье, полуостров Крым или Курильские острова? Наконец, чьей этнографической территорией являются городские мегаполисы типа Лондона, Нью-Йорка, Сан-Паулу, Сингапура, Москвы и вообще города, в которых живет большинство «данных народов»? В лучшем случае для современной эпохи кушнеровская концепция этнической территориальности не годится. Но и полвека тому назад она сработала далеко не лучшим образом.

Основы современной территориальности

В чем проблема с самим понятием «этническая территория»? Если рассуждать с точки зрения зарождения и раннего формирования той или иной культурной традиции, то даже в пределах одной яичной скорлупы могут сформироваться два жизнеспособных цыпленка. Но почему же для формирования этноса нужна никем другим не занятая или не используемая территория? Где и в какие времена в таком случае находилась «целостная территория», когда формировался русский или татарский этносы? Во всяком случае, Киев и Новгород Великий такими местами никогда не были, как ими не были Казань или древний Булгар. Это были территории давнего проживания носителей разных культурных традиций, и эти территории стали основой этногенеза многих народов. Во всяком случае, древний Новгород представлял собой своего рода федерацию славянских и финно-угорских племен,

¹ Кушнер П.И. К методологии определения этнографических территорий // Советская этнография (СЭ). 1946. № 1. С. 14.

а также скандинавских насельников. Булгар был родиной целого ряда тюркских общностей, из которых сложилось несколько народов, а не только татары. Подобный вопрос можно задать не только в отношении русских и татар, но и всех других народов, не говоря уже о тех, кто сформировал свою отличительность и самосознание уже в поздние времена европейской колонизации других регионов мира. В целом следует, видимо, говорить о *многополярном этнообразовании* и (или) *этногенезе* (термины физических антропологов, между которыми я не вижу разницы), если понимать этот процесс как пространственно-временной и без ограничений. То есть этнообразование русских имело место и в процессе колонизации и проживания как в Рязанском крае, так и на Урале и в Сибири. Этнообразование, включая популяционно-генетические факторы, продолжается и сегодня, ибо невозможно себе представить, что на все предстоящие столетия и тысячелетия человеческие коллективы обречены нести в себе сложившуюся в палеолите и неолите или позднее расовую географию и другие структурные компоненты человеческих обществ.

Конечно, география, прежде всего ландшафтные и климатические условия, играли важную роль при первичных заселениях и освоении территорий Земли носителями разных культурных традиций. Более того, сами эти культуры складывались или видоизменялись под воздействием естественной среды. «В то же время влияние географической среды нельзя преувеличивать, даже если она и ставит трудные проблемы перед человеческими коллективами», — отмечал академик В.П. Алексеев. Он же приводил пример того, как на протяжении десятилетий считалось, что возникновение изолированных языков в Дагестане, а значит и народов, было связано с труднодоступностью горных перевалов и проживанием в отдельных замкнутых долинах. На самом же деле это многообразие языков и культур было в большей степени связано с внутренней эндогамией, т. е. не географическим, а социальным фактором брачного выбора. Даже в физико-антропологическом аспекте современный облик народов складывается сравнительно поздно — в эпоху Средневековья или чуть раньше, в конце I тысячелетия до н. э. — начале н. э. Это было время уже интенсивных пространственных перемещений людей, их физического смещения и активных культурных взаимодействий. Что же касается того, что В.П. Алексеев называл «процессом этнообразования», то он вообще считал, что «детальная реконструкция этногенеза на основе антропологических данных возможна лишь в исключительных случаях»¹.

Нам почти не известны современные народы, которые бы не мигрировали в пространстве или которые не размещались бы на уже обжитых землях.

¹ Алексеев В.П. Историческая антропология и этногенез. М.: Наука, 1989. С. 436–437.

Собственно говоря, категория «подлинных» автохтонов сегодня представляет собой крайне малочисленную часть населения Земли, и это население известно как «индигенные» (аборигенные) народы, обладающие некоторыми специфическими правами, национальными и международными защитными механизмами. В России эта категория населения определена законом как «коренные малочисленные народы». Их численность составляет около четверти миллиона, но она растет, как растет и число претендентов попасть в этот утверждаемый правительством список. В российском законодательстве присутствует формула «территория традиционного природопользования», но она означает категорию публичного, а не имущественного права, хотя аборигенные общины хотели бы заменить слово «территория» на слово «земля» и объявить о своем исконном праве на владение.

Таким образом, исторический, археологический и лингвистический материалы свидетельствуют о том, что все народы сложились из разнородных племенных групп, что они есть результат миграционных перемещений и популяционных контактов, включая физическое и культурное смешение. Уже по этой первопричине «влияние географической среды на человека не может считаться определяющим фактором развития общества и основой изменений форм этнической общности»¹. В конечном итоге, как суммировал эту «теорию этнических границ» автор монографии о Кушнере молодой исследователь Сергей Алымов, этнические границы (по крайней мере в Европе) являются переходными зонами, заселенными представителями нескольких национальностей и смешанных переходных групп. Поэтому само слово *граница* можно применять к этим зонам достаточно условно. Размытая и прерывистая этническая граница имеет мало общего с четкими линиями естественных и политических границ. Ее конфигурация неустойчива, постоянно меняется и зависит от характера взаимодействия граничащих народов, процессов колонизации, ассимиляции, политики государств и т. д.² Поскольку этнические границы чаще всего представляют собой районы со сложным этническим составом, основной задачей является, как считает Кушнер, «определить действительный национальный состав населения данной местности и его географическое размещение». Эта процедура достигается не только «субъективным» методом прямого вопроса об этнической принадлежности индивида, но и «объективным» методом через косвенное установление национальности по ряду признаков. Этот метод называется «реалистическим», так как национальность выявляется «по реально существующим этническим особенностям»³.

С. Алымов считает, что в теории этнической территории и этнической границы не было никакой заданности, и все эти разработки никак не были связаны

¹ Кушнер П.И. Этнические территории... С. 21.

² Алымов С.С. П.И. Кушнер и развитие советской этнографии... С. 152.

³ Кушнер П.И. Указ. соч. С. 42.

с советской внешней политикой и послевоенными территориальными приобретениями. На самом же деле аргументы советских этнографов того времени были связаны с вопросами послевоенного устройства в Европе, и в частности с передачей территории Калининградской области Советскому Союзу, а руководимый Кушнером отдел картографии был секретным подразделением института, куда не могли заходить другие сотрудники института. Что же касается идеологической подоплеки, то аргументы давнего заселения этих земель славяно-балтскими племенами активно использовались советскими государственными деятелями и пропагандой. Точно так же сегодня эти аргументы используются казахскими, украинскими, прибалтийскими националистами для обоснования территориальных границ бывших советских союзных республик или даже для территориальных претензий. Аналогичные мотивы можно встретить и в риторике крайних националистов в самой России.

Опыт мировой политики и современный взгляд на этничность не позволяют выстроить некую рациональность в соотнесении последней с государственными и даже внутренними административными границами. Теория Кушнера и территориальные постулаты в области этничности заводят политику в тупик и содержат большой конфликтотенный потенциал. Но *как* тогда соотносятся естественные рубежи и государственные границы с этническими ареалами в истории и в современности?

Связь между тремя картами существует, но скорее как конфликтная проблема, а не как гармония. Что касается природной среды, то она оказывает влияние на формирование культуры и на развитие общества, хотя и не является определяющей. Достаточно привести пример, что столь значимые природные рубежи, как, например, реки и горы, почти нигде не служат тем, что называется этнической границей. Реки Волга и Урал хорошо это демонстрируют. Уральские горы и Кавказский горный массив также являются зонами богатой этнической мозаики. Даже на кавказском высокогорье от первичных ущельных культурных комплексов, которые могли оформиться давно и без явных внешних взаимодействий, сегодня мало что осталось. Скорее остались ментально-образные конструкции, как, например, нынешнее деление чеченцев на горных и равнинных.

Что же касается морской береговой линии и берегов больших островов, то их, как правило, также населяют представители разных этнических сообществ. Берега Каспийского моря, поделенные между пятью государствами, могут быть убедительным тому примером. А тем более Средиземноморье, где само море с его островами представляет собой не разъединяющую, а стягивающую культуры конструкцию. Тем не менее мы находим примеры, когда этническая граница проходит по естественным рубежам. Реки Амур, Дунай в его нижнем течении, Одер и Западная Нейсе разделяют довольно определенно

такие народы, как китайцы и русские, болгары и румыны, поляки и немцы. Но вся хитрость в том, что эти естественные рубежи служат линиями государственных границ, и это уже административные барьеры, сопровождавшиеся даже насильственными переселениями (например, немцев с правого берега Одера и Нейсе в 1945 году), они сформировали этнические границы, а не сама по себе водная артерия. Как писал Кушнер, «только в отдельных и весьма редких случаях стремление государства укрепить свои границы путем доведения их до стратегически важных естественных рубежей, а также подтянуть к этим рубежам границы этнических массивов основных национальностей осуществилось в полной мере»¹.

Наш вывод состоит в том, что *государственные границы устанавливаются и удерживаются в результате двух основополагающих обстоятельств: воленавязывания и волеизъявления, а также политических договоренностей и международных норм и соглашений. Везде и всегда действует принцип или силы, или самоопределения территориального сообщества — демоса. Этнический фактор является не главным, хотя именно он чаще всего выходит на переднюю линию аргументации и служит инструментом политической и даже военной мобилизации.*

Геоисторические образы и идентичность

О роли административно-государственных границ будет сказано ниже. Что касается географии, здесь еще есть в чем разбираться. Благодаря французской исторической школе «Анналов», было положено начало так называемым геоисторическим исследованиям. В центре их были образы географического пространства, которые создаются людьми и на которые природная среда реагирует в соответствии с этими образами. Поэтому в духе этой школы правильнее говорить не о географическом детерминизме, а о географическом поппобилизме, когда географическая среда предоставляет человеческим сообществам возможности для действий и развития. В классическом труде Ф. Броделя «Средиземное море и средиземноморский мир в эпоху Филиппа II» (1949) среда этого региона и его границы представлены, по словам Замятина, как «упругий, пульсирующий, дышащий образ, захватывающий и отдающий обратно Атлантику, Центральную Азию, Восточную Европу, Русь. Средиземное море постоянно мигрирует как историко-географический образ, восприятию чего способствует и картографическая игра с наложением средиземноморских контуров на другие географические регионы»².

¹ Кушнер П.И. Этнические территории... С. 23.

² Замятин Д.Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М., 2006. С. 31.

Именно Бродель заметил, что Средиземное море в эпоху античности и Средневековья воспринималось как море восточное, афро-азиатское, языческое и даже исламское. Европа «узнала» Средиземноморье и «уменьшила» его образ в физическом отношении (уже как часть самой Европы) только в эпоху Великих географических открытий, когда открылись новые трансокеанские пространственные коридоры для жителей континента¹.

В наше время также создаются мощные образы различных регионов, стран и континентов. Эта работа с большими пространствами позволяет расширить привычные восприятия тех или иных регионов, включить их образы в более крупные образные системы. По поводу России в последнее время было создано много новых трудов, ибо возникло новое государство с точки зрения его географии и геополитической роли. В этой связи отмечу работы В.Л. Цымбурского² и В.Л. Каганского³. С волнующими кровью выводами этих географов-философов мне как приземленному эмпирику чаще всего трудно было согласиться. Но важен сам факт интенсивного обсуждения темы — образ страны в пространственно-географическом аспекте. Здесь вообще много мифологии и образных конструкций, которые выдают или узость мысли (если речь идет об ученых), или первичность эмоционального начала (если речь идет о художниках и политиках). Например, теоретик российского пространства Каганский мыслит Россию только в имперской парадигме, не допуская мысли о возможности восприятия страны в аспекте национального государства: «Делать вид, что Россия не имеет значимых имперских структур, — безответственность или невменяемость, как и проекты превращения России в национальное государство, при том что не существует доминирующей этнической группы, как и нет ведущей профессии или конфессии»⁴.

Столь резкое суждение основано всего лишь на плоском понимании нации и непонимании, что есть национальное государство. Но главное, из чего растут подобные суждения, это растерянность перед российским пространством и неспособность осмыслить его как целое даже теми, кто сделал это своей профессией. Кстати, на эмоциональном уровне художники и даже российские обыватели с этим вполне справляются. Так, например, в словах нашего национального гимна С.М. Михалков один из шести куплетов посвятил

¹ Бродель Ф. Средиземное море и средиземноморский мир в эпоху Филиппа II. Часть 1. Роль среды. М., 2002. С. 258, 300–304.

² Цымбурский В.Л. Россия — Земля за Великим Лимитрофом: цивилизация и ее геополитика. М., 2000.

³ Каганский В.Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. М., 2001.

⁴ Каганский В.Л. Невменяемое пространство // Отечественные записки. 2002. № 6 (7). С. 15.

географическому образу страны, и звучит этот немного абсурдный текст так: «От южных морей до полярного края / Раскинулись наши леса и поля. / Одна ты на свете! Одна ты такая — / Хранимая Богом родная земля!» Хотя южных морей у России нет, и леса с полями до полярного края никак не могут раскидываться, тем не менее геообраз страны в тексте гимна был создан, и он работает, раз его поют. Что касается обывателя, то мой покойный сосед по рязанской деревне Алтухово Иван Ефимович Ежов постоянно меня спрашивал, когда я приезжал в Мещеру на летний период: «не продаст ли Ельцин Курилы японцам?» В этом вопросе звучало, что Курилы были «его» территорией, хотя сам он дальше города Егорьевска никуда в жизни не выезжал.

Практика применения географическо-пространственных образов используется широко и другими государствами. Причем именно для формирования национальной идентичности (безотносительно, есть или нет в стране доминирующая этническая группа, конфессия или профессия). Приведу только один пример. В 1997 г. по заказу кабинета Тони Блэра научно-исследовательским институтом DEMOS был подготовлен доклад «Британия: создавая заново нашу идентичность». Его автор, впоследствии директор Института внешней политики Марк Леонард, предложил шесть ключевых моментов для нового имиджа страны. Среди тех из них, которые получили наиболее четкое выражение в последующей политике правительства и нашли отклик в обществе, можно выделить три:

1. Британия провозглашается проводником глобализации — местом, где происходит обмен товарами, информацией и идеями, мостом между Европой и Америкой.
2. Британия — это остров, обладающий уникальными творческими ресурсами. Он уникален во всем — от фундаментальных научных открытий до поп-музыки.
3. Британия — это «нация-гибрид», черпающая свои силы в этническом и культурном многообразии¹.

При чем здесь этнические группы, конфессии, а тем более профессии, чтобы самоопределяться как национальное государство? Кроме как невменяемыми и безответственными суждения самого Каганского по поводу России назвать нельзя.

Географические образы имеют прямое отношение к выработке как национальной, так и региональной идентичности. Географический образ — это конструкция, которая ярко и экономно представляет регион или страну. *Региональная идентичность призвана обнаружить тесные связи,*

¹ Липкин М. XXI век по Гринвичу: Британия в поисках постимперской идентичности // Вестник российской нации. 2009. № 2(4). С. 136.

укореняющие местные сообщества и отдельных людей, процедуры самоидентификации, в которых образ региона может предстать как образы населяющих эту территорию людей. «Общее в обоих случаях — внимание к географическому пространству, выступающему в роли желанного, полностью недостижимого и все же вполне реального эквивалента различных социальных и культурных сред»¹. Региональная идентичность сказывается в существовании выпуклых и устойчивых образно-географических композиций, а хорошо освоенное пространство идентифицируется как система региональных и оригинальных образов.

Здесь можно привести длинный список примеров конструирования и использования региональных и местных идентичностей, которые мне известны или которые наблюдались мною лично в ходе этнографических наблюдений. В США и Канаде эти вопросы хорошо освоены не только наукой, творческими лабораториями, но и общественными активистами, включая туристов и краеведов. Образы Новой Англии и американского Запада имеют всемирное звучание и составляют важнейшие компоненты национальной идентичности. Канадский Север и французская Канада — это также основанные на географии и культуре национальные бренды. Политика любого уровня в этих странах также зиждется на региональных образах. Достаточно привести примеры образов штатов, которые обладают мистической способностью голосовать на предварительных президентских выборах так, как потом проголосует вся страна. В России также в последние два десятилетия идет интенсивный процесс этнокультурного освоения региональных пространств, конструирование этномиров и этнодеревень, их коммерциализация и использование для просвещения и отдыха.

Как формируются региональные идентичности и какие используются специфические географические маркеры относительно того или иного места, ландшафта, пространства? Есть некоторые исходные точки в конструировании значимой географии:

- 1) определение и демонстрация типичного природного и культурного ландшафта (степь, тундра, горы, городской профиль, инженерные сооружения и т.п.);
- 2) наиболее известные памятники природного и культурного наследия;
- 3) исторические и политические события, связанные с географическими объектами, изображенными на карте;
- 4) известные люди, чья биография или деятельность связаны с географическими объектами, изображенными на карте.

¹ *Замятин Д.Н.* Культура и пространство... С. 36.

Государственные и административные границы и их воздействие на культуру и идентичность

Государственные рубежи обрели характер четких и охраняемых линий сравнительно недавно, в эпоху становления современных государств. Они возникали и оформлялись как результат силы, переговоров, сделок или как результат освоения новых территорий на основе земледельческой или иной формы колонизации и по принципу *territoria nullis* («ничейной земли»). Именно по такому принципу осваивали Запад канадские и американские колонисты, а российские колонисты осваивали Сибирь и Дальний Восток. Аборигенное население в расчет не бралось: главное, чтобы над новыми землями не висел флаг другой большой державы. Государство в лице армии, бюрократии и просвещенной элиты добивалось минимальной гомогенности населения хотя бы в аспекте языкового владения и вероисповедания, а также обеспечивало принуждением и пропагандой лояльность и патриотизм заключенного в рамках госграниц населения. Это население обретало общую идентичность по Отечеству и по правителю, а в культурном отношении основой служила культура большинства населения. В российском государстве таковой была русская культура на основе русского языка. Оба последних понятия имели расширительное содержание по сравнению с сегодняшними смыслами.

Во время, описанное Н.В. Гоголем в повести «Тарас Бульба» (это XVI век), и даже во время жизни самого писателя (первая половина XIX века) понятие *русский* включало всех православных славян, а сам язык назывался «российским». Граница тогда «воевалась» и действительно была барьером, отгораживающим враждебные племена и страны.

Государственные границы были и остаются важными атрибутами государства и его безопасности. Граница часто «закрывается на замок» и «объята тишиной». Поэтому население страны, в зависимости от исторической длительности существования, все больше воспринимается как радикально отличающееся от жителей других государств по другую сторону границы. Хотя мы знаем, что сами жители пограничной полосы имеют или сложный этнический состав, или же граница «разрезает» этнически родственное население по обе стороны. При условии нормального демократического управления учитываются интересы всех меньшинств и приграничного населения, независимо от его этнической принадлежности и соотнесенности с населением по другую сторону границы. Гражданская лояльность и национальное самосознание являются определяющими. Для проживающих в Оренбуржье граждан: русских, украинцев, казахов и других — главной является российская идентификация. Именно поэтому особенно опасны и могут обрести драматический характер межгосударственные конфликты, ибо их первыми жертвами становятся пограничные области, где сами жители меньше всего хотят воевать друг против друга.

Государство, требуя лояльности от своих граждан, включая выполнение воинского долга и союзнических обязательств, вполне может направить военнотружашего против граждан другого государства, которые являются этнически родственными или близкими по культуре людьми. Тем самым через принуждение и гражданское воспитание государство создает в своих границах самые социально и политически спаянные сообщества, а культурная общность становится вторичной и обычно накладывается на сохраняющееся групповое и местное разнообразие. Нужно отметить, что в последние годы явно проявилась мощь индоктринации через средства массовой коммуникации и воздействия. Оказывается, достаточно половины поколения и даже меньше, чтобы воспитать на месте прежних «братских народов» ненавистников, готовых воспользоваться поводом, чтобы повоевать против новых врагов. Поведение части украинских ультранационалистов по отношению к России и к русским подтверждает этот вывод: граждане Украины были среди чеченских вооруженных сепаратистов и среди грузинских военных в период событий в Южной Осетии в августе 2008 года.

Политико-административная карта мира — это самая жесткая карта из трех рассматриваемых, хотя ландшафт меняется гораздо медленнее, чем очертания политических образований. Но у рек и гор нет своих армий, а есть только предоставляемые для человеческих сообществ возможности. Природная среда не может переделать человеческие сообщества, включая их конфигурации и культурные облики, если только речь не идет о длительных временных периодах, за которые случаются глобальные климатические изменения, или о крупных природных катаклизмах. А вот политики вольны распоряжаться средой, и если они между собой договариваются, то могут совершать крупнейшие изменения на физической карте мира (вернуть к жизни высохшее море, затопить тайгу и плодородные речные долины, повернуть течение рек и т. д.).

Политико-административная карта имеет внутренние административные образования со своими собственными границами. Их формирование зависит от воли правителей и местных инициатив или же от территории, которую контролировала красная конница Заки Валидова, как это имело место в момент принятия решения об образовании Башкирской автономии в рамках РСФСР. При решении вопроса, как поделить пространство внутри государства и как установить границы между административными единицами, действуют разные факторы и соображения. В СССР были как «укрупнения», так и «разукрупнения», но основным был федералистский подход, позволявший учитывать многообразие России и сохранять ее целостность, в том числе и с помощью силы тоталитарного/авторитарного режима.

Политико-административная карта Российской Федерации как исторического российского государства существенно изменилась после распада

СССР. Социалистический федерализм на основе так называемого национально-государственного устройства привел к разделению страны по линиям союзных республик. К географии и к этническим ареалам в их любых интерпретациях (наличествующий мажоритарный или автохтонно-исторический подходы) переделка этой карты имела косвенное отношение. Самые напуганные новыми шовинистическими национализмами (азербайджанским — Эльчибея, грузинским — Гамсахурдиа, молдавско-румынским — Снегура) и имевшие внешнюю поддержку бывшие «двойные меньшинства» (карабахские армяне, абхазы и южные осетины, приднестровцы) попробовали бросить вызов новому государственному разделу исторического российского государства. Почти во всех случаях у них получилось одержать военную победу и создать фактически независимые и до последнего времени непризнанные государственные образования. Только Абхазия и Южная Осетия после августовской войны 2008 г. в Грузии и признания со стороны России сделали новый шаг в сторону оформления государственности.

Сегодняшние внешние границы России менее всего отвечают принципу этнической территориальности. Только одних русских за пределами страны осталось около 20 миллионов. В этнополитическом дискурсе появился концепт «разделенного народа». В самой России проживают аналогичные и довольно многочисленные «сколки с этносов» (терминология Ю.В. Бромлея и Ю.В. Арутюняна) — украинцы, казахи, немцы, финны и т. д. Появились проекты и программы собирания этнических соотечественников на территории «своей» государственности. Если они не подкреплены факторами материального поощрения и идеологической пропагандой, а также если в странах нынешнего пребывания соотечественников им нет прямой угрозы, то эти проекты обычно имеют ничтожные результаты. Этничность фактически не работает при определении человеком места своего постоянного проживания и государственной принадлежности.

Однако почему сохраняются и мощно проявляют себя чувства исторической Родины и что удерживает людей определенной этнической принадлежности именно в данном государстве: русских, татар и калмыков — в России, грузин — в Грузии, казахов — в Казахстане? Если этническая и политико-административная карты между собою связаны очень вольным или волевым путем, тогда почему этнические соплеменники не рассыпаются из государства и даже его определенного региона как из дырявого мешка? А потому что государственные сообщества не являются просто согражданами — носителями одинаковых паспортов. Гражданско-политические сообщества создают и воспроизводят свою культуру, создают для этого благоприятные условия и культурно-родственную управленческую бюрократию. Даже объявив в своем основном законе — Конституции — внеэтнический характер государства как машины управления, организации жизни и обеспечения безопасности граждан, это объявление все равно осуществлено

на русском языке, т. е. на языке доминирующей этнической общности (народа или нации) и подавляющего большинства населения. Это и есть одна из скреп, удерживающих носителей определенной этничности в рамках государства, где составляющие эту этничность признаны и являются референтными культурными компонентами (в английском языке это выражено в понятии *core culture*).

В чем-то схожий механизм консенсусного признания личности, людской привязанности, средового комфорта и историко-культурной связи работает и на внутригосударственном уровне в странах с большим этническим и регионально-историческим разнообразием. Что удерживает галисийцев в Галисии, басков в Басконии, каталонцев — в Каталонии и что заставляет испанцев этих трех регионально-этнических идентичностей сохранять и защищать автономные статусы соответствующих провинций? Очевидно, что география здесь на последнем месте, хотя на эмоциональном уровне может быть и на первом. Исторические корни и культурно схожая среда (своего рода этнически окрашенная местность) играют очень важную роль в выборе места проживания и в приверженности этому месту. И все же, по моему мнению, *обозначенный (как республика, округ, район) политико-административный статус и успешное управление (good governance) являются главными факторами стягивания и удержания носителей этничности от рассыпания или растворения*. Именно существование в СССР и в нынешней Российской Федерации некоторого, пусть даже символического, совпадения этнической и политико-административной карт позволило сохраниться уникальной этнокультурной мозаике России. Здесь есть свои риски, за которые мы заплатили свою цену, но есть и позитивный урок мирового значения, которым может гордиться наша страна.

Современная ситуация во многом изменилась, но многие принципы государствостройства многоэтнических образований остались прежними, хотя и с важными коррективами, о которых и шла речь выше.

2. АНТРОПОЛОГИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ БРЕНДОВ ТЕРРИТОРИЙ, РЕГИОНОВ И МЕСТ

В.К. Малькова, В.А. Тишков

*Бренд – это термин,
используемый в потребительской среде
для продвижения товаров на рынок*

Введение

В массовом сознании распространено немало представлений о территориях, городах и весях. Например, при упоминании Парижа приходит на ум стереотипный набор его основных достопримечательностей: Лувр, Монмартр, Елисейские поля, Эйфелева башня... Упоминания о Лондоне нередко связываются с его достопримечательностями: Британский музей, Тауэр, Биг Бен, Трафальгарская площадь, знаменитые двухэтажные автобусы, черные такси, королевское семейство... Швейцария ассоциируется у многих людей не только с прекрасными горами и курортами, но и с точными часами и надежными банками. Германия воспринимается как страна, породившая Шиллера, Гете и Вагнера, а также как страна основательных и педантичных людей. А Россию на Западе долгое время считали страной суровой, где люди всегда одеты в шубы, валенки, шапки-ушанки и на улицах встречаются медведи. Да и сами россияне порой с иронией говорят о России как о «бездорожной стране дураков»...

Разными способами создавались и распространялись в общественном пространстве стереотипные характеристики близких и дальних территорий, стран и их народов. Нередко в бытовом общении звучали рассказы, порой искаженные, о баснословных богатствах далеких стран и территорий. Вспомним, например, завораживающие слушателей песни-рассказы индийского гостя (купца) о своей стране: «Не счесть алмазов в каменных пещерах. Не счесть жемчужин в море полуденном далекой Индии...» На заманчивую информацию о богатой Индии откликается в спектакле «Садко» заинтересовавшийся этой землей хор: «Ой, и чудна же Земля Индийская...» Можно также напомнить и образ другой страны, представленный в этом же шедевре Римского-Корсакова – в песне варяжского гостя: «О скалы грозные дробятся с ревом волны...», на что хор слушателей восклицает: «Ой, не на радость ко варягам плыть...»¹

¹ Мы напомнили здесь сюжеты из оперы Римского-Корсакова «Садко».

Все это и многое другое – стереотипные представления о странах, городах и других территориях, издавна распространенные в массовом сознании. Как видим, даже в случайно приведенных нами характеристиках территорий и мест представлен широкий набор предметов и явлений, которые могут заинтересовать слушателей, привлечь их внимание, а порой даже возбудить желание лично посмотреть и удостовериться в реальности услышанной информации. В перечне характеристик, описывающих конкретные территории, даже в приведенных фрагментах можно увидеть географические приметы мест, их флору и фауну, наличие на этой территории богатств или минеральных ресурсов, а также отзывы очевидцев (или трансляторов) об обустройстве конкретных городов и селений, о наличии в них знаменитых архитектурных памятников, интересных музеев, удобного транспорта... Можно узнать кое-что и о людях с их самобытным образом жизни, отличной от других материальной и духовной культурой. Иными словами, при «правильной» подаче информации о территории практически все может стать предметом интереса и фрагментом массовых представлений о любом уголке мира.

Но как сделать так, чтобы создать привлекательный образ региона или территории, одним-двумя словами или знаками привлечь к ним внимание, кратко и емко передать потребителям основную информацию или впечатления о конкретном месте?

Очевидно, что массовые представления, опирающиеся на литературу, на информацию СМИ и кинематографа, на справочники и школьные учебники, на рассказы очевидцев, побывавших в этих местах, во многом мифологичны и далеко не всегда соответствуют действительности. Но так или иначе они позволяют людям представить описываемую местность. Так, постепенно, в течение длительного времени, из разных источников происходило как бы **стихийное формирование** образов (своеобразных брендов) далеких и близких территорий и народов, населяющих их. Со временем, особенно с развитием транспорта, а затем и средств массовой информации, процесс создания образов стран и народов стал более динамичным и превратился в значительной степени в **целенаправленный** и управляемый.

В настоящее время в России (как и в других странах) активно развивается новое бизнес-направление – «брендинг», или «брендирование», то есть направленное создание бренда, марки, формирование имиджа или образа предметов и явлений. Бренд, играющий большую роль в конкуренции товаров и услуг, используется для их презентации в общественном пространстве и в конечном счете – для их успешного продвижения на рынке. Напомним некоторые широко известные в наше время почти классические бренды: «Лукойл», «Билайн», «МТС», «ВТБ», «Коркунов», «Балтика», «Бочкарев», «МК», «КП», «Аленка» и многие другие. Бренды разрабатываются и распространяются

в разных областях жизни и информируют общество о предметах потребления, промышленно-сырьевых кампаниях, холдингах, средствах массовой информации, о политических партиях и общественных объединениях... А в последние десятилетия создание брендов касается также регионов, городов, других территорий и мест.

В целом брендинг — это новая деловая философия, заключающаяся в создании и поддержании притягательности и престижа территории, а также привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов и возможностей их реализации¹. Это направление деловой жизни быстро развивается и набирает обороты в нашей стране и по всему миру. По брендингу территорий проводятся серьезные международные и российские конференции (Москва-2007, Екатеринбург-2008, Челябинск-2009 и др.), разрабатываются новые брендинговые стратегии и технологии, рассматриваются многочисленные аспекты продвижения разных товаров и услуг. Это происходит и в сфере формирования брендов (образов, имиджей) территорий, регионов, городов и других мест, в процессе которого специально выделяется и подчеркивается их уникальность.

Необходимо подчеркнуть, что в имиджевом маркетинге территорий в настоящее время важной причиной и целью создания брендов становится серьезная, хотя зачастую и незримая конкурентная борьба регионов, городов и стран. Регионы соперничают за привлечение на свои территории инвестиций, за успешное и доходное развитие туристического бизнеса, за привлечение квалифицированной рабочей силы... При этом используются различные маркетинговые средства и технологии, в том числе проведение в регионах и городах значимых общественных мероприятий (выставок, ярмарок, форумов, семинаров, мастерклассов), например, за звание и статус «первый», «лучший», «самый большой», за размещение крупных производств, финансовых потоков, за трудовые ресурсы. Естественно, при этом осуществляется не только конкуренция компаний и территорий, но и конкуренция брендов.

Однако цель создания брендов территорий — это не только формирование позитивного и привлекательного образа региона или другого места. Это и стремление распространить этот образ в пространстве для получения максимальной пользы и выгоды для его жителей. Экономисты и маркетологи считают, что стоимость (значимость) бренда заключается в его экономической выгоде и определяется как чистая приведенная стоимость будущих прибылей². Бренд помогает территории или региону выделиться прежде всего своей яркой индивидуальностью, которая у него есть в реальности (но ее надо увидеть, подчеркнуть и разрекламировать) или

¹ Подробнее см.: *Черная И.П.* Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального имиджа // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2002, № 4.

² *Ольга Бедарева.* О брендах в России с любовью // *Наука о рекламе.* URL: <http://www.advertology.ru/article44905.htm>

которую имиджмейкеры и другие специалисты направленно создают в массовых представлениях. Успешный и сильный бренд (торговая марка) может и должен способствовать популярности региона, привлекать к нему внимание, показывать преимущества именно этого места среди множества других. Недаром в нашей стране долгие годы люди не только внимательно рассматривали торговые марки «Made in Germany», «Made in Japan», но старались приобрести предмет, изготовленный именно в **этой** стране или в **этом** городе, потому что доверяли именно им.

Проблема узнаваемости и притягательности того или иного региона, города, села, которую можно определить как «инвестиционная привлекательность территории», актуальна в наше время не только для местных жителей. Ведь для них, как говорит русская пословица, «Своя земля и в горсти мила». Но краткая и емкая информация о конкретном месте важна, как уже упоминалось выше, и для «внешних потребителей», например, для туристов, интересующихся красотами и различными местными достопримечательностями. Знание об отличительных особенностях конкретного места важно и для инвесторов, желающих получить определенную выгоду от вложения средств в местный бизнес и в местное производство. Это интересно и для трудовых мигрантов и других переселенцев, ищущих наиболее удобные для работы и для проживания места.

Проблемам создания имиджа (образа, бренда) территории посвящен ряд аналитических работ¹, в которых рассматриваются составляющие этого явления, источники различных его характеристик, а также механизмы формирования и распространения этого продукта среди целевых и нецелевых аудиторий. В основном пока этим занимаются исследователи маркетинга. Они замечают, что **бренд должен быть ориентирован больше на внешних потребителей, на привлечение людей, ресурсов и заказов, которые необходимы региону для его развития**. Однако мы должны подчеркнуть, что **бренд территории также ориентирован и на местных жителей, способствуя формированию у них чувства единства, патриотизма, ответственности за свою малую родину**. Бренд, как и имидж или образ территории, может быть устойчиво положительным, слабо выраженным, противоречивым. Его составляющие могут быть объективными и субъективными. В первом случае это объективная оценка конкурентных преимуществ и недостатков территории, а во втором — это оценка территории очевидцами — предпринимателями, туристами, политиками или поэтами.

¹ *Панкрухин А.* Контр-маркетинг. Дебрендинг и разрушение имиджа территории // Корпоративная имиджелогия. URL: <http://www.ipnou.ru/article/>; *Стась А.* Мы в СМИ // Эксперт-Урал. 2008, 3 июня. URL: <http://www.regionpr.ru/page122>; *Лапочкина В.В.* Маркетинговые исследования как инструмент оценки имиджа туристической территории (на примере Смоленской области) // Маркетинг услуг. 2008, № 1. См. также работы В.Н. Калущкова, Д. Замятина и Н. Замятиной и др.

Разрабатывая теорию брендинга, аналитики создают «алгоритм оценки имиджа» территории, «профили имиджа» территории и др. Они считают, что практически во всех случаях необходима специальная и направленная коррекция образа региона и его целенаправленная реклама.

В нашем исследовании брендов территорий и мест, результаты которого представлены в данной работе, мы будем рассматривать историко-культурный образ-бренд территории как широкий комплекс ее реальных характеристик и потенциальных возможностей, имеющий историческое и культурно-психологическое значение для прошлого, настоящего и будущего региона и его жителей, а также и для «внешних потребителей».

Создание образов регионов и мест в нашей стране, безусловно, имевшее место и раньше, особенно оживилось и получило новый импульс с 90-х годов XX века. Это стало особенно заметным в связи с процессом объявления суверенитетов в российских республиках, а затем — и с некоторым оживлением местного самоуправления в регионах России. Одним из стимулов этого процесса было желание местных элит обозначить свои региональные границы и зафиксировать для себя и для посторонних, что же мы имеем, что мы можем дать стране и что можем получить от нее и от своих соседей. Политические, экономические и культурно-психологические интересы политиков, бизнеса и деловых людей и здесь выдвинулись на первый план. Элитам на всех уровнях нужно было отстаивать интересы населения именно этой территории, данного конкретного места. Для этого территория, а вернее — ее образ, представления о ней как об одной из своих главных ценностей должны были стать незыблемыми и привлекательными. Причем и прежде позитивный образ территории создавался как для местных жителей, так и для «внешних» потребителей.

Частично эти процессы специального и направленного конструирования образов своих территорий и их населения уже описаны в наших работах¹. Мы также затрагивали вопрос об осознании элитами проблемы важности формирования и распространения привлекательных образов территорий и мест, ведь позитивный образ или бренд территории является в настоящее время одной из основ ее конкурентоспособности. В частности, это проявилось в целенаправленном в последние годы создании так называемых «имиджевых концепций»

¹ См.: Малькова В.К. Образы этносов в республиканских газетах. Опыт этносоциологического исследования. М.: ИЭ АН СССР, 1991; Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в интернете. М.: ИЭ РАН, 2009.

в ряде постсоветских республик и областей России (в Саха/Якутии, в Карелии, на Камчатке и др.)¹. Это также проявляется и в заботе властей российских регионов о стратегиях их развития (от республик, краев и областей до небольших муниципальных образований)². Рассматривая формирование образов бывших союзных, а затем и российских республик в разные годы, мы выделили основные ценности, на которые всегда опирались элиты, целенаправленно влияющие на формирование местных идентичностей. Самые главные ценности для них это: «*наша земля*» и «*наши ресурсы*», «*наш народ*», «*наша история*», «*наша культура*», «*наш язык*», «*наши герои — земляки*» и т. д.³ Поэтому нужно подчеркнуть, что создание так называемых «имиджевых концепций» (позитивных образов, брендов) своих регионов, городов и других мест стало в последние десятилетия в России серьезной политической, экономической и культурно-психологической задачей властей⁴.

Таким образом, предметом нашего исследования является сам феномен историко-культурного бренда российских территорий и мест, рассмотренный на примере российских регионов с акцентом на субъекты ЮФО РФ. Рассмотрение этих вопросов представляется особенно важным:

- для определения более четкой этнорегиональной культурной политики;
- для формирования позитивных местных идентичностей и менталитетов в гармонии с общероссийскими;
- для развития и поддержания самобытных этнических культур;
- для сохранения культурно-исторического наследия народов и территорий в условиях глобализации;
- для привлечения в регионы инвесторов и финансов и для создания новых рабочих мест;
- для расширения туристического бизнеса и для развития туристической инфраструктуры;
- для решения экологических проблем;
- для стимулирования инновационного развития регионов России.

Теоретической основой нашей работы стали исследования отечественных и зарубежных ученых, рассматривавших важные для нас вопросы в рамках теории современного общественного и экономического развития. Это работы о формировании в массовом сознании представлений о странах и народах,

¹ Подробнее см.: *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая...

² См., например: Опыт разработки стратегии развития Усть-Лабинского района до 2022 года // Деловая пресса. Электронное издание. 20.10.07. № 43.

³ *Малькова В.К.* Образы этносов...

⁴ Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия). URL: <http://www.sakha.gov.ru>; Официальный портал органов государственной власти Республики Карелия. URL: <http://www.karelia.ru> и др.

о конструировании в общественном пространстве их этнокультурных образов, а также о процессах брендинга, маркетинга и имиджестроения.

Некоторые технологии формирования современных брендов

Уже упоминалось, что образы, имиджи, или бренды, территорий создавались и раньше, причем эти процессы шли как стихийно, так и направленно. В их создании принимали и принимают участие как обычные люди — в основном это очевидцы, так и специалисты — журналисты, политики, бизнесмены, авторы школьных учебников и справочников, деятели литературы и искусства (писатели, поэты, особенно песенники, певцы, художники), а также туристические агентства. В настоящее время появился ряд специалистов, которые, исследуя рынки сбыта товаров и услуг, прогнозируют и направленно формируют спрос на них, определяют перспективы сбыта и конкуренции. Они профессионально владеют методами создания привлекательных образов (брендов) территорий и технологиями их успешной презентации. Эти специалисты (имиджмейкеры, пиарщики, маркетологи, политехнологи и др.) с помощью разных технологий помогают целенаправленно формировать массовые позитивные представления о предмете, явлении, персонаже или о территории. И таким образом они способствуют «продвижению на рынок» необходимого заказчику объекта.

Необычность и уникальность территории, региона или другого места — действительно важная составляющая его привлекательной характеристики. Однако брендовые характеристики, судя по многим источникам, не всегда могут быть исключительно позитивны. И даже в случае с брендами территорий может быть определен негатив, показывающий явные недостатки или неконкурентоспособность региона для туристического бизнеса (например, недоступные горы, глубокие и опасные пещеры и реки) или для предпринимательства (плохие дороги и транспорт, плохая связь, удаленность от центра). Имеют значение и такие характеристики места, как криминальная обстановка в регионе, условия для получения образования, быстрая связь с Москвой и другое. Именно эти качества не раз подчеркивались экспертами и аналитиками среди рейтингов привлекательности регионов. Об этом, в частности, рассказывают рейтинги, составленные для инвесторов журналами «Эксперт» и «Форбс»¹.

И это также должно быть учтено и выгодно использовано создателями бренда, хотя пока еще далеко не всегда получается. Так, в мае 2008 г. председатель правительства Свердловской области Виктор Кокшаров объявил на пресс-

¹ Наши города стали «форбсами». В памяти заинтересованных групп бренд не всегда сохраняется // Финансовые известия. 2008.06.06.

конференции, что регион ждет ребрендинг. «Урал не должны считать краем, где дымят заводы и расстреляли последнего русского царя. Сейчас бренда просто нет... Опорный край державы? Нет, нам необходимо более широкое понятие, которое бы отражало весь спектр позитивных тенденций региона»¹. Но чаще всего бренды территории — это все же информация о ее преимуществах и уникальности. И когда речь идет об официальном имидже (образе-бренде) территории, нельзя не согласиться с распространенным мнением, что этот имидж очень зависит от чиновников, бизнесменов, политологов, журналистов и даже простых жителей, поскольку в формировании привлекательности субъекта участвуют и заинтересованы и органы власти, и бизнес, и общественность.

При создании брендов территорий (как и брендов вообще) важна целевая аудитория, для которой выделяется или подчеркивается та или иная характеристика места, т. е. необходима так называемая **фокусировка брендов**. Например, для серьезных инвесторов, бизнесменов и предпринимателей интересно и важно наличие в регионах определенных сырьевых ресурсов и полезной для них промышленной инфраструктуры, наличие удобного транспорта и недорогих трудовых ресурсов. Для людей, ищущих работу, важна информация о наличии лучших, чем в других местах, условий трудоустройства и разнообразных социальных возможностей. Молодежи важны определенные условия для получения образования, для трудоустройства, создания семьи и интересного досуга. Для туристов и путешественников интересны необычные природные достопримечательности, специальные туристические маршруты, оригинальные музеи и их коллекции, места жизни известных людей, места памятных исторических событий и т. д.

Специалисты используют разные технологии создания и внедрения бренда территории. Брендинг — это по существу своеобразная реклама территории в сжатом виде, когда подчеркиваются ее позитивные и необычные качества, затеваются или замалчиваются другие. А иногда в этой «рекламе» используются даже непроверяемые характеристики. Тем не менее существует ряд технологий, о которых можно говорить уверенно. Среди них можно выделить **использование символов**. Так, например, в графическом бренде территории могут быть изображения символов движения, символов ее развития — скачущие всадники, парящие орлы, барсы и другие животные в прыжке. Их можно изображать на гербах, флагах и эмблемах территорий и сообществ². Это может быть использование лозунгов, эмоционально поддерживающих развитие территории, например, известный лозунг Д. Медведева «Вперед, Россия!» **Мифотворчество**, то есть создание или продвижение неких легенд,

¹ URL: <http://stasmarketing.com/>

² Об этом мы уже писали в указ. работе: *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая...

подчеркивающих уникальность определенной территории или места, — это еще одна важная и распространенная технология конструирования бренда. На практике в некоторых местах уже довольно активно и успешно используются легенды и мифы для создания необычного образа территории. Например, на Урале можно вспомнить Аркаим в Челябинской области (местные власти теперь позиционируют Южный Урал не иначе как колыбель арийской расы), знаменитое аномалиями село Молебка в Пермском крае (якобы территория регулярных собраний НЛО) и др.¹ Создатели этих образов на основе мифов зачастую обращаются к националистической идеологии².

Уникальность территории или места, их экономическая направленность (промышленная или аграрная), лечебно-санаторная специализация и другое — все это может стать яркими составляющими брендов территории. Примерами этому могут служить так называемые моногорода (это города с одним направлением экономической специализации) или города-курорты с определенными минерально-целительными преимуществами. В иных случаях это может быть и «город для помолвки», или «город для здоровых», как, например, называют Геленджик его пиарщики³. Выделиться региону, создать его позитивный образ и привлечь в него потоки туристов помогают и такие массовые культурные мероприятия, как «Дягилевские сезоны» в Перми или необычные и экстремальные туристические маршруты, например к месту падения Тунгусского метеорита, к ледникам Алтая и горным рекам Тувы.

Рассматривая многочисленные формы презентации образов, в том числе и брендов территорий, мы выделили еще одну традиционную технологию направленного формирования массовых представлений людей о конкретных регионах. Эту пиар-технологию можно условно назвать **лексической**, т. е. создающей (а вернее — выделяющей) образы регионов с помощью лексем (слов). Для этого авторы информации используют множество слов и выражений, подчеркивающих реальные и мнимые, нередко преувеличенные и приукрашенные особенности данной территории.

Так, при описании некоторых городов в СМИ, в интернете, в литературе нередко употребляются такие понятия, как «*вторая (третья) столица России*» (Санкт-Петербург; Казань), «*культурная столица страны*» (Санкт-Петербург), «*Третий Рим*» (Москва), «*Карман России*» (Нижний Новгород), «*Столица Урала*» (Екатеринбург) и т. д. Но, кроме того, условно говоря, «лексическая» технология конструирования брендов массированно использует и оценочные лексемы. По утверждению авторов информации, представляемый ими регион или город — *Уникальный / Необычный /*

¹ Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая...

² Подробнее см. об этом, например, работы В.А. Шнирельмана.

³ URL: http://www.treko.ru/show_article_2007/

Особенный / Исключительный / Успешный / Отличный / Выдающийся / Передовой / Удачный / Правильный / Популярный / Истинный / Идеальный / Значимый / Великолепный / Привычный / Первый / Продвинутый / Постоянный / Беспроблемный / Стабильный / Растущий / Лучший / Основной / Передовой / Недорогой / Выгодный и т. д. и т. п. Иногда среди пиар-характеристик намеренно употребляется лексический усилитель смысла: Самый большой / Самый быстрый / Самый маленький / Самый главный / Самый новый (старый, древний) / Самый крупный (крупнейший) / Первый в истории... Иногда авторы не обходятся одним словом и используют для выделения территории целые выражения: Регион занимает ведущее место / В группе сильнейших / Наиболее развитый / Яркий и самый известный / Динамично развивающийся / Расположен недалеко от... и т. д. Привлекательность территории подчеркивается и ссылками на авторитетные, хотя и анонимные мнения: К региону проявляют интерес во всем мире / Наша продукция (или ресурсы) повсюду востребованы...

С помощью исследования интернет-сайтов, активно распространяющих в настоящее время брендовые характеристики российских территорий, мы выделили еще одну лексическую технологию брендинга. Ее условно можно назвать «навешивание ярлыков» или «визитных карточек». Оказалось, что своеобразной «визитной карточкой» (или одной из составляющих бренда) территории, региона, места, поселения и т. д. могут быть любые материальные и нематериальные предметы и явления: *автомобильные дороги / выделяющаяся чем-то часть региона / пляжи / въездные знаки / этнокультурные традиции / экономический форум / ансамбль песни и пляски / продукция форелеводства / знаменитый фонтан...* Об этом красноречиво говорят названия многих страниц российских интернет-сайтов:

- Дороги Алтая станут визитной карточкой региона;
- Федеральные автомобильные дороги Краснодарского края — это ключевое звено магистральной сети Северного Кавказа, визитная карточка региона¹;
- Донбасс — визитная карточка Украины;
- Пляжи — своеобразная визитная карточка регионов. Именно по их благоустроенности судят о комфортности курортной жизни²;
- Въездные знаки являются визитными карточками Тюмени (о строительстве 16-метровой стелы при въезде в город)³;
- Первый Межрегиональный экономический форум «Визитная карточка региона» — Самарская губерния, г. Тольятти⁴;

¹ URL: <http://www.avtodorogi-magazine.ru/2007/>

² Независимая газета. 2008, 7 июля.

³ URL: <http://www.tyumen.rbn.ru/>

⁴ URL: <http://www.vdmst.ru/>

- Визитной карточкой региона Карелия станет продукция форелеводства. Также на агропромышленной выставке в Берлине регион покажет свои национальные традиции¹;
- Астраханский ансамбль песни и пляски — визитная карточка региона².

Таким образом, формы историко-культурных брендов территорий и технологии их создания могут быть разными. Но в них должны отражаться и подчеркиваться реальные особенности территории, сопровождаемые элементами мифологии или романтизированием конкретных мест и персонажей, а также специальным лексическим оформлением информации о регионе.

Структурные составляющие брендов территорий и их информационные носители

Бренд, или образ города, региона и других мест заметно отличается от известных всем брендов компаний. Если бренд компаний можно чаще всего изобразить графически, записать одним-двумя словами и даже воспроизвести его звуковое оформление, то бренды территорий — это гораздо более сложное, подробное и комплексное явление. Порой историко-культурные бренды территорий могут быть представлены кратко, хотя и наглядно, например **в форме гербов, эмблем, значков, картин и даже карт или схем местности**, отражающих ее характерные особенности. Но значительно чаще бренд территории состоит из множества ее разнообразных характеристик, описанных с определенной долей достоверности **в буклетах, справочниках, книгах**. Основные характеристики города, региона, республики или страны могут содержать кино- и другие видеоносители. И, наконец, это могут быть музыкальные произведения, песни, в которых в концентрированном виде преподносится информация о городе.

Исходя из опыта наших наблюдений, можно фиксировать, что носителями информации о брендовых историко-культурных характеристиках места могут быть:

- **межевые знаки и другие дорожные** или полевые природные или рукотворные ориентиры (в том числе и обычные дорожные указатели);
- **эмблемы и гербы** городов, территорий (и персонажей);
- **географические карты и схемы;**
- **книги, альбомы, справочники, буклеты** с текстовой и визуальной информацией о конкретном месте, а также календари, почтовые открытки, конверты, школьные тетради, блокноты и дневники с описанием и видами местности и ее достопримечательностей;

¹ URL: <http://www.gov.karelia.ru/>

² URL: <http://www.astrasocial.ru/>

- **местные музеи** — исторические и краеведческие, художественные и минералогические, литературные и мемориальные;
- **значки и многочисленные сувениры**, отражающие особенности конкретного места;
- **художественные произведения**, где события описываются на конкретной территории (рассказы, стихи, песни, поэмы, гимны, картины);
- **средства массовой информации** (вкуче с кинематографом, Интернетом и даже мобильными телефонами), содержащие и распространяющие сведения о конкретных территориях и местах;
- **коды городов и регионов** (автомобильные и телефонные);
- **сами люди** — жители и гости конкретных мест и территорий.

Представленный список носителей информации о регионах, селениях и других местах, несомненно, может быть дополнен и расширен. Но даже приведенные здесь предметы и явления, хранящие и распространяющие в общественном пространстве разнообразную информацию о городах и весях, являются своего рода сборниками, условно говоря, потенциальными визитками этих мест. С их помощью в значительной мере формируются общие, массовые представления людей об особенностях и привлекательности конкретной территории, о ее реальных и потенциальных возможностях в разных областях жизни, о возможности побывать там, увидеть эти места и использовать их ресурсы для своей пользы. Рассмотрим, какие конкретно брендовые характеристики содержат и передают в массовое сознание эти и другие носители историко-культурной информации.

Среди примет и формальных символов места определяющими информационными штрихами в традиционных характеристиках региона, города или другого места могут быть такие их особенности, как границы территорий, их названия, знаменитые люди, связанные с этими местами, а также местная природная среда, характерный для конкретного места ландшафт, флора и фауна, природные ресурсы края, различные исторические достопримечательности и отличительные архитектурные сооружения. Но, кроме того, само население и вся культурная, в том числе и этническая экзотика, связанная с его жизнью, включая этнические традиции и обычаи, оригинальные предметы быта и культуры, особенности местного производства и художественные промыслы. Все это — явления, которыми дорожат и которыми гордятся местные жители. Это опорные знаки — маяки, общественные ценности, с помощью которых стихийно, но нередко и направленно, формируется местное самосознание, местный патриотизм и этнорегиональная идентичность. Но одновременно это еще и своеобразная информация (иногда — приманка) для «внешних потребителей» — путешественников и туристов, бизнесменов и предпринимателей... В наши дни откорректированный набор этих ценностей —

характеристик мест и территорий — может служить основой для создания позитивных историко-культурных брендов территорий — кратких, емких их образов, своеобразных стереотипных портретов или визитных карточек города, села, региона, страны.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о **новой роли и новых функциях истории и культуры** в современной общественной жизни и о новаторском использовании историко-культурных особенностей региона в его публичной презентации и в маркетинге в условиях рыночной экономики. Этот же вывод касается всей страны в целом.

Некоторые признаки, обозначающие и символизирующие территорию

Регионов, городов и прочих селений на земле множество. Чтобы рассказать о какой-то местности, описать регион или поселение, на протяжении веков люди придумывали различные условные знаки или символы, использовали природные ориентиры, с помощью которых можно быстро выделить, узнать или определить искомое место. В качестве очевидных ориентиров нередко использовался **естественный ландшафт местности** с его реками и озерами, горами и долинами, лесами и степями. В качестве ориентиров использовались также огромные камни, межевые столбы, другие природные или рукотворные знаки, определяющие место или границы, отделяющие одну территорию от другой. Со временем на границах городов и других селений стали появляться надписи с их названиями, по которым проезжий или прохожий мог определить свое местонахождение. В наше время при подходе или подъезде к конкретному городу или другому поселению, как правило, можно видеть большие, а порой даже грандиозные надписи с названиями этих населенных пунктов. Но одновременно даже в начале XXI века в разных странах сохраняются и маленькие, далеко не всегда презентабельные **указатели с названиями территорий и мест**. Их можно рассматривать не только как необходимые путникам ориентиры в пространстве, но и как своеобразные символы места.

Приведем в качестве примера иллюстрации нескольких **въездных стел и дорожных знаков**, ориентирующих современных путешественников и обозначающих в наше время границы региональных территорий и конкретных поселений (рис. 1). При въезде в города и районы чаще всего встречаются довольно высокие конструкции, в которых авторы попытались отразить особенности данного поселения, порой не совсем понятные гостям. В небольших селениях эти въездные указатели чаще всего содержат только их названия.

Помимо красочно оформленных или ничем не примечательных дорожных надписей и знаков у границ селений и широко применяемых **географических карт и схем** (а в последние годы — и **автомобильных навигаторов**) для ориентации в пространстве в наше время используются также **автомобильные и телефонные коды** городов и регионов. С помощью автомобильных кодов можно быстро сориентироваться — в какой местности человек находится или из каких краев прибыл тот или иной автомобиль и пассажир. Телефонные коды территорий также позволяют абоненту быстро (а порой и не так быстро) виртуально попасть из своего пространства в нужный ему регион и населенный пункт (табл. 1).



Рис. 1. Примеры въездных стел и дорожных знаков¹

Владельцы земель и главы административных территорий — также одна из говорящих брендовых характеристик. В давние времена в России (также как и во многих других странах) одним из главных признаков — характеристик места было имя его владельца. Можно напомнить известные из истории фразы: *пожалована грамота на владение земли...* Или: *это имение имярек...* Или: *это владения господина...* Вообще, по словам известного в прошлом государственного деятеля и ученого-правоведа К.П. Победоносцева, чуть ли не впервые в отечественной истории описавшего историю вотчинных прав в России, «пожалование земли было одним из главных способов приобретения вотчинной собственности в России, особенно в XVI и XVII (и даже в XVIII) столетиях. Поводом к пожалованию были личные заслуги или милость царская.

¹ Представленные снимки взяты с Интернет-сайтов: <http://www.photosveta.com>; <http://www.outdoors.ru/ioto/> и др.

Жалуемы были вотчины из дворцовых и черных земель или помещная дача обращалась в вотчинную. На жалуемое имение выдавалась жалованная грамота...»¹ Далее Победоносцев пишет, что «в течение XVII столетия земля занимает первое место в составе жалуемых имений: жалуются вотчины, а крестьяне являются необходимою принадлежностью вотчинных земель и даже не входят в официальный счет при жаловании вотчин. В первой половине царствования Петра I эта форма пожалования начинает изменяться: земля не стоит уже на первом плане, но наряду с нею двор крестьянский мало-помалу приобретает значение официальной единицы при назначении жалуемых участков, так что по количеству раздаваемых дворов определяется и количество земли»². Поэтому имя владельца земли, а с ней и крестьянских дворов, было уже в давние времена определительным знаком конкретной местности.

Таблица 1

Примеры автомобильных и телефонных кодов российских регионов

	Автомобильные коды	Телефонные коды
Дагестан	05	872
Ингушетия	06	873
Кабардино-Балкария	07	866
Калмыкия	08	847
Карачаево-Черкесия	09	878
Северная Осетия	15	867
Чеченская Республика	20 и 95	871
Краснодарский край	23 и 93	861
Ставропольский край	26	865
Москва	77, 97, 99, 177, 199	495, 499
Московская область	50, 90, 150	496

И в наше время, в начале XXI века, названия многих российских территорий (субъектов страны) так или иначе связываются (в немалой степени при помощи СМИ) с именами их руководителей. И действительно, имя владельца земли в прежние времена или в наше время — фамилия главы региона или мэра муниципального объединения, главы сельской администрации во многом ассоциируется в массовом сознании с конкретной территорией, становится как бы символом, одной из брендовых ее характеристик и нередко определяет ее значимость в общественно-политическом и экономическом пространстве региона или всей страны.

¹ Победоносцев К.П. Курс гражданского права. Первая часть: Вотчинные права. 1868. URL: <http://download.nchti.ru/books>

² Там же.

Текущие бренды-образы территорий

Историко-культурные бренды территорий и мест, которые мы рассматриваем, включают в себя большое число ярких и важных для запоминания компонентов. И они бывают **текущими и желаемыми**. Некоторые из них уже были названы выше. Но необходимо отметить, что сложная структура — это общее свойство и текущих, и желаемых брендов. Поэтому при формировании желаемых или направленных брендов-имиджей территории важно сначала объективно оценить ее текущий имидж, выявить его слабые и сильные стороны, а также нынешнее восприятие территории гостями, инвесторами, жителями. С этой целью в сентябре — октябре 2009 г. мы провели экспертный опрос, в котором приняли участие 87 респондентов из Москвы, Екатеринбурга, Сургута, Казани, Омска, а также из Киргизии и Приднестровья. Среди них — научные работники, журналисты, чиновники региональных и муниципальных администраций, студенты старших курсов вузов. Все это — образованные люди, широко представляющие себе российское и мировое пространство и способные адекватно воспринимать и оценивать реальную действительность.

Основной вопрос нашей анкеты был направлен на выявление впечатлений, представлений и ассоциаций, связанных у опрашиваемых с названиями ряда регионов современной России, при акценте на 13 субъектов Южного федерального округа (ЮФО)¹. В них, как известно, входят 8 республик Северного Кавказа, которые в данном исследовании нас особенно интересовали, Краснодарский и Ставропольский края и три области. Для сравнения респондентам было предложено вспомнить и о таких местах, как Париж, Лондон, Москва, Екатеринбург и город их детства. В процессе опроса мы считали необходимым выяснить, какие ценности, характеристики мест и их особенности производят на людей наибольшее впечатление и что чаще всего запоминается ими и упоминается в их рассказах об этих местах.

Представим некоторые результаты и выводы нашего исследования.

Среди самостоятельно названных респондентами 1857 брендовых характеристик и отличительных особенностей данных территорий выделяются по частоте упоминаний следующие блоки:

1. Воспоминания, представления и ассоциации, связанные с **географией и природными условиями конкретных регионов** (доля этих характеристик в общем объеме чуть больше 30 %). Ответы наших респондентов показали

¹ В 2011 г. был введен Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО) и административные границы в регионе изменились.

хорошее знание ими общих образов места, в первую очередь — именно природно-географических особенностей территорий ЮФО и СКФО. Значимыми для современного массового сознания в этом блоке оказались практически все составляющие — *географическое расположение региона, наличие на этой территории запомнившихся городов и селений, приятный климат, наличие естественных природных достопримечательностей. Особо отмечались горные красоты, красивый ландшафт, просторы, магия степи, ее размах, вольность.*

2. Второй блок по частоте упоминаний характеристик территорий связан с **местным населением, с его этнокультурными особенностями и образом жизни**. Их доля в общем объеме брендовых характеристик превышает 24 %. В этом списке особенно заметно выделяются упоминания и представления о полиэтничности и многолюдности южных регионов России, о проживающих на каждой территории региональных сообществах (казаки, кавказцы, горцы), а также — о конкретных национальностях. В анкетах неоднократно упоминались наиболее яркие **образы места**. В северокавказских республиках это были распространенные в массовом сознании элементы местной духовной и материальной культуры — *дома-крепости, аксакалы, джигиты с кинжалами, девушки с кувшинами, национальные традиции, обычаи, обряды, национальные танцы, поэзия...* И воспоминания о *вкусной местной пище*. Определенное место в представлениях людей о регионах ЮФО занимает *религиозный фактор*. В массовых представлениях северокавказские республики и другие области ЮФО чаще всего связываются с исламом, шариатом, мечетями, ваххабизмом и религиозным фанатизмом. Разумеется, кроме этого не забыты и православие, и буддизм Калмыкии.

Значимыми составляющими в образах территорий оказались и **этнопсихологические особенности жителей этих мест**. Наши респонденты выделяют и подчеркивают такие качества местных народов, как *доброжелательность и открытость людей, их доброта, удаль, ум, талант, внешняя красота, достоинство...* При этом у горцев отмечают их *яркую ментальность, страстный характер, порой — гипертрофированную гордость, воинственность, доброту до поры до времени, жестокость*. Некоторые респонденты с сожалением выделили и такие особенности их жизни, как *первобытность населения, традиции средневековья, кровная месть и другие*. Что здесь реальность, а что мифология — этого массовое сознание не фиксирует и не разделяет.

3. Следующий по частоте упоминаний блок брендовых характеристик территорий и субъектов ЮФО — это **негативные** впечатления, воспоминания и представления о северокавказских республиках. Доля этих характеристик в общем их объеме также сравнительно высока — почти 22 %.

Наряду с массой позитивных воспоминаний о красотах и других достоинствах южных регионов России наши респонденты заметили и не могли не отметить и вопиющие их недостатки. В массовых представлениях они действительно широко распространены. Прежде всего **это социальные проблемы**: бедность, с одной стороны, и необъяснимое богатство — с другой, разруха, безработица, криминал, беззаконие, коррупция, кумовство и клановость, полная безысходность и даже тупик. И конечно, масса негативных впечатлений и выплеснувшихся эмоций связывалось у наших респондентов с **военными действиями** на территориях северокавказских республик. Речь шла также о неблагоустроенности местного быта и местных дорог, где даже танки с трудом могут пройти. В список негативных брендовых характеристик этих территорий добавились эмоции тревожности, опасности, страха, нестабильности, беспокойства. В перечень негативных включились и ассоциации, связанные с трагедией Буденновска и Беслана, с болью и горем людей, переживших и переживающих теракты и убийства, вооруженные конфликты, трагедии с заложниками и прочее.

4. Возвращаясь к другим позитивным впечатлениям наших респондентов о субъектах ЮФО, отметим, что в количественном отношении они оказались не столь значимыми, но все же очень важными для формирования целостного образа территорий:

- это **экскурсионно-туристическая и курортно-лечебная привлекательность** южнороссийских территорий с их прекрасным ландшафтом, с минеральными источниками и обилием фруктов и овощей;
- это богатая событиями **история края**, которая привлекает внимание не только известными достопримечательностями прошлого, но и местами, связанными с жизнью или пребыванием здесь **публичных персон**, причем не столько исторических, сколько современных (политики, артисты, писатели и другие персонажи);
- это и такие составляющие, как **спорт**, особенно лыжный и альпинизм, и отдельно выделяемый интерес к **будущей олимпиаде** в Сочи;
- упоминались и известные на всю Россию местные команды КВН;
- подчеркнем, что воспоминания и представления о местных музеях на территориях ЮФО оказались очень редкими. Нужно заметить, что в других местах, например в Москве, Лондоне, Париже, о которых мы также спрашивали, музеи как брендовая характеристика места выделяются особо.

Представленные результаты небольшого исследования общественных представлений и впечатлений о территориях и регионах позволили выявить наиболее значимые их составляющие и степень общественного внимания к ним (табл. 2).

Таблица 2

**Частота упоминаний респондентами
характеристик территорий и регионов ЮФО РФ**

Особенности регионов, запомнившиеся респондентам	Число упоминаний	(%)
География и природные условия	558	30,05 %
Экономика	94	5,06 %
Курортно-лечебная привлекательность территории	162	8,72 %
История края	106	5,71 %
Упоминания местных архитектурных достопримечательностей, парков, заповедников	8	0,004 %
Ассоциирование территории с литературой и искусством	24	0,13 %
Упоминания о богатствах территории и ее ресурсном потенциале	12	0,006 %
Упоминания о населении и его особенностях, об этнокультурных традициях, обычаях, психологии	448	24,13 %
Спорт и прочее	30	0,016 %
Негативные впечатления о регионе	405	21,81 %
Респондент ничего не может сказать об этих регионах	10	
Всего названо характеристик	1857	100 %

Необходимо подчеркнуть, что в каждом регионе набор брендовых историко-культурных характеристик свой, и он не постоянен. Об этом мы тоже можем уверенно говорить, исходя из более подробного рассмотрения полученных в ходе опросов материалов. Исследование также показало, что, вспоминая образы конкретных территорий и мест, люди выделяют массу их привлекательных достопримечательностей и явлений, которые действительно выглядят яркими брендовыми характеристиками. Однако нельзя закрывать глаза и на то, что при направленном брендинге этих территорий невозможно обойти их негативные характеристики, которые широко распространены в массовом сознании. И их нужно постепенно смягчать.

**Гербы городов и регионов
как один из видов брендинга**

Одним из ярких знаков, символов или кодов места в течение долгого времени и до сих пор остается его герб (иногда еще и флаг и гимн). Города и другие территории во многих странах издавна создавали свои гербы, эмблемы, другие

символы — своеобразные «визитные карточки» или «территориальные знаки», в которых довольно условно и схематично были представлены особенности конкретного места, населенного пункта или целого региона. Известны разные трактовки причин появления гербовых знаков — гербов персон и гербов территорий, которые нередко совпадали. Одни исследователи считают, что импульсом для создания гербов в странах запада были рыцарские турниры, крестовые походы и т. д. Другие предполагают, что предшественниками гербов городов, областей и элитных персонажей могли быть еще их родовые знаки, тотемы¹.

В российских городах также издавна были свои гербы, хотя исследователи до сих пор не уверены во времени их появления — при Екатерине II, при которой был принят герб Ярославля, или раньше — при Петре Первом? Или еще раньше, когда знаки городов и мест изображались на ратных знаменах древних русичей? На старых гербах русских городов обычно фиксировались их отличительные особенности — знакомые местным жителям ландшафты, животные, растения, воинское оружие, орудия труда и другое². Часть этих изображений сохранена и в современных гербах городов. Так, на старом гербе города Гусь Хрустальный был изображен гусь, на гербе города Углич — убитый царевич Дмитрий, на гербе города Камышин — камыш, а на гербе Козельска — козел³. И на современных городских гербах нередко сохраняются традиционные для этих мест элементы и знаки (рис. 2).

Для того чтобы у человека сложилось некоторое представление о городе, селе, регионе, создавались не только городские гербы или эмблемы. Еще издавна было принято придумывать **сувениры** — небольшие памятные предметы, хотя бы частично отражающие некоторые историко-культурные, а иногда и ресурсно-промышленные характеристики городов, территорий и мест. В разных случаях это могут быть стилизованные предметы быта, **деревянные матрешки, расписные доски, подносы и шкатулки, брелоки, копилки, салфетки, балалайки** и др. Это могут быть **значки, эмблемы, открытки** с изображением памятных событий и других местных достопримечательностей. И это могут быть буклеты, путеводители, схемы и даже целые **книги или альбомы**, в которых более-менее подробно рассказывается о конкретном крае, области, городе и даже селе. Все это — своеобразные визитные карточки определенного места, его важная реклама, которая используется для распространения позитивной и оригинальной информации, для ненавязчивого и приятного напоминания о нем и для рассказов и подарков.

¹ URL: <http://www.exkurs.ru/gus/Herald/gus/>

² Подробно мы рассматривали этот вопрос в нашей работе: *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая.

³ *Соболева Н.Н., Артамонов В.А.* Символы России // Гербы русских городов. URL: <http://www.heraldry.rus.net/>; См. также: <http://www.fio.novgorod.ru/projects/>



Рис. 2. Примеры гербов российских городов

Открытки и альбомы – одна из форм брендинга территорий

Рассмотрим еще одну из наиболее информативных форм презентации конкретного места, региона, города, традиционно и широко используемую в общественном пространстве в основном в последнее столетие. Это **альбомы, буклеты, наборы открыток** о разных уголках страны, издания, как правило, массовые и специально направленные на исключительно позитивное восприятие изображенных на них конкретных мест. Наборы открыток и их единичные экземпляры с видами городов России стали сравнительно широко распространяться как один из видов почтовых отправок примерно с конца XIX века. В те времена их иногда называли «открытые письма». Многочисленные их примеры мы рассматривали на просторах нынешнего российского Интернета. На этих маленьких карточках – прямых носителях информации о территориях и регионах (а чаще всего это были документальные фотографии) – изображались общие виды мест, главные улицы

и площади городов и селений, церкви и монастыри, мосты и вокзалы. Нередко в объектив попадали люди или животные. В большинстве случаев изображения городов сопровождались текстом с указанием конкретного вида и места.

В связи с рассмотрением видовых открыток как одного из популярных носителей брендовой информации приведем информативное стихотворение Джанни Родари в переводе Самуила Маршак. Оно так и называется: «Открытки с видами городов»¹:

*Открытки, блестящие глянцем,
Распродаются иностранцам:
Милан с прославленным собором.
Рим: Капитолий, Купол, Форум.
Неаполь с морем и вулканом,
Откуда вьется дым султаном.
Вот Пиза со своей всегдашней,
Наклонной, падающей башней.
Вот Генуя с морскою гаванью
И с кораблем, идущим в плаванье*

...

*А что скрывается внутри —
Ты за открытку посмотри.
Вправду ли, вечно гоняя гондолы,
Венецианцы поют баркаролы?
Вправду ль Неаполю только и дела,
Глазеть на Вулкан и плясать тарантеллу?
Может и так,
Но я верю глазам, верю тому, что увижу я сам.*

В этом стихотворении наглядно проиллюстрирован стереотипный набор достопримечательностей, примет мест, которые известны во всем мире и вызывают большой интерес у туристов.

Примеры старых открыток с видами некоторых российских городов приведены на рисунках 3—5.

Коллекционеры очень гордятся своими открытками с видами дореволюционных городов и пригородов Москвы, Санкт-Петербурга, Вологды, Царицына и других городов и мест. Увлечшись собиранием и коллекционированием «видовых» и «этнографических» открыток еще в конце XIX века, они, судя по интернет-сообщениям, до сих пор обмениваются ими друг с другом и высоко их ценят².

¹ Библиотека поэзии. Самуил Маршак // URL: <http://marshak.ouc.ru>

² Коллекционеры дореволюционных и довоенных открыток. URL: <http://philocartist.narod.ru/>. См. также работы: *Корвин Д.* Коллекционирование открыток // Советский филателист, 1925, №5; *Танин Л.* Филокартия // Советский филателист. 1926. № 4 и др.



Рис. 3. Екатеринославъ. Екатерининскій проспектъ и «Отель Бристоль». Изд. Т-ва «Контрагентъ печати» въ Москве



Рис. 4. Омскій Кадетскій Корпусъ. Омскъ. Всемирный Почтовый Союзъ. Россія. Издание магазина И.Н. Елизарова



Рис. 5. Гомель. Базарная улица (<http://content.foto.mail.ru/>)

В советское время почтовые и просто **сувенирные открытки** с видами городов и памятных мест страны были особенно распространены. В качестве одного из типичных примеров рассмотрим комплект красочных открыток под названием «По Кабардино-Балкарии»¹. Он был издан в серии «В объективе — наша Родина». Подобные наборы о многих регионах страны направленно готовились в то время и широко распространялись в киосках «Союзпечати». Этот набор открыток был подготовлен коллективом авторов и издан огромным по тем временам тиражом — 150 000 экземпляров. Расположенный на внутренней обложке комплекта текст об этой северокавказской республике, переведенный также на английский язык, написал лауреат Государственной премии КБР В. Вороков. На открытках были представлены фотографии красивейших уголков республики. Важно подчеркнуть, что содержание подобных изданий было, как правило, идеологически ориентировано не только на презентацию красот и достижений региона, но и на утверждение идеи единства всех территорий страны и всех советских народов.

Как и во многих других случаях, на первой странице обложки этого набора открыток представлена панорама столицы республики — города Нальчика — и монумент «Навеки с Россией». В сопровождающем тексте, как и во всем этом наборе открыток, можно видеть прекрасный образец важных брендовых характеристик региона, включающий в себя и его географические ориентиры (*всего 12 тысяч километров занимает моя земля, раскинувшаяся между Терекком и Эльбрусом — высочайшей вершиной Европы*), и имена известных людей, связанных с этим краем (*земля, воспетая Пушкиным, Грибоедовым, Лермонтовым, Л. Толстым*), и идею о долгом историческом пути народа, живущего на этой территории (*Агубековское поселение, открытое археологами вблизи Нальчика, которое насчитывает шесть тысячелетий*), элементы традиционной и самобытной материальной и духовной культуры местных жителей (*боевые башни, монастыри-пещеры, песня, без которой никогда не приводили невесту в дом, стихи Кайсына Кулиева*), а также современные достижения процветавшей в ряду советских регионов Кабардино-Балкарии. *«И все это — моя Родина, — говорит автор, добавляя при этом, — важно, чтобы каждый из нас мог сказать: “Я не только кабардинец или балкарец, не только сын гор, но и сын нашей великой Родины”».*

В постсоветский период, особенно в 1990-е годы и в начале 2000-х, издание открыток с видами городов и селений в нашей стране заметно сократилось. Об этом мы могли судить по нашим личным наблюдениям во время служебных поездок в такие российские города, как Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Сургут и другие. Даже в центральных почтовых отделениях этих довольно

¹ Этот набор открыток был издан в Москве в издательстве «Планета» в 1986 г.

крупных городов невозможно было приобрести открытки с видами города, чтобы по традиции отправить их своим близким в качестве сувенира. Хотя необходимо отметить, что Москва и Петербург даже в те тяжелые времена не прекращали популяризировать себя и с помощью наборов маленьких красочных открыток.

В настоящее время опять наблюдается заметный издательско-просветительский подъем, в котором определенное место отводится и публикации видовых портретов городов и других территорий с их брендowymi характеристиками — природными и архитектурными памятниками, культовыми учреждениями и культурно-историческими и туристическими достопримечательностями.

Примерно те же природные и историко-культурные мотивы можно видеть и в постсоветских **официально-парадных альбомах и буклетах**, представляющих образ-портрет конкретного региона¹. Такие прекрасно иллюстрированные альбомы обычно предназначаются для подарков гостям региона, приезжающим сюда в составе делегаций. Парадные альбомы — это обычно большие книги с обилием красочных глянцевых иллюстраций, с портретами руководящих и других известных лиц региона, с великолепными снимками красивых уголков, архитектурных памятников, музеев и театров, образовательных учреждений, танцевальных и песенных ансамблей, предметов народных промыслов. В этих изданиях зафиксирована хотя и глянцевая, но все же реальность, также дающая определенное представление о нынешней России и ее территориях. Важно подчеркнуть, что это один из примеров того, как можно ярко представить любую территорию с ее своеобразием и уникальными особенностями.

Песни — носитель брендовой информации

Обращаясь к песенному творчеству, иллюстрирующему общее пространство России и его отдельные места и территории, нельзя не сказать о работах наших отечественных фольклористов и географов, посвященных «географическим песням»². Так называются фольклорные тексты с ярко выраженным пространственным компонентом³. Исследование географических песен началось на Западе (в Германии) еще в XIX веке, а затем, в начале XX века, этим жанром заинтересовались и российские исследователи. Позднее по разным причинам интерес к ним временно ослаб и возобновился лишь в 1960-х годах.

¹ О презентационных альбомах субъектов страны можно судить по некоторым их примерам: Якутия, Удмуртия, Оренбуржье и др.

² См., например: *Калуцков В.Н. Ландшафт в культурной географии*. М.: Новый хронограф, 2008.

³ Там же. С. 242.

Географические песни — это одна из наглядных, ярких и эмоциональных форм брендинга территорий. Они всегда связаны с определенным местом — со страной, краем, городом, деревней, с сообществом людей, проживающих в них. Эти песни обычно включают топонимы, этнонимы, антропонимы, в них содержатся описания и даже оценки конкретных мест. Поэтому они становятся еще более значимыми составляющими при стихийном и направленном формировании брендов. В этих песнях сочетается реальное физическое пространство и его образное восприятие авторами песни. Упомянув об интересных наблюдениях наших коллег — географов и фольклористов, — мы укажем и наши работы об исследовании русских и советских «географических» песен на рубеже 80—90-х годов XX века¹. Но мы тогда рассматривали не столько фольклорные (хотя и их тоже), сколько профессиональные песенные произведения, звучавшие в 30—90-е годы по московскому радио, в кинофильмах, на многочисленных в то время парадных и праздничных концертах и в обычных домах и семьях.

С помощью этих музыкально-поэтических произведений, а среди них были романтические, лирические, патриотические и профессиональные (например, песни о геологах, о космонавтах, о водителях), формировались в обществе позитивные представления о нашей стране — большой, сильной, могущественной. Одним из ярких примеров такого направленного формирования образа целой страны стала известная всем патриотическая песня «*Широка страна моя родная, много в ней лесов, полей и рек*». Отраженная в этом произведении идея о бескрайних просторах и огромных богатствах нашей страны издавна культивировалась и распространялась в общественном пространстве как большая ценность для всех ее жителей. Об огромных просторах России рассказывали и такие известные еще в XIX веке ямщицкие произведения, как *Степь да степь кругом, путь далек лежит...* Или детские песни, уже профессионально подготовленные и часто исполнявшиеся по радио в 50—70-х годах XX века, например из кинофильма «Чук и Гек»: «*Мы в поезде ехали долго, навстречу тянулись поля. Мы видели горы, мелькали озера — и все это наша земля...*» — и многие другие.

Портрет-образ страны в отечественных песнях предстает и глобальным, и локальным. Формируя образ страны-родины, поэты-песенники романтизировали и поэтизировали не только конкретные и известные всем регионы и города, но создавали идеалистические образы абстрактных пространств, описывали прелестные обобщенные места и местечки, куда слушателю сразу хотелось прийти и отдохнуть:

¹ Подробнее об этом см.: Дробижеева Л.М., Малькова В.К. Штрихи национального самосознания русского народа // Русские. Этносоциологические опыты. М.: Наука, 1992.

*Как пойду я на быстрюю речку,
Сяду я на крутой бережок,
Посмотрю на родную сторонку,
На зеленый приветный лужок...
Эх ты русское наше приволье!
Края нет — все поля и луга,
Ты широкое наше раздолье,
Ты родимая наша земля...*

В немалой степени именно с помощью песен — фольклорных и профессиональных — формировались массовые представления о единстве страны, о ее могуществе и достижениях, о ее людях и их патриотических свершениях. Причем хотя в песнях иногда упоминались и романтизировались локальные уголки и места, но на их примере зачастую подчеркивалась идея целостности, идея единства страны, где каждый уголок — это общая ценность для всех ее жителей. Такие информационные технологии (называвшиеся в те времена «пропагандой»), безусловно, способствовали формированию общегосударственной идентичности. В ряду общественных ценностей немаловажное место авторы песен советского периода (как и в прежние времена) отводили природе. Природа огромной страны и в песнях разная — то спокойная и красивая, то бурная и суровая. В одних случаях это — *долины ровные или зеленый, приветный лужок*, в других — *ветер, буря, гром гремит*, в третьих — *ветер поет тоскливо, метель так и воет, и пляшет... И мороз ходит под тулупом*, а затем на морозе и вовсе замерзает даже выдавший виды ямщик.

В песенном творчестве советских, а теперь и российских народов отражаются и другие пространственные явления или характеристики места, в первую очередь — природные достопримечательности. Это *реки, озера, леса, это степи и долины, взгорья, холмы и горы*. Иногда эти названия широко известны, как, например, многочисленные песни о Волге и ее роли в жизни волжан и всей страны или песни о Байкале, Днепре, Доне и Дунае, о Черном море. Но нередко это были песенные произведения и о небольших безымянных таежных или горных речках, с теплотой упоминавшихся в так называемых туристических или «авторских» песнях. Именно они с 60-х годов XX века сыграли немалую роль в формировании массовых представлений людей об облике нашей страны. С их помощью слушатели переносились и в горный Домбай, и в маленький таежный поселок, и в суровую тундру (*Увезу тебя я в тундру...*). В массовых представлениях уживались и упоминаемые в песнях *дикие степи Забайкалья, и берег Иртыша, и тихий батюшка-Дон, и Волга-мать родная, и курганы темные, солнцем опаленные...* Все эти и другие характеристики мест направленно воспевались в песнях как большая ценность для жителей страны. *Ровное поле, родные поля и луга,*

нива хлебородная, высокие хлеба, зеленая дубравушка, кудрявая береза, тонкая рябина, высокий дуб развесистый — эти явления, приметы и признаки мест также служат определенными поэтическими символами, эмоционально объединяющими и скрепляющими население в единую общность.

Можно утверждать, что популярная в народе песня, содержащая и несущая в массовое сознание определенные идеи, ценности и представления о территории, регионе, городе или деревне, действительно может стать не только важным идеологическим, но и маркетинговым инструментом, брендом конкретной территории. С ее помощью можно привлечь общественное внимание к определенному месту, выделить его среди других, показать его явные преимущества, заставить людей запомнить их, а порой — и завлечь их туда, чтобы увидеть все услышанное своими глазами. Лирическое описание в песнях флоры и фауны, ландшафта и климата конкретной или абстрактной территории действительно выполняет функцию брендовой информации.

«Географическая» песня широко использовалась в пропаганде советского периода, причем не только как актуальный патриотический символ, как важный эмоциональный и этнообъединяющий фактор. Ее социальное и политическое значение в тот период было гораздо шире, чем просто информирование населения о необъятных просторах страны (хотя и это было очень важной политической задачей). Но кроме географического просвещения **песня во многом стала политико-мобилизующим фактором** (брендом), помогающим преобразованию страны и ее регионов. Вспомним, например, песни 30-х, а затем 50—70-х годов XX века о строительстве Комсомольска-на-Амуре, Днепрогэса, а позднее — песни о целине («*Ой, вы степи оренбургские! Необъятная целина!..*»), о строительстве Братской и других сибирских ГЭС, БАМа, о небольших таежных речках, где живут сильные и мужественные люди (геологи, летчики, строители дорог, нефтяники).

Эти произведения, безусловно, выполняли роль брендов регионов. Они вдохновляли молодежь на присоединение к большому, общему государственному делу — освоению новых, незнакомых мест и территорий Сибири, Севера, Оренбургских степей и других мест: «*Вьется дорога длинная... Здравствуй, земля целинная! Здравствуй, простор широкий! Весну и молодость встречай мою!*»... И молодежь, воодушевленная и вдохновленная, в том числе и песнями (а в них нередко среди прочего упоминались и новые дома, и косвенно говорилось о возможности построить семью, и о новой технике, которая уже подготовлена для приезжих: «*Ты ко мне приедешь раннею весною молодой хозяйкой прямо в новый дом... На седом рассвете, ровной целиною трактора мы вместе рядом поведем...*» — массово, добровольно, а иногда и не очень добровольно молодежь ехала осваивать новые места, строить новые города и новую жизнь. Поэтому целенаправленно созданные идеологами песни, широко

распространяемые в общественном пространстве, и в самом деле можно рассматривать как одну из важных форм брендов территорий, как один из важных механизмов привлечения и туристов, и трудовых резервов, а за ними — инвесторов в необходимое работодателям место.

Но не только портрет страны был опоэтизирован в народных и профессиональных песнях. Известны многочисленные песенные произведения и о конкретных городах страны с их главными достопримечательностями. Конечно же, прежде всего это песни о столице, где непременно упоминаются ее достопримечательности: *«Я люблю подмосковные рощи и мосты над твоею рекой, я люблю твою Красную площадь и кремлевских курантов бой...»*; *«Москва — звонят колокола. Москва — золотые купола. Москва — по золоту икон проходит летопись времен...»* Много песен написано и пропето о других российских городах — больших и малых, с кратким их описанием: *«Город над вольной Невой, город нашей славы трудовой, слушай, Ленинград, я тебе спою...»* В свое время были широко известны многочисленные песни (вальсы и гимны) о Киеве, Одессе, Севастополе, Новороссийске, Сталинграде, Самаре, Вологде, песни о городских поселках и деревнях (например, «Манжерок»). И, конечно, в песнях рассказывалось не только о характерных приметах конкретных населенных пунктов, о местных памятных местах, но упоминалось и о героических событиях и романтических историях, происходивших в этих местах. Нередко говорилось об их жителях и даже порой — об их житейских проблемах: *«Подмосковный городок, липы желтые в рядок, подпеваает электричкам ткацкой фабрики гудок... Городок наш ничего, население таково: незамужние ткачихи составляют большинство»*. Или: *«На Волге широкой, на стрелке далекой гудками кого-то зовет пароход, под городом Горьким, где нежные зорьки, в рабочем поселке подруга живет...»*

Мы также хотим обратить внимание не только на создаваемые в песнях образы — песенные бренды территории целой страны, ее отдельных городов и селений, но и на территории российских республик. Их описание с разнообразными характеристиками и приметами довольно концентрированно и, конечно, идеологически целенаправленно, представлено в их современных **республиканских гимнах**. Мы уже писали о них подробно, но в другом ракурсе¹. Взглянем на эти описания с точки зрения ценностей и характеристик, выделенных самими республиканскими идеологами, и посмотрим, как можно использовать их для формирования историко-культурного бренда республики.

Прежде всего отметим, что традиционно в гимнах, этих официальных и торжественных песнях, эмоционально насыщенных, славится республика, ее зем-

¹ Малькова В.К. Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая... С. 120–123.

ля и ее народ. Вполне понятно, что **тексты гимнов специально направлены на формирование и поддержание чувства патриотизма, чувства уважения к истории своего края, на то, чтобы вызывать гордость своей республикой, ее красотами и ее достижениями.** Подчеркнем, что и данным в случае территория республики и местная природная среда с ее особенностями является важнейшей составной частью опозитизированных характеристик субъекта РФ и воспеваются идеологами как их важнейшая коллективная ценность.

Авторы текстов, описывая свой край, непременно упоминают и поэтизируют основные брендовые характеристики своей территории: местный ландшафт, флору и фауну. В современных республиканских гимнах поэтизируются следующие приметы места: *моя земля, тайга, озера, степи, брусничный дух, черемухи дыханье, лилового багульника настой, святая вода Байкала* (Бурятия); *глубокие снега, холодные ветра, высокая тайга, наша многовековая история*¹ (Коми); *снега Эльбруса, Кубань-река, степи и горы* (Карачаево-Черкесия); *Древняя земля, горы* (Северная Осетия); *Река Лена, алмазная радуга* (Якутия); *просторы, равнины, широкие леса и поля, журавли... Кама и Волга, любимый край* (Удмуртия); *озера и тайга, родная земля, сопки* (Карелия)... И основная идея «*краше тебя нет на свете земли*», озвученная при описании родной природы в гимне Удмуртии, относится ко всем другим республикам. Из этой идеи вытекает и другая мысль, также звучащая в текстах гимнов: «Родина — это святая ценность, которую не любить нельзя», и эта родина — «наша республика»: *Родная сторона, любимая Бурятия моя / Край родной — Карелия, древняя, мудрая земля / Башкортостан — Отчизна дорогая, ты для нас — священная земля*². Красоты природы родного края, их описание и поэтизация — это не только важный эмоционально-идеологический фактор при формировании этнорегиональной идентичности и местного патриотизма. Это еще и важная составляющая историко-культурного образа-бренда каждой конкретной республики: глубокая история народов (и территорий), их нравственные и другие этнопсихологические характеристики, их традиции и обычаи, их жизненный опыт и национальный образ жизни, оригинальная материальная культура, их святыни и сакральные места, их герои и их земля. Таким образом, гимны, восхваляя свою землю, историю и свой народ, реально выполняют функцию историко-культурных брендов.

¹ Гимн Республики Коми. Слова (на русском языке) А. Шергиной и А. Суворова // Официальный портал Республики Коми. URL: <http://rkomu.ru/>

² Попутно отметим, что мы не упоминаем многие другие ценности, акцентируемые в республиканских гимнах. Но отметим, что они там присутствуют, и так же, как территория и узнаваемые для местных жителей природные условия, поддерживают национальные чувства и национальную гордость жителей республик.

Важно отметить, что, напоминая о своей давней истории, подчеркивая, что корни народа уходят в глубокую древность, но вместе с тем не акцентируя в гимнах свою нынешнюю республиканскую государственность, авторы слов воспевают миролюбие, дружбу народов и идею единства республики с Россией: *С Россией мы едины* (Башкирия); *Отчизна, братские языки*, (Карачаево-Черкесия); *Ты – жемчужина России, мирное небо, добрая судьба* (Карачаево-Черкесия)¹; *Краса и гордость России ты всей* (Якутия); *В горе и славе с Россией всегда* (Удмуртия).

И, наконец, в текстах гимнов важна и эмоциональная окраска – восклицания, своеобразные мобилизующие призывы и пожелания:

Славься, наш Башкортостан!.. И всегда процветай! / Будь счастлива, родная сторона! (Бурятия) / Коми-край, твоя судьба благодатна и светла! / Древней родиной горжусь я... / Мои корни и опора, Карачаево-Черкесия моя! / Добро, счастье, грядущие победы... Цвети и крепни, родная земля! Расти и славься, Якутия!² / Ты – Удмуртия моя! Да хранит Господь тебя.

Эти призывы и пожелания добра своей республике (своему родному краю) в гимнах российских республик можно рассматривать как еще одну из форм этнополитического бренда субъектов РФ. И они наверняка оказывают сильное эмоционально-мобилизующее воздействие на присутствующих при их исполнении людей и на все население республик. Но для нашей темы – особенности формирования брендов территорий и мест – этот прием важен тем, что эмоциональная сторона, связанная с прошлым, настоящим и будущим народов, населяющих любую территорию, также должна быть безусловной и важной составляющей этнокультурных брендов.

Лирическая вставка от авторов

Один из авторов этой статьи родился и провел свое детство в маленьком уральском городке Нижние Серги, который был основан одним из Демидовых как металлургический завод. До сих пор этот завод с плотиной и прудом составляют центр города, расположенного в долине, окруженной горами (рис. 6, 7).

¹ Государственный гимн Карачаево-Черкесской Республики. Слова Ю. Созарукова // Официальный сайт Главы и Правительства Карачаево-Черкесской Республики. URL: <http://www.kchr.info/>

² Государственный гимн Республики Саха (Якутия). Слова С. Тарсова и М. Тимофеева // Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия). URL: <http://sakha.gov.ru/>

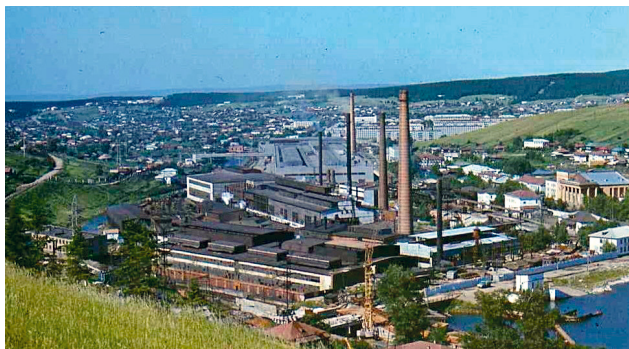


Рис. 6. «Уральская Швейцария» — называют это место многие жители Свердловской области



Рис. 7. Въездная стела в город Нижние Серги

Опознавательным знаком в гербе города стал лось и мартеповский ковш, из которого разливают жидкий металл по формам-болванкам (рис. 8).



Рис. 8. Изображение городских символов на стене дома

Почему ковш — это понятно. И сталевар с ковшом изображен на фасаде самого парадного здания города — Дома металлургов. Но почему лось — так никто и не может сказать. В окрестностях они не водятся, но в прошлом, возможно, и водились. А может быть — это продолжение художественной фантазии авторов, создававших опознавательный знак для этого поселения (рис. 9).

Дело в том, что в советское время, вскоре после войны, на одной из скал в районе Нижне-Сергинского бальнеологического курорта была поставлена скульптура лося, и этот образ очень полюбился как жителям, так и тем, кто приезжал на курорт. Фотография «с лосем» была почти таким же ритуалом, как фотография на фоне Эйфелевой башни в Париже. В архиве автора, кстати, есть обе такие фотографии: одна сделана в детстве, другая лет пять тому назад во время очередной поездки в Париж.

У другого автора данной работы — свой город детства, который тоже имеет отличительные особенности. Это Дубна — сравнительно небольшой подмосковный городок, тем не менее известный во всем мире как наукоград, один из центров ядерных исследований (рис. 10).



Рис. 9. Герб города Нижние Серги

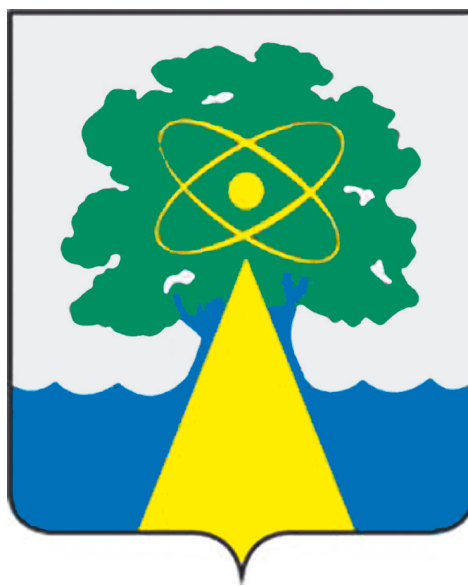


Рис. 10. Герб города Дубна

Город расположен на самом севере Московской области, на берегах Волги, Московского моря и живописной речки под названием Дубна. Именно здесь канал имени Москвы, драматичное строительство которого в 30-х годах XX века положило начало возникновению новой Дубны, соединяет Волгу с рекой

Москвой. Живописная местная природа, отраженная и на гербе города в виде могучего дуба над водой, является не только гордостью жителей Дубны, но притягивает сюда массы рыбаков, грибников и туристов из Москвы и других областей России (рис. 11).



Рис. 11. Вид Дубны с высоты птичьего полета¹

Именно здесь в свое время были воздвигнуты огромные монументы Ленину и Сталину. И хотя последний из них в 50-е годы был разрушен (жители города до сих пор с сожалением вспоминают, как это происходило), памятник Ленину и сейчас остается важной достопримечательностью для горожан и туристов, проплывающих по Волге мимо него на теплоходах. Сюда, в красивую парковую зону вокруг памятника, традиционно приходят выпускники школ Дубны в день последнего звонка, приезжают из загсов молодожены, заходят гуляющие. И также фотографируются у этого монумента, как и в Нижних Сергах у лося. «Давай заедем к Ленину» — фраза, знакомая многим дубненцам... (рис. 12).

Но все же не только этим гордятся дубненцы. Дубна — это город науки, здесь работает всемирно известный научный центр — Объединенный институт ядерных исследований (ОИЯИ). Поэтому одной из главных брендовых характеристик города, также отраженных в его символике, является изображение орбит атомных частиц, летающих вокруг ядра. Кроме ОИЯИ градообразующими предприятиями города являются также и Дубненский машиностроительный завод, и Государственное машиностроительное конструкторское бюро «Радуга», и Приборостроительный завод «Тензор», и НИИ «Атолл», и ряд других предприятий.

¹ Этот оригинальный снимок Дубны взят из интернет-сайта <http://s57.radikal.ru/>



Рис. 12. Памятник Ленину в Дубне

Своеобразным брендом города является и въездная композиция на границе города. Она недвусмысленно отражает его разнонаправленное динамичное развитие (рис. 13).



Рис. 13. Въездная стела в Дубне

В данной работе мы затронули лишь несколько характеристик, способных составить комплекс историко-культурных брендов территорий и мест и привлечь к ним всеобщий интерес. На самом деле их много. Оставляя пока в стороне экономическую жизнь регионов, подчеркнем, что информация для формирования брендов может быть связана не только с природными условиями, но с людьми, населяющими конкретную территорию или живущими в определенном месте, с их деятельностью и с их этнокультурными ценностями и особенностями. Это, в частности, интересный для самих местных жителей и для туристического бизнеса общий образ, или «дух места», вся его неповторимая этнографическая экзотика, частично ушедшая в прошлое, но остановленная и возрождающаяся в наши дни. Она все еще сохраняется в реальной жизни, в инсценировках во время национальных праздников и семейно-бытовых обрядов, в фольклоре, в народных и профессиональных ансамблях, в народных промыслах и в музейных практиках. Для создания брендов территорий, регионов и мест могут использоваться также и особенности культурно-исторических памятников, например таких как древние сакральные комплексы, оберегаемые и почитаемые местными жителями, так и вновь создаваемые уже в наше время.

3. ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ОБРАЗОВ

В.Н. Калуцков

Применительно к рассматриваемой проблематике в географической науке можно выделить три основных подхода — картографический, гуманитарно-географический и культурно-ландшафтный. Каждый из данных подходов обладает определенной спецификой, методическим своеобразием, собственным исследовательским стилем.

Картографический подход и историко-культурные образы территории

Картографический подход к созданию историко-культурных образов относится к наиболее устоявшимся и продуктивным. Карта как «картина мира» несла и несет на себе не только объективную информацию об окружающем мире, но всегда передает его образ, даже если автор карты специально к этому не стремился. «Объективно» отражая окружающий мир, любая карта характеризует уровень развития научных знаний, господствующие в обществе мировоззренческие установки и даже стили художественного творчества, тем самым демонстрируя меру объективности отражения мира. «Карты являются чутким индикатором изменяющейся мысли человека, и редкие из его произведений служат таким великолепным зеркалом культуры и цивилизаций»¹. Значит, любая географическая карта является одновременно и ментальной картой, картой общественного сознания, «рассказывая» об общественно-культурной ситуации времени своего создания. Кстати, именно такой гуманитарный взгляд на карту позволил академику Б.А. Рыбакову (не картографу) определить точную датировку, проанализировать и выполнить историко-политическую интерпретацию первой карты русского государства — Чертежа Московских земель 1497 г.²

Географические карты обладают огромным образопорождающим потенциалом. Но этот потенциал на разных этапах развития картографии реализовывался по-разному. Образопорождающий потенциал старых карт усиливался

¹ *Thrower N.I.W.* Maps and man: An examination of cartography in relation to culture and civilization. Englewood Cliffs, 1972. P. 1.

² *Рыбаков Б.А.* Русские карты Московии XV — начала XVI века. М.: Искусство, 1974. 111 с.

в результате применения различных художественных приемов, в процессе изображения различных фантастических существ, непохожих народов, непривычной природы. Тем самым «чтение карты», являясь для картографа профессиональным способом извлечения информации, для непрофессионала превращалось в увлекательное путешествие по реальным и несуществующим странам и городам, пользуясь современной терминологией, развивая его **географическое воображение**.

Одним из примеров старых карт, порождающих множественные историко-культурные образы, является Космография начала XVIII века (рис. 1). При анализе данной карты особый интерес представляет механизм этномифологического центрирования пространства, суть которого заключается в соотношении «знаемых» (центральных для данной культуры) и «незнаемых», как правило, пограничных или периферийных земель. Он проявляется в региональной мифологии, топонимии и в особой этнокультурной организации окружающего пространства¹. В любой культуре *terra incognita* (земля неизвестная) расположена всегда на периферии освоенного человеческим сообществом мира и является источником порождения пространственных мифов.

Рассматриваемая космография отражает состояние знаний о мире и, что для нашего исследования особенно важно, представляет собой ментальную карту русского общества того времени. Карта центрирована, центром мира в ней выступает Иерусалим. Для изображенных на карте центральных земель (это земли России, Ближнего Востока, Европы) характерны точные и реалистичные, в соответствии с уровнем развития науки, описания. Напротив, северные и другие, расположенные на периферии карты, регионы мира «обречены» быть мифологичными. Для них преобладают характеристики типа «царство конское...» или «остров... живут на нем люди, главы у них видом песьи» (рис. 1). Эти мифы порождают мощные пространственные образы периферийных территорий, гораздо более сильные, чем «формальные» описания стран, расположенных в центре карты, напоминая о важной роли мифологии в создании образов стран и регионов.

Отдельная тема, обладающая большим образным потенциалом, — картографическая культура народов мира. С позиции традиционной картографии эти народные (этнические) протокарты охватывают огромный пласт культуры, включая символические карты «примитивных» народов, или карты-символы, выполненные на разном природном материале (береста, кожа, камень, кость, раковина и т. д.), а также пейзажные карты «цивилизованных» народов, сочетающие пространственное изображение с пейзажными зарисовками культурного ландшафта.

¹ Культурный ландшафт Русского Севера: Пинежье, Поморье / В.Н. Калущков, А.А. Иванова, Ю.А. Давыдова и др. М.: Изд-во ФБМК, 1998. 136 с.



1. «Остров соловецкой на нем монастырь...»
2. «Полнощть земля темная...»
3. «Царство козское...»
4. «Горы великия стеклянныя... Живут горбатые змеи великия...»
5. «Земля... люди в ней ходят наги...»
6. «...остров макарийский... птицы райския...»
7. «Остров... живут на нем люди главы у них видом песьи...»
8. «Остров... на нем живут люди власы у них имеют видом лбовы»
9. «Остров... живут на нем змии лица девичьи... змееви крылате а зовимы василиски...»

Рис. 1. Периферийное расположение «чудесных стран» на космографии XVIII века¹

В конце XIX — начале XX веков в ситуации становления национальных государств карта начала использоваться для создания вполне определенных историко-культурных образов стран, в первую очередь стран Европы (рис. 2–5). Основанием для такого образного моделирования служили контуры государств, изображенных на политических картах, и вызванные ими пространственные ассоциации и фантазии историко-культурного, природного и политического характера. Но контур государства — еще не образ, образ рождается в результате игры воображения, «наполняющего» этот контур.

Во многих примерах художественно-картографических образов «прочитывается» шаржированность и политическая ангажированность этих стран. Использование карт для создания на их основе художественно-картографических произведений свидетельствует также об определенной картографической грамотности общества.

¹ Культурный ландшафт Русского Севера: Пинежье, Поморье / В.Н. Калущков, А.А. Иванова, Ю.А. Давыдова и др. М.: Изд-во ФБМК, 1998. 136 с.

Одним из замечательных примеров образных художественно-картографических произведений того времени служит коллекция изображений стран Европы, изданная в виде атласа¹. Эти изображения содержат и точные этнографические сведения, и мифологические представления, и актуальные политические реалии. Картографические контуры государств порождали у автора определенные образные ассоциации, как визуальные, так и поэтические. Важным моментом в таком образном изображении стран явилось центрирование их культурно-географического, или историко-культурного образа страны на саму себя. Страна прорисована как центр мира, указаны ее соседи, знаковые географические и историко-культурные объекты. Важную роль играет местная — значимая страновая — топонимия.

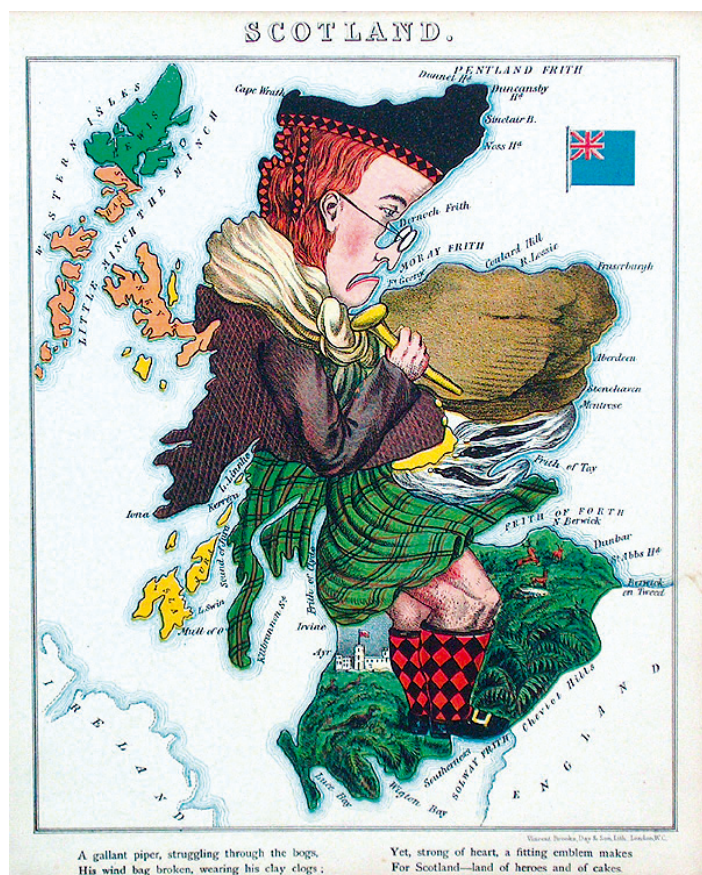


Рис. 2. Художественно-картографический образ Шотландии²

¹ Harvey W. Geographical Fun: Being Humourous Outlines of Various Countries. London: Hodder and Stoughton, 1869 (<http://www.themaphouse.com/specialistcat/aleph/aleph.html>).

² Там же.

Так, образ консервативной Шотландии решен, хотя и с явной ироничностью («тетушка-непогодушка»), но зато с точными историческими, этнокультурными и природными деталями — точные детали национальной одежды, волынка, замки, охотничьи угодья и т. д. (рис. 2).

Образ Италии, напротив, решен на злобу дня, политически. Грозный карбонарий (Италия после многовековой раздробленности состоялась как единое государство) занес палку над римским папой, «упакованным» в острова Корсика и Сардиния. В другой руке он сжимает перчатку с надписью «Свобода». Но, несмотря на политизированность образа страны, карта отражает ставшее благодаря картографии традиционным пространственное представление об итальянском сапоге (рис. 3).



Рис. 3. Художественно-картографический образ Италии¹

¹ Harvey W. Geographical Fun...

Образ России (рис. 4) решен традиционно, с опорой на расхожее представление о «русском медведе». С другой стороны, автор явно с долей юмора обыгрывает герб страны — двуглавого орла. И потому в компанию к медведю пририсован русский царь в костюме восточного султана, при этом медведь смотрит на запад, а «султан» — на восток. Миф о неисчерпаемых богатствах России подчеркивают реалистические характеристики некоторых русских городов и мест с надписями «золотые и медные рудники», «золото» и т. п. Примечательно, что граница России проведена по формальной границе Европы с Азией. Тем самым автор этой художественной карты явно упростил себе задачу.

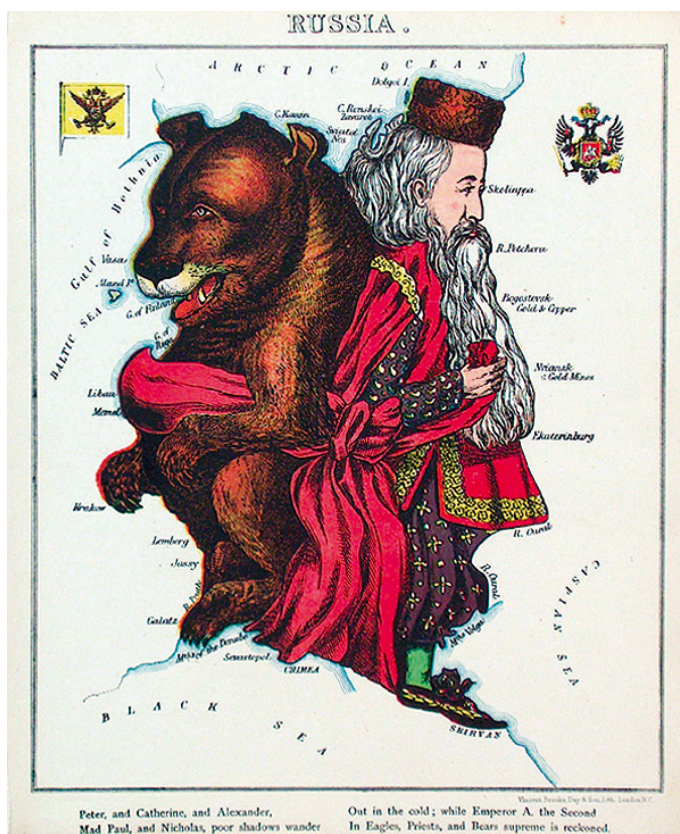


Рис. 4. Художественно-картографический образ России¹

Политическими пристрастиями наполнена образная карта Европы, составленная в конфликтном 1870 году². Англия в облике злобной ведьмы,

¹ Harvey W. Geographical Fun...

² First the cartoon, then the war / Strangemaps, 2007, 12, 23, № 227. URL: <http://strangemaps.wordpress.com/2007/12/23/227>

готовая нанести удар Франция, развалившийся вояка – Пруссия, и огромный страшный карлик с выпученными глазами и почему-то с корзиной за плечами (вероятно, фантазии художника хватило только на этот предмет) – Россия (рис. 5). Карта отражает сложную военно-политическую ситуацию того времени, а изображения стран представляют собой предтечу политической сатиры XX века, сатиры, опирающейся на картографические образы.

Вплоть до середины XIX века любая географическая карта являлась источником историко-культурной, этнографической информации. С быстрым развитием естественных наук, военного дела (и военной картографии) требования математической точности изображаемых земных объектов стали превалирующими, а пейзажные зарисовки и художественные изображения географических объектов были окончательно заменены на систему условных знаков. «Географическая карта представляет собой уменьшенное, математически определенное, обобщенное образно-знаковое изображение земной поверхности на плоскости»¹. Но даже и в новых исторических условиях, как видно из определения, карта сохраняет образную составляющую.

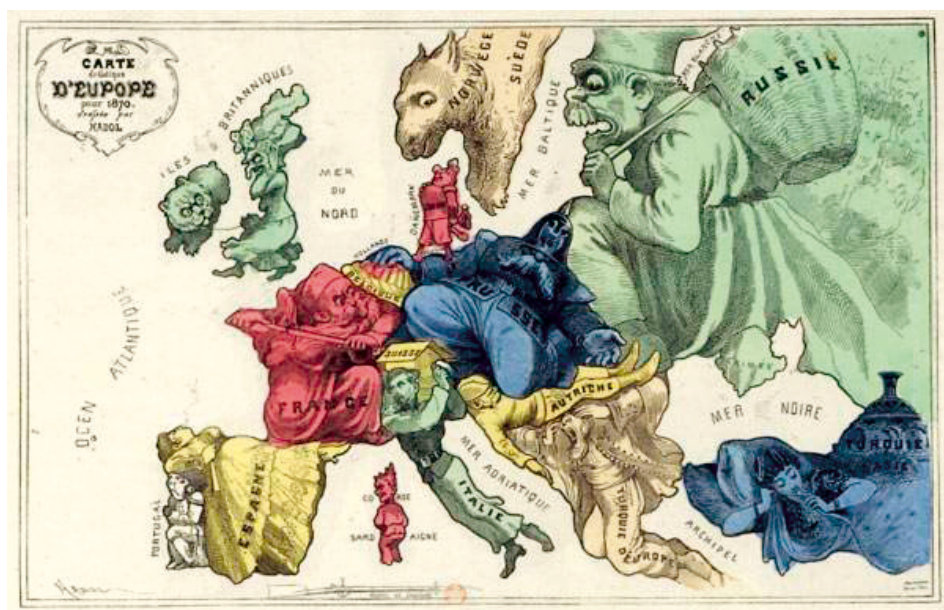


Рис. 5. Образная карта Европы 1870 года²

¹ Салищев К.А. Картоведение. Учебник. М., 1976. С. 8.

² First the cartoon, then the war...

Вместе с тем образность карт стала «плоской», эстетической и за исключением специальных тематических карт, как правило, лишенной историко-культурного и этнокультурного содержания. Это связано как с объективным процессом специализации науки, так и со специфическим для России (СССР), инициированным сверху процессом дегуманизации географии и резким усилением ее природного (натуралистического) начала. Картография советского периода в своих методологических построениях была ориентирована прежде всего на физическую географию¹.

Новые технические возможности картографии привнесли компьютерные технологии. Создана новая наука, изучающая общие свойства всех пространственных изображений, карт, электронных карт, космических снимков, компьютерных анимаций, трехмерных моделей — геоиконика². В рамках этой науки развивается теория графических и картографических образов. Под графическим образом понимается «...структура, которая отображает реальную или абстрактную геоструктуру (геосистему), являющуюся ее прообразом»³. Иначе говоря, контур на карте должен отражать какой-то контур на местности — город, озеро, лесной массив и т. п. Картографический образ трактуется как «пространственная знаковая комбинация (композиция), воспринимаемая читателем или читающим устройством»⁴. К примеру, два картографических знака на карте, изображающих населенные пункты, порождают у читателя (карты!) представления об их взаимном расположении, расстоянии между ними, положении относительно географических координат. Представленные определения графических и картографических образов подчеркивают сильное воздействие физической географии на теорию современной картографии.

Наряду с геоиконикой для решения задач образного моделирования значительный интерес представляет другое картографическое направление — **анаморфическое картографирование**. Сущностное определение анаморфозы, определение, актуальное и для современных компьютерных технологий, дал В.И. Даль. Анаморфоза, или безобразя (так у В.И. Даля), — безобразная (а значит и безобразная. — В.К.), но правильно искаженная картина, принимающая в граненом или гнутом стекле свой вид⁵. Гениальность автора проявилась не только в гуманитарной сфере, но и в современной картографии: именно на таких принципах построена одна из методик получения пространственных

¹ Салищев К.А. Картоведение. Учебник. М., 1976. С. 8.

² Берлянд А.М. Геоиконика. М.: Астрей, 1996. 208 с.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1956. Т. 1. С. 15.

анаморфоз¹. Если в геониконике моделирование картографических образов идет в направлении усложнения визуально воспринимаемых изображений Земли (с помощью компьютерных моделей создаются двухмерные, трехмерные, четырехмерные и т. п. модели), то анаморфическое картографирование работает с пространством и реально его трансформирует.

Простейший пример анаморфированного изображения, которое ежедневно видят жители мегаполисов, представляет собой схема метро, на которой главный объект — пространственные отношения (между станциями метро), а физический контур города не связан с его изображением на традиционной географической карте — он трансформирован в соответствии со структурой и конфигурацией сети метро.

Замечательный пример картографической анаморфозы — это анаморфозы, порождающие многочисленные образные ассоциации — представленность («вес») российских регионов в Интернете (рис. 6). Рисунок хорошо демонстрирует московоцентричность интернет-ссылок: действительно, Москва — явный лидер среди регионов страны. Но — параллельно и неожиданно — рождается пространственный образ России как снежного кома, который закручивается вокруг ее властного, историко-культурного и информационного центра — Москвы².

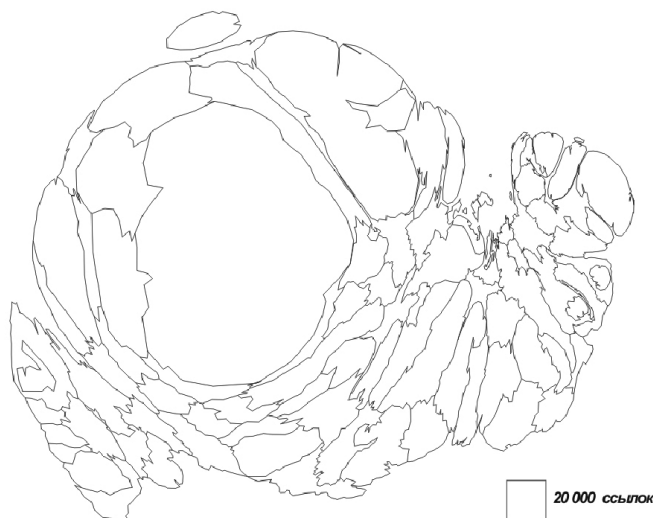


Рис. 6. Представленность российских регионов в Интернете³

¹ Гусейн-Заде С.Д., Тикунов В.С. Анаморфозы: что это такое? М.: Эдиториал УРСС, 1999. 168 с.

² Орешкина Д.Д., Тикунов В.С. Образ мира и России в Интернете // ГИС-Обзорение. 2001. № 2. С. 12–13.

³ Там же.

Другой пример хорошо демонстрирует повышенное внимание российских СМИ к отдельным регионам России и почти полное отсутствие в информационном поле других (рис. 7). Среди явных лидеров — субъекты РФ, расположенные на периферии страны, республики Кавказа, особенно Чечня, Дальний Восток, Калининградская область (исключение составляет Московская область). Субъектов Федерации Центральной, Южной и Северной России (Русского Севера) почти «не видно» на данной пространственно-анаморфированной карте. Вместе с тем созданный пространственно-информационный образ «оказывается» неполным: автор при составлении карты сознательно исключил сообщения в СМИ о двух субъектах РФ — Москве и Санкт-Петербурге. Иначе, как и в предыдущем случае, у читателя карты возник бы образ снежного кома, сверхцентрированного относительно двух столиц.

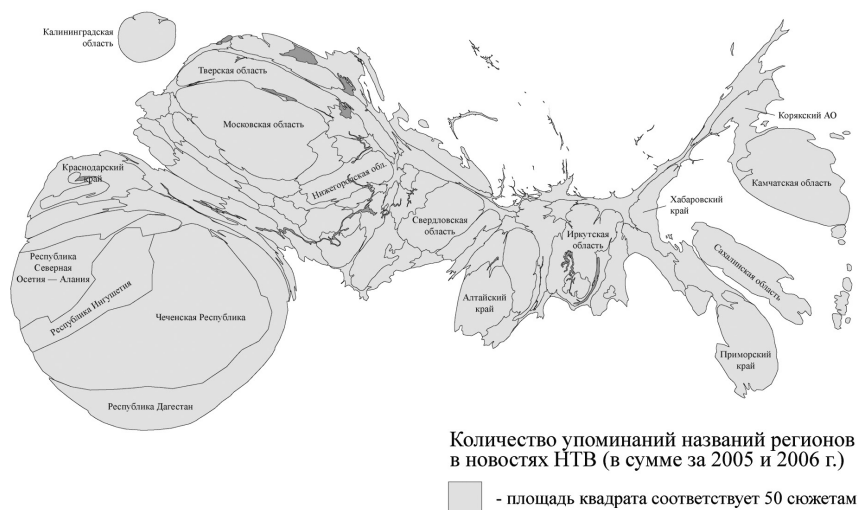


Рис. 7. Картографический образ регионов России в СМИ¹

Современная картография обладает поистине фантастическими техническими возможностями (от карт-рисунков до многомерных и пространственных моделей). Необходимы совместные разработки со специалистами в области культуры (культур-географами, этнологами, культурологами) для интерпретаций территории как феномена культуры, а тем более — как культурного пространства (пространств). Важно актуализировать старые художественно-картографические подходы в сочетании с возможностями

¹ Грибок М.В. Геоинформационный метод исследования образов регионов России в средствах массовой информации // Известия РАН. Серия географическая. 2009. № 3. С. 118–126.

компьютерных технологий. Одним из первых шагов в этом направлении стало издание Национального атласа России, том 4 «История, культура»¹.

Культурно-ландшафтный подход и разработка историко-культурных образов

Как и гуманитарно-географический, культурно-ландшафтный подход способствует процессам гуманизации географии, восстановлению утраченных в нашей стране позиций антропогеографии. После полувекового перерыва систематическая разработка проблематики культурного ландшафта в российской культурной географии активно осуществляется в 1990-е и 2000-е годы. В этот период формируется адекватный понятийно-терминологический аппарат, складываются разные подходы к культурному ландшафту, выстраивается система методов, проводятся полевые исследования культурных ландшафтов².

В настоящее время быстро развиваются новые ландшафтно-ориентированные дисциплины — ландшафтная эстетика и дизайн³, учение о культурном ландшафте как объекте наследия⁴, ландшафтное планирование⁵, исследования по этнокультурному ландшафтоведению⁶ и т. д. Весьма продуктивно применение

¹ Национальный атлас России. Том 4: «История, культура». М.: ПКО Картография, 2008.

² Веденин Ю.А. Очерки по географии искусства. М.: Институт Наследия, 1997. 224 с.; Каганский В.Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство: сборник статей. М.: НЛО, 2001. 576 с.; Каганский В.Л., Родоман Б.Б. Культура в ландшафте и ландшафт в культуре // Наука о культуре: итоги и перспективы (информационно-аналитический сборник). Вып. 3. М.: РГБ (Информкультура), 1995. С. 2–4; Калущков В.Н., Красовская Т.М. Представления о культурном ландшафте: от профессионального до мировоззренческого // Вестник Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2000. № 4. С. 3–6; Колбовский Е.Ю. Ландшафтоведение: учебное пособие для студентов высш. учебн. завед. М.: ИЦ «Академия», 2006. 480 с.; Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. 629 с.; Мягков С.М. Социальная экология: этнокультурные основы устойчивого развития. М.: НИИПИ экологии города, 2001. 190 с.; Рагулина М.В. Культурная география: теория, методы, региональный синтез. Иркутск: Изд-во Ин-та географии СО РАН, 2004. 171 с.; Туровский Р.Ф. Культурные ландшафты России. М.: Институт Наследия, 1998. 210 с.

³ Николаев В.А. Ландшафтоведение. Эстетика и дизайн ландшафта: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2003. 176 с.

⁴ Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Изв. РАН. Сер. геогр. 2001. № 1. С. 7–14.

⁵ Колбовский Е.Ю. Ландшафтоведение: учебное пособие для студентов высш. учебн. завед. М.: ИЦ «Академия», 2006. 480 с.

⁶ Калущков В.Н. Ландшафт в культурной географии. М.: Новый хронограф, 2008. 320 с.

ландшафтных методов в сфере социальной, политической, культурной и этнической географии¹.

В западной культурной географии ландшафтная концепция уже не одно десятилетие считается одной из самых востребованных и продуктивных. На концепции культурного ландшафта более полувека строит свои исследования берклийская школа культурной географии, основанная К. Зауэром². Среди многочисленных исследований культурных ландшафтов выделяются фундаментальные работы Дж.Б. Джексона, Д. Косгроува³. Культурно-ландшафтная тематика разрабатывается такими крупными географами, как И-Фу Туан, Дэвид Лоуэнталь, Поль Клаваль⁴.

Культурно-ландшафтная проблематика востребована в прикладных исследованиях. Во-первых, это сфера культурного и природного наследия⁵. Эффективность ландшафтного подхода в данном случае проявилась в формировании принципиально новых объектов наследия, сочетающих в себе уникальные природные и культурные свойства: так, в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО появилась новая категория — культурные ландшафты. В нашей стране в число первых номинантов попали Куршская коса и Соловецкий культурно-природный комплекс⁶.

¹ Колосов В., Мироненко Н. Геополитика и политическая география. Учебник для вузов. М.: Аспект-пресс, 2001; Ямсков А.Н. Этноэкологические исследования культуры и концепция культурного ландшафта // Культурный ландшафт: теоретические и региональные исследования. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 62–77.

² Sauer K. Morphology of Landscape // University of California. Publications in Geography. 1925. Vol. II. № 2. P. 19–53; Sauer K. The forth dimension of geography // Annals of the Association of American Geographers. 1974. Vol. 64. № 2. P. 189–192.

³ Jackson J.B. The Vernacular Landscape // In: Penning-Rowsell E. C., Lowenthal D. (eds.) Landscape Meanings and Values. London: Allen and Unwin, 1986; Cosgrove D. Social formation and symbolic landscape. London: Croom Helm, 1984; Cosgrove D. Landscape and Myths, Gods and Humans // Landscape politics and Perspectives. Providence: Berg Publisher Ltd., 1993.

⁴ Tuan Yi-Fu. Man and Nature // Landscape. 1966. 15. № 3; Tuan Yi-Fu. Topophilia: A Study of Environmental Perception Attitudes and Values. (Englewood Cliffs). NY: Prentice Hall, 1974. P. 11–18; Tuan Yi-Fu. Place: an experiential perspective // Geographical Review. 1975. Vol. 65. № 2. P. 151–165; Lowenthal D., Prince H.C. English Landscape // Geographical review. 1964. 54. № 3. P. 309–346; Lowenthal D. English Landscape // Man, Space and Environment. N.Y.: Oxford University Press. 1972. P. 81–112; Claval P. Geographie culturelle. Une nouvelle approche des societes et des milieux. Paris: Armand Colin, 2003. 288 p.

⁵ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. 629 с.

⁶ Кулешова М.Е. Принципы и методы оценки культурного ландшафта // Культурный ландшафт как объект наследия. М.: Институт наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. С. 37–67.

Во-вторых, это сфера национальной и региональной культурной политики. В данном случае актуальность культурно-ландшафтной тематики заключается в том, что культурное разнообразие, наряду с природным разнообразием, является важным ресурсом развития страны и ее регионов. Необходимы усилия по поддержанию самобытных традиционных культурных ландшафтов малых народов¹. Кроме того, в такой же государственной и общественной поддержке нуждаются многие русские исторические города и регионы.

В-третьих, к исследованиям региональных и городских культурных ландшафтов большой интерес проявляет сфера развивающегося экологического, этнокультурного и историко-культурного туризма.

В-четвертых, процессы регионализации и муниципализации страны требуют мобилизации внутренних культурных ресурсов в контексте формирования регионального и городского менталитета, новых местных идентичностей, новых региональных образов².

Среди очевидных достоинств культурно-ландшафтного подхода — его междисциплинарный характер, мощный эвристический потенциал и значительные репрезентационные возможности. Междисциплинарный характер данного подхода позволяет ставить и решать многие, казалось бы, неразрешимые проблемы современной науки, такие как соотнесение культурного и природного, регионального и местного, внешнего и внутреннего, этнического и социального, а также исследовать взаимодействие объекта и среды, территории и пространства, визуального и «невидимого». Так, при рассмотрении вопросов взаимодействия природы и культуры, с одной стороны, анализируется природный детерминизм культуры, а с другой — учитывается многоуровневое освоение природы человеческим сообществом — материальное, социальное, ментальное. Мощный эвристический потенциал культурно-ландшафтного подхода заложен в компонентной модели культурного ландшафта (рис. 8а). Среди ландшафтных подсистем выделяется природная среда, селитьба, хозяйство, сообщество, ономастическая подсистема и духовная культура³. По этой причине любое природное или культурное явление или процесс исследуются многоаспектно, по отдельным компонентам культурного ландшафта и взаимосвязям между ними⁴. Соответственно «под покровом» ландшафтной идеологии возможно привлечение

¹ Ямсков А.Н. Этноэкологические исследования культуры и концепция культурного ландшафта // Культурный ландшафт: теоретические и региональные исследования. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 62–77.

² Малькова В.К., Тишков В.А. Культура и пространство. Книга первая. Образы российских регионов в Интернете. М., 2009. 147 с.

³ Калуцков В.Н. Ландшафт в культурной географии. М.: Новый хронограф, 2008. 320 с.

⁴ Там же.

разноаспектного научного материала — этнологического, фольклорного, топонимического, физико-географического и т. д. Поэтому данная объектная модель культурного ландшафта, обладая значительным эвристическим потенциалом, с успехом применяется в монои междисциплинарных исследованиях.

Применительно к образной проблематике перспективно ее использование для моделирования внешних историко-культурных образов, т.е. образов «снаружи», созданных с позиции внешнего, не погруженного в культуру территории наблюдателя. Другая модель — внутреннего культурного ландшафта — позволяет создавать историко-культурные образы территории «изнутри» (внутренний образ территории), с позиции местного сообщества, а также с позиции исследователя-знатока данной культуры (рис. 8б). Она подчеркивает, что любой культурный ландшафт уже имеет своего коллективного «исследователя» и интерпретатора, в роли которого выступает человеческое сообщество, которое организует, поддерживает и осмысливает «свой» культурный ландшафт в различных артефактах — хозяйственных угодьях и урочищах, предметах материальной культуры, диалектах, топонимии, в устной истории места и т. д. Заметим, что «внутренний» культурный ландшафт имеет свою собственную организацию, функционирование, собственные системы номинации. Тем самым возможно соотносить внешнюю и внутреннюю исследовательские позиции относительно культурного ландшафта и, соответственно, различать внутренний и внешний образы территории.

Среди других достоинств культурно-ландшафтного подхода — его практически неисчерпаемые **возможности репрезентации историко-культурных образов.**

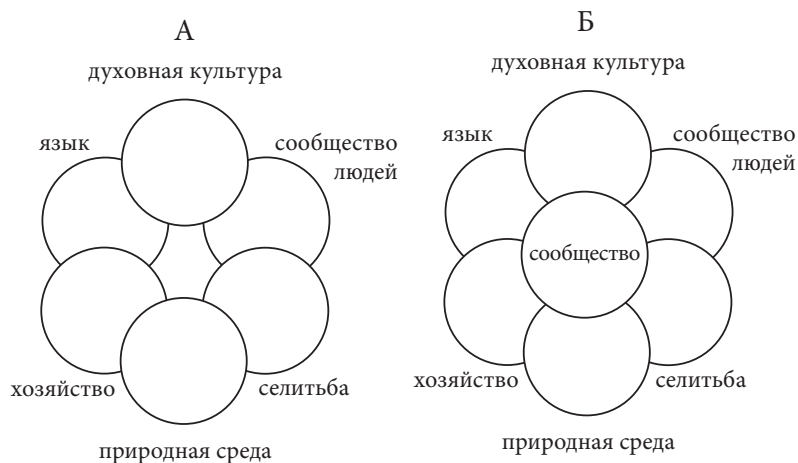


Рис. 8. Объектная (А) и субъектно-объектная (Б) модели культурного ландшафта¹

¹ Калущков В.Н. Ландшафт в культурной географии. М.: Новый хронограф, 2008. 320 с.

Историко-культурные образы территории и вопросы их репрезентации

Информация или «правильно» подобранные сведения о территории, регионе еще не создают его образа. Образ должен получить адекватную форму выражения — репрезентацию. Это не только средство визуализации образа, но и важный механизм его освоения, социои этнокультурной ретрансляции и интерпретации.

Теоретические проблемы репрезентации. С одной стороны, сама тематика репрезентации напоминает о проблеме соотношения науки и искусства. Большую роль в постановке этой проблематики сыграл выдающийся географ и этнограф А. Гумбольдт¹. Об этом же писал его великий ученик А. Геттнер, который разделял географию как науку и географию как искусство: «Искусством географическое описание становится тогда, когда оно обращается не к уму, а к чувству и настроению читателя»². Он не принимал позицию некоторых географов, призывавших к «географии импрессионистского искусства», для которой важно отражение природы в нашем сердце, а не природа сама по себе. Вместе с тем А. Геттнер хорошо понимал, что не всегда существует четкая граница между наукой и искусством применительно к исследованиям ландшафта.

В России теоретические основы репрезентации заложены великим географом и антропологом В.П. Семеновым-Тян-Шанским, по его словам, «географическая наука есть наука изобразительная, наука зрительных представлений, зрительной памяти»³. Развивая взгляды А. Гумбольдта и А. Геттнера о важной роли ландшафтной живописи в географическом исследовании, он писал: «В географии тесное сближение географа с художником-пейзажистом едва ли не столь существенно, как в философии сближение философа с поэтом и музыкантом»⁴. Большое значение вопросам репрезентации традиционно придается во французской географии, научным кредо которой можно считать выражение «дать увидеть так же важно, как дать понять»⁵. С другой стороны, репрезентация любого объекта представляет собой серьезную методологическую проблему, суть которой заключается в наличии двух принципиально различных методологических позиций.

Первая позиция исходит из совмещения понятия объекта и его репрезентации. Проблему потери реального объекта в некоторых культурно-географических исследованиях хорошо отражает цитата, принадлежащая английским гео-

¹ Гумбольдт А. Космос. Опыт физического мироописания. М., 1886. Т. 1. С. 141.

² Геттнер А. География. Ее история, сущность и методы. Л.; М.: ГИ, 1930. 416 с.

³ Семенов-Тян-Шанский В.П. Район и страна. М.; Л.: Гос. изд-во, 1928. С. 260.

⁴ Там же. С. 48.

⁵ Николаев В.А. Ландшафтоведение. Эстетика и дизайн ландшафта: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2003. С. 58.

графам: «В постмодернистской перспективе ландшафт все менее напоминает палимпсест¹, “реальные” и “аутентичные” значения которого каким-то образом могут быть выявлены с использованием корректных методических, теоретических и идеологических подходов; ландшафт все более становится текстом, мерцающим на дисплее глобального компьютера, значение которого может быть создано, распространено, изменено, усовершенствовано и уничтожено простым нажатием кнопки»². Вторая позиция заключается в том, что внутренняя и внешняя — содержательная и репрезентационная — стороны ландшафта являют собой две грани одного целого (в этом случае способы представления объекта составляют лишь часть исследовательского процесса). На наш взгляд, вторая позиция методологически более обоснована и практична.

Типы репрезентаций территории. Пространство репрезентации территории, ландшафта формируется за счет качественно различных **типов** (вертикальные и горизонтальные репрезентации) и через соотнесение различных **форм** репрезентации³. Выделяют три основных типа репрезентаций культурного ландшафта: вертикальный, горизонтальный и комплексный.

Вертикальная (перспективная) репрезентация представляет территорию в ее вертикальном измерении, позволяя выявить объем, свойства и структуру. В истории культуры она первична относительно горизонтальной⁴. В рамках этого типа территория, местность, ландшафт предстает с позиции стоящего человека. К примеру, в формулировке немецкого географа Л. Вайбеля ландшафт является «частью земной поверхности и небосвода, которые лежат в поле нашего зрения и видятся в перспективе с определенного места»⁵. В это определение из пейзажной живописи привнесены и небосвод, и представление о перспективе, и самое главное — **вертикальное видение** окружающего мира. Как справедливо замечает Р. Хартшорн, такое представление о ландшафте предполагает наблюдателя, рассматривающего конкретный вид (*the scene*) вертикально, так, как он проявляется в перспективе⁶. Одной из самых распространенных культурных форм вертикальной репрезентации ландшафта является пейзаж⁷.

¹ Палимпсест — полустертый пергамент. Образ палимпсеста — один из наиболее распространенных образов в современной западной культурной географии.

² Daniels S., Cosgrove D. *Iconography of Landscape*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. P. 8.

³ Калущков В.Н. *Ландшафт в культурной географии*. М.: Новый хронограф, 2008. 320 с.

⁴ Костинский Г.Д. Географическая матрица пространственности // Изв. РАН. Сер. геогр. 1997, № 5. С. 15–31.

⁵ Цит. по: Harthshorne R. *The nature of geography. A critical survey of current thought in the light of the past*. Pennsylvania: Association of American Geographers, 1939. P. 152.

⁶ Там же.

⁷ Николаев В.А. *Ландшафтоведение. Эстетика и дизайн ландшафта: учебное пособие*. М.: Аспект-Пресс, 2003. 176 с.

Горизонтальная (плановая) репрезентация представляет территорию, ландшафт в пространственном измерении. В основе этого типа представления лежит взгляд на территорию с высоты птичьего полета. Решающую роль в формировании горизонтальной репрезентации сыграло открытие карты как способа изображения и видения мира.

До XIX в. в картографии, как показано выше, были широко распространены карты-картины мира и отдельных стран, на которых совмещались вертикальный и горизонтальный образ мест и формировался **комплексный** (вертикально-горизонтальный) тип репрезентации. В настоящее время такой прием нередко используется при составлении туристических карт городов.

В качестве примера комплексной репрезентации приведен фрагмент русской карты 1774 г., на котором изображен Константинополь (рис. 9). Такой подход продуктивен: он позволяет совмещать взгляд на территорию с высоты птичьего полета и в то же время формировать пейзажные впечатления от архитектуры и планировки города. Интересно, что вертикальные (пейзажные) изображения зданий города центрированы относительно залива Золотой Рог с учетом восприятия города с корабля. Этот принцип перенесен на карту, поэтому часть рисунков зданий перевернута.



Рис. 9. Пример комплексной репрезентации городского ландшафта Константинополя (фрагмент карты 1771 г.)

Формы репрезентации территории. В соответствии с человеческими органами чувств выделяются формы репрезентации территории: *зрительная, тактильная, слуховая, речевая, обонятельная, вкусовая* (рис. 10). **Зрительная** форма разделяется на визуальную и изобразительную. Визуальная репрезентация ориентирована на научно-объективную передачу внешних свойств культурного ландшафта. Развитие фотографии, аэрофотосъемки, а затем и космической съемки расширило формы визуального представления территорий: к картам и картосхемам добавились аэрофотоснимок и космический снимок. **Изобразительная** форма, в отличие от визуальной, субъективирована: она определяется законами этического и эстетического восприятия ландшафта. Генетически она связана с живописью и нацелена на создание образа местности, на передачу определенных идей, установок и предпочтений художника — эстетических, политических, мировоззренческих.

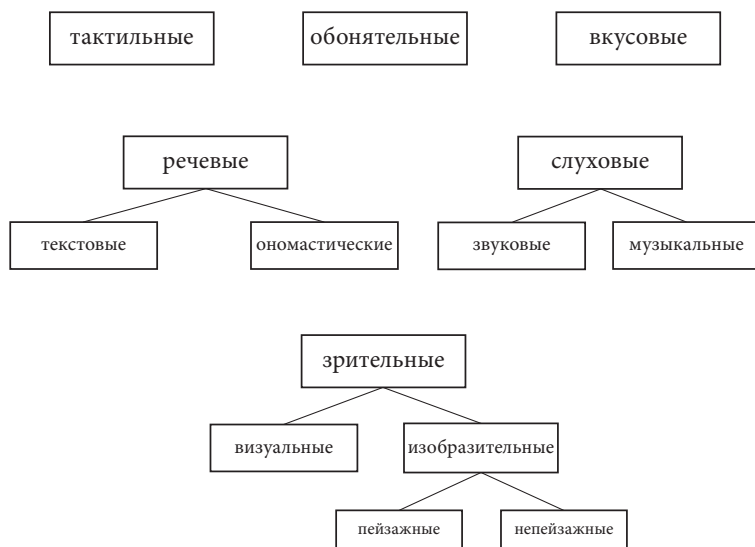


Рис. 10. Классификация форм репрезентации культурного ландшафта

Изобразительная форма может быть *пейзажной и непейзажной*. Пейзажное представление ландшафта обладает бесчисленным множеством вариаций: *от рисунка и картины местности до особых этнокультурных (лубок) и неканонических форм (пейзаж на иконах)*. Напомним, что А. Геттнер для проведения ландшафтных исследований рекомендовал рисунок, а не *фотографию*, считая, что последняя за избыточностью деталей затушевывает географические закономерности. В.П. Семенов-Тянь-Шанский, напротив, придавал огромное значение фотографическому пейзажу в географическом исследовании. *Непейзажные* формы репрезентации культурного ландшафта также разнообразны. К ним, например, относятся *портрет*, подчеркивающий антропологический тип или

характерный этнический костюм жителя определенной территории, этническая и авторская *скульптура*.

Изобразительные формы, наряду с художественными, могут решать и идеологические, политические, образовательные и собственно научные задачи. Одним из уникальных примеров полноценной реализации художественных и научных задач можно считать деятельность А.М. Васнецова. Его картины средневековой Москвы представляют собой не только художественный образ, но и реальную историческую реконструкцию городского культурного ландшафта. Велико влияние пейзажной живописи на формирование образа регионов и мест, национального культурного ландшафта. Устойчивый образ русского национального культурного ландшафта создан во многом благодаря деятельности художников-передвижников¹.

Особое место на стыке изобразительных и визуальных форм репрезентации ландшафта, территории, как было показано, занимает *географическая карта*.

Тактильная форма представлена материально-вещественной репрезентацией — *предметами*, характерными для определенного культурного ландшафта, *этнографическими и природными коллекциями*.

Слуховая репрезентация разделяется на *звуковую* (природные и техногенные системы звуков) и *музыкальную* (связанные с ландшафтом традиционные и авторские произведения) формы. Еще В.П. Семенов-Тянь-Шанский обратил внимание на связь природных звуков определенного ландшафта с его музыкальным фольклором. Он писал, что для севернорусского культурного ландшафта характерна бедность и однообразие природных звуков: «Тонкий, скромный, короткий свист синицы в одиночку, изредка поспешное стрекотание сороки, весной и в начале лета кукование кукушки — вот, в сущности, почти все главное. Если эта тишина нарушена чем-то громким, а тем паче резким, — это уже кощунство»². И далее: «Недаром большинство русских скитов притулилось в лесной стихии молчания». Лесная стихия приучила северного великоросса к безмолвию на воздухе: «Его говор короток, однообразен по созвучиям и как-то “деревянен” в отношении к окружающим его деревьям. Песня у него редка и поется негромко, приятно вблизи, но издали не слышно. Зато в горнице он разговорчив, и вот у него процветают здесь плоды поэтического творчества — в виде былин, сказок и пр., произносимых “сказителями” нараспев, с мелодичными, но довольно однообразными интонациями. И это не только у одних нас, а и у наших соседей — финнов и скандинавов с их “Калевалой”, сагами и пр.»³ В последнее время слуховые репрезентации культурного ландшафта стали

¹ Колбовский Е.Ю. Культурный ландшафт и национальный пейзаж: две стороны одной реальности // Историческая география: теория и практика. СПб.: Изд-во РГГМУ, 2004. С. 22–30.

² Семенов-Тянь-Шанский В.П. Район и страна. С. 269.

³ Там же. С. 270.

предметом изучения не только этномузыковедов, но и географов. Их внимание привлекает проблема музыкального образа страны¹, предпринимаются попытки комплексного изучения звукового ландшафта².

Речевая форма представления подразделяется на *текстовую* и *ономастическую* (или именную). Последняя вызывает особый интерес в связи с тем, что топонимия, этнонимия, местная географическая терминология не просто передают важные характеристики культурного ландшафта, но представляют собой особые «языки», с помощью которых он может быть описан.

Текстовые формы разделяются в свою очередь на *письменные* (литературные) и *устные* (фольклорные) репрезентации. В гуманитарных научных дисциплинах, традиционно работающих с языком, текстом и словом, использование в научной работе аутентичных устных текстов, записанных в полевых экспедициях, представляет собой отработанную технологическую процедуру (в зависимости от специфики дисциплины). С географической позиции диалектный фольклорный текст предстает как часть ландшафтной действительности: «У нас по весне и осени распута бывает: тогда до многих деревень и вовсе не добраться пока река не встанет... В весенню распуту четыре воды бывает. Перва, верхова (жонки ее ломаной зовут) — она от снега. Втора, коренница — это уж как из болотины родники заживут. Третья, пенница, — от дождей. А как река в берега войдет, воду меженицей зовут. А у жонок на половодье свои приметы есть. Бабушка-покоенка говорила: много на реке полыней — к покойнику. У нас и теперь в ледоход вся деревня ходит на угор реку смотреть: мучается река — скот будет мучаться (жди бескормицу)...»³ Представленный диалектный текст содержит местные географические термины, опыт народного наблюдения за режимом реки, элементы народного прогноза, и главное, его можно рассматривать как «говорящий ландшафт», как образ региона, территории.

География в целом, и культурная география в частности, обладает значительным потенциалом в развитии и продвижении имиджево-образной проблематики. Она располагает спектром концептуальных и методологических подходов (картографический, гуманитарно-географический, культурно-ландшафтный подходы), большим набором методических и технических средств, в том числе необходимых для решения проблем репрезентации историко-культурных образов территорий и регионов.

¹ Пименова Р.А. Географические образы в музыкальном искусстве: учебное пособие. М.: Экон-информ, 2004. 64 с.

² Андреева Е.Д. Звуковой ландшафт как реальный объект и исследовательская проблема // Экология культуры. М.: Ин-т наследия, 2000. С. 76–85.

³ Иванова А.А., Калущков В.Н. Светлое Пинежье. Путешествие по краю. М.: Изд-во «Эслан», 2000. С. 14.

4. ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ

М.М. Шульга, Е.В. Бондаренко

Одно из важнейших маркетинговых понятий — «брендинг» — пришло в социальные технологии из экономики. Наиболее полно понятие брендинга разработано в маркетинговой стратегии формирования позитивного имиджа компаний и товаров. В настоящее время брендинг используется и для формирования позитивных имиджей географических объектов, в том числе и территорий.

Имидж региона — реальный управленческий ресурс, в существенной мере предопределяющий успешность его политических, экономических и социальных позиций. Рыночная парадигма, принятая в качестве стратегической основы функционирования современной России, предполагает не только партнерство, но и конкуренцию между регионами. Стремление завоевать и расширить собственное место на рынке заставляет обращать особое внимание на создание индивидуального имиджа региона, позволяющего выделиться среди себе подобных. В силу того что имидж есть результат определенной информационно-коммуникативной деятельности, успех решения названной проблемы предполагает отчетливое понимание соответствующими властными структурами механизмов формирования имиджа региона и овладение технологиями его позитивной коррекции. Новейшие коммуникационные технологии становятся знаком современной цивилизации и оказывают мощное воздействие на социальные, экономические, политические и духовные процессы в обществе.

Маркетинговая стратегия формирования позитивного имиджа центрирована на разработку производственно-экономических программ с целью увеличения продаж товаров и услуг различными социальными субъектами. Они опираются на совершенствование производства и поддержание связей в рыночной среде. Здесь ведущими технологиями являются мероприятия, представляющие деятельность во внешней среде объекта. Как правило, они направлены на увеличение объемов продаж и развитие для этого необходимых связей с контрагентами: планирование конкурентной борьбы, продвижение продаж, проведение PR-кампаний. В контексте данной стратегии построение позитивного имиджа достигается с помощью налаживания устойчивых связей с потребителями и с применением оптимальной ценовой политики. Много внимания уделяется аналитической работе по созданию и корректировке имиджа, разработке эмблем, логотипов названий и др. Ведущими механизмами маркетинговой стратегии имиджмейкинга являются *торговая марка, брендинг и реклама*.

Как аргументированно утверждает канадская исследовательница брендинга Н. Кляйн, первые попытки выделить отдельные продукты с помощью брендинга,

отличавшиеся от обычных приемов прямого сбыта, возникли благодаря тому, что рынок стал наводнен одинаковыми безликими товарами — продуктами машинного производства, которые практически невозможно отличить друг от друга. В эпоху машинного производства были необходимы конкурирующие бренды: в среде товарного однообразия вместе с конкретным продуктом приходилось создавать его индивидуальный образ, по которому этот продукт могли отличить потребители. Первой задачей брендинга было дать подходящие родовые имена и названия самым распространенным группам товаров, таким как сахар, мука, мыло и крупы, которые прежде насыпались лавочниками из мешков и бочек. В 1880-х гг. появились корпоративные логотипы, содержащие имена производителей¹. Таким образом, почти 130-летняя эволюция бренда и брендинга начиналась с решения задач спецификации, обособления, индивидуализации, ассоциации, обозначения и наименования товаров. Позднее к товарам добавились услуги, идеи, люди и территории.

Д. Огилви определяет бренд как «мозаичный портрет, складывающийся из многих факторов: названия, упаковки, цены, рекламного облика и, самое главное, природы самого продукта»². Множественность, разнокачественность и сложность природы маркетинговых продуктов заставили некоторых теоретиков брендинга усомниться в полноте и доказательности указанного определения, опирающегося на историю развития предмета.

На наш взгляд, логические основания этого сомнения в суммарной форме наиболее удачно представлены М. Элсом, британским экспертом по теории планирования работы с потребителями: «Мы небрежно используем слово (бренд)... Мы говорим “бренд”, когда имеем в виду компанию, товар, услугу, идею, стратегическую рекламу. Мы иногда используем “бренд” для обозначения торговой марки, а иногда — чтобы обратиться к многочисленным ассоциациям, возникающим у наших потребителей вокруг имен брендов. Даже говоря об “образе бренда”, иногда мы имеем в виду то, что хотим разработать, а иногда — то, как потребитель реально или исторически воспринимает наш “имидж” или репутацию. *Бренд — это не есть нечто вещественное, это метафора, способ простого объяснения сложного феномена, средство стенографирования массы спорных вопросов, лингвистический инструмент*»³.

Формирование и распространение бренда тесно связано с рекламной деятельностью субъекта. Реклама — непосредственное информирование

¹ Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брендов. М.: ООО Изд-во «Добрая книга», 2005. С. 28–29.

² Огилви Д. Огилви о рекламе. М.: Эксмо, 2006. С. 14.

³ Элс М. Как научиться жить без бренда (или семь шагов к личному и профессиональному освобождению)// Новый брендинг / пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. С. 20, 22.

населения о товарах, их качестве и назначении. Термин «реклама» происходит от латинского *reclamo* – «громко кричать». Самой ранней формой рекламы были громкие крики, которыми продавцы зазывали покупателей, расхваливая свои товары. Реклама рождается одновременно с появлением конкуренции производителей. Самым древним рекламным текстом считают найденную в развалинах древнеегипетского Мемфиса надпись, прославляющую услуги одного из толкователей сновидений. При раскопках в Помпеях археологи нашли более тысячи рекламных надписей, призывающих посетить очередные гладиаторские бои, указывающие путь к ближайшей гостинице или таверне, призывающие голосовать за того или иного политика. Едва в XV в. в Западной Европе возникло книгопечатание, как начали издавать массовым тиражом каталоги товаров.

Мощный импульс рекламная деятельность получила в эпоху рождения капитализма – общественного строя, основанного на конкуренции. Первым рекламным агентством считают созданное во Франции в 1629 году Адресное бюро, куда мог обратиться любой, кто желал что-либо продать, купить, нанять и т. д. В 1657 году в Англии появляется первое специализированное рекламное издание “Public Advertiser”. В эпоху НТР рекламная деятельность становится одной из важнейших отраслей не только сферы услуг, но и экономики в целом. Из-за огромного разнообразия товаров правильная организация рекламной кампании часто становится куда более важной частью коммерции, чем само производство рекламируемого товара.

Выделяют три основные функции рекламы:

- *информативная* – сообщение о существовании товара, ознакомление с его основными свойствами, параметрами, особенностями; сведения о том, где и в какое время продается товар;
- *психологическая* – воздействие на чувство самооценки, взгляды и предпочтения потребителей;
- *стимулирующая* – побуждение к покупке.

В зависимости от того, каковы общие цели рекламы, выделяют две главные ее разновидности: *имиджевая реклама*, которая формирует образ товара и имидж фирмы, и *коммерческая реклама*, которая стимулирует продажи, ускоряет товарооборот и помогает искать выгодных партнеров. Реклама снижает психологический «барьер осторожности» у покупателя. У потребителя возникает притягательный образ товара, вызывающий положительные эмоции и хорошо запоминающийся.

Важнейшим механизмом формирования и продвижения позитивного имиджа региона является правильно построенная коммуникативная политика, которая базируется на трех блоках: маркетинговая коммуникация, медиастратегия и креативная стратегия.

В рамках блока маркетинга в задачи коммуникативной политики входит: транслировать основные конкурентные преимущества региона; обосновать коммуникационные сообщения на уникальное торговое предложение (УТП) региона; осуществлять отстройку от конкурентов региона средствами коммуникационной политики; опираться на наиболее эффективные инструменты продвижения.

В рамках медийного блока в задачи коммуникационной политики входит: выделить и описать основные этапы продвижения и поддержки имиджа региона; выбрать каналы коммуникации для каждого этапа с целью наилучшего и наиболее точного донесения коммуникационных сообщений и решения поставленных задач.

Креативная стратегия — это блок продвижения, который отвечает за выработку собственно креативного послания. Демонстрируется основная креативная идея, а также показывается ее работа в условиях различных рекламных носителей разных форматов. Креативная стратегия базируется на общем позиционировании и стиле имиджа, выполняет задачу донесения ключевого послания, выработанного на этапе формирования маркетинговой стратегии, и ориентируется на те виды рекламных носителей, которые выбраны в ходе разработки медиастратегии. В рамках креативного блока в задачи коммуникативной стратегии входит: разработать визуальный образ региона; разработать основное коммуникационное сообщение и коммуникационные сообщения для каждого из этапов продвижения имиджа региона; разработать элементы эмоционального и рационального наполнения имиджа региона; разработать бренд; разработать уникальный дизайн и стиль.

И.Я. Рожков и В.П. Кисмерешкин предлагают три подхода к формированию коммуникативной политики¹. Первый — «эксплуатация» реальных или мифологизированных исторических событий, произошедших или якобы имевших место на определенной территории. Так создаются историко-культурные информационные комплексы, которые образуют имиджевые знаковые системы. Оптимальный вариант, если мифологизированные имиджи поддерживаются реальностью. Например, многие в нашей стране на вопрос, какое сливочное масло лучшее, ответят — вологодское. Это историческое наследие, пришедшее из прошлого, стереотип, который становится основой успеха бренда. Недаром под маркой «Вологодское» масло стали выпускать отнюдь не только российские производители.

Имиджи регионов и региональные товарные, а также сервисные бренды взаимозависимы. Первые помогают становлению и капитализации вторых, которые, в свою очередь, даже будучи конкурентами, «раскручивают» первые.

¹ Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Имидж России. М., 2008.

Когда территория становится обладателем целого ряда сильных брендов, маркирующих реальные или мифологизированные особенности региона, возникает синергетический эффект, формируются ценности более высокого порядка, создающие положительный образ региона в целом, его символический капитал.

Очевидно, что для продвижения региональных брендов одного только желания изменить ситуацию к лучшему и наличия воли недостаточно. Профессионально сформированный миф должен не только нести в себе определенную энергетику, но и пропагандировать миссию региона, желательно в контексте миссии страны. К регионам и городам, сформулировавшим и доказательно представившим вовне свою миссию, относятся внимательнее и уважительнее.

Второй подход — развитие бренда, символизирующего привлекательность территории для потребителей услуг и сопутствующих им товаров. Этот процесс, при наличии известных достопримечательностей, природных особенностей, развитой инфраструктуры, связанной с их эксплуатацией, обеспечивает весомые поступления в региональные бюджеты, поэтому обычно осуществляется при активном участии местных властей. Данный подход может быть особенно эффективен при отсутствии сырьевых или промышленных ресурсов, транспортных преимуществ. В этом случае бренд региона может развиваться как туристический, оздоровительный. В настоящее время это наиболее реальный способ построения позитивного образа территорий Северного Кавказа.

Третий подход — активное представление региона как объекта, привлекательного для инвесторов. Привлекающие факторы: наличие перспективных с точки зрения вложения инвестиций и налаживания деловых связей предприятий, потенциал туристической индустрии (в том числе для рыболовов), ее инфраструктура. Лицами, формирующими положительный имидж региона, могут быть его харизматический лидер, известные общественные деятели, представители культуры, спортсмены.

М. Кошелюк справедливо отмечает, что любая территория, подобно органу в теле, вынуждена определять свою внешнюю функцию, нишу, заново выстраивать свое предназначение, миссию, в которой самообеспечение (то есть качество жизни ее жителей) подразумевается, но не является главным. В этом смысле территориальное образование приобретает сходство с рыночно ориентированной (сфокусированной на потребителя и систему потребления) бизнес-единицей, вступающей в конкуренцию с другими подобными бизнес-единицами. Конкуренция территорий — это конкуренция внутри определенной рыночной ниши. Настоящая рыночная конкуренция неизбежно должна вестись рыночными методами. В этом поле и появляются места для брендинга городов и регионов, их маркетинга, регионального PR¹.

¹ Кошелюк М. Региональный PR // М.А.Де. 2004. № 3 (21). С. 104.

С этих позиций интересным представляется обратиться к миссии Ставропольского края, сформулированной агентством «Эксперт РА»: *«Ставропольский край — лучшее место для благополучной жизни и творчества людей, финансовый центр Северного Кавказа, торгово-транспортно-логистический “южный крест”, агропромышленная “житница”, санаторно-курортная туристско-рекреационная “территория здоровья и отдыха”, зона освоения и распространения современных технологий»*. С позиции брендинга такая формулировка является недостаточно четкой, это скорее набор ключевых направлений развития региона, а не его миссия. В методике современного брендинга принято доводить все перечисленные элементы до максимальной степени ясности и краткости. Как миссия, так и философия развития региона должны иметь краткую формулировку в виде девиза, который бы объединил весь этот разнородный набор направлений.

Для этого необходимо проанализировать соотношение внутреннего потенциала и внешней среды развития территории: какие возможности, соответствующие внутреннему потенциалу, открываются во внешней среде? Это важно знать, так как именно внешняя среда задает рамки позиционирования и определяет саму необходимость имиджа. Сегодня, благодаря изменениям на мировом рынке, сделавшим продовольствие столь же важным ресурсом, как нефть или газ, сельское хозяйство способно стать полноценным локомотивом развития экономики региона. Усилив это экологическим императивом, модой на здоровый образ жизни и экологически чистое питание, получаем перспективную нишу — производство экологически чистых продуктов питания. Это может стать основой для формирования экологического тренда, который прекрасно согласуется с несколько «запыленным», но все-таки работающим брендом «КМВ», ведь именно уникальные природные условия определяют сам факт существования курортов. Отчетливое позиционирование в заданном направлении позволит внятно отстраниться от соседей — конкурентов.

Обобщая сказанное выше, можно сделать следующие выводы: создание положительного имиджа территорий Северного Кавказа, и в частности Ставропольского края, задача разрешимая, но она требует не спонтанной, а долговременной, системной деятельности. Эта деятельность представляет собой борьбу в конкурентной среде, и главное оружие — профессионально подготовленная, аргументированная, структурированная информация. Ее следует генерировать и в максимально возможной степени широко транслировать по самым разнообразным каналам с учетом наработок и достижений современной рекламно-коммуникационной сферы, с использованием технологий брендинга.

5. ЭФФЕКТИВНЫЙ ИМИДЖ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС В СОЗДАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

М.Г. Шукюрова

Стратегией социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации¹, определены перспективные направления и основные приоритеты развития округа до 2025 года. В основу механизма реализации стратегии заложен комплексный подход к решению проблем региона с участием власти и бизнеса. Очевидно, что качество исполнения проектов стратегии будет зависеть не только от методов управления, эффективности использования всех ресурсов, но и от собственно финансирования, значительную часть которого предполагается получить в форме инвестиций.

В общих положениях Стратегии отмечено: «Северо-Кавказский федеральный округ имеет благоприятные условия для развития агропромышленного комплекса, туризма, санаторно-курортной сферы, электроэнергетики, добывающих и обрабатывающих секторов промышленности, а также развитые транзитные функции. Однако до сих пор естественные преимущества остаются нереализованными, поскольку Северо-Кавказский федеральный округ по-прежнему не обладает инвестиционной привлекательностью»².

Причинами такого положения в Северо-Кавказском федеральном округе, по мнению экспертов, являются:

- высокие риски, недостаток инфраструктуры и стимулов для инвесторов (прежде всего внешних);
- отсутствие крупных потенциальных инвесторов на внутреннем рынке;
- отсутствие финансовых средств на проработку проектов у предприятия и предпринимателей, осуществляющих деятельность на территории субъектов Российской Федерации, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа;
- неразвитый сектор предпринимательства³.

Таким образом, понятие «инвестиционная привлекательность/непривлекательность» является скорее экономическим термином, нежели некой субъективной мерой симпатии или антипатии отдельно взятого инвестора. Для вынесения

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского округа до 2025 года. Утверждена Распоряжением правительства РФ от 06.09.2010. № 1485-р. URL: <http://www.vestikavkaza.ru/analytics/obshestvo>

² Там же.

³ Там же.

оценки такого рода существует достаточное число формальных методик. Это большая и сложная работа, которая сегодня является неотъемлемой частью инвестиционной деятельности. Однако есть еще одна исключительно важная составляющая, которая выходит за рамки формальной экономической теории, но оказывает огромное влияние на начальную фазу любого инвестиционного проекта. Вернее, на принятие решения о рассмотрении региона в качестве поля для инвестиционной деятельности. Это имидж региона. Неформальность этой составляющей обусловлена тем, что задолго до ознакомления с экономической ситуацией в регионе и ее показателями создается эмоциональный фон восприятия, общее впечатление, представление о нем. Почему это важно? Прежде всего потому, что инвесторы, будь они институциональные или частные, это не компьютеры с формальной и непререкаемой логикой, а живые люди со своей психологией и особенностями принятия решений.

Вопросы привлечения инвестиций в регионы, в том числе посредством создания позитивного делового имиджа, давно приобрели актуальность, что находит свое подтверждение в многочисленных исследованиях и разработках ученых и специалистов-практиков. Трудно не согласиться с их выводом о том, что устойчивый позитивный имидж имеет огромное значение, являясь весомым фактором привлечения инвестиций в регион, концентрации в нем интеллектуального потенциала, влияния на российской политической арене. Неудачный имидж или же его нечеткие очертания оказывают негативное влияние и на инвесторов. Поэтому самой России, ее регионам, городам следует серьезно заботиться о своем имидже¹.

Между тем Стратегией развития СКФО до 2025 года задачи по формированию имиджа обозначены лишь в контексте мероприятий по продвижению туристического потенциала субъектов Российской Федерации, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа. В их числе намечена разработка единого бренда территории, разработка и реализация программ продвижения туристического потенциала Северного Кавказа на различных рынках, том числе зарубежных². Это, на наш взгляд, свидетельствует о занижении роли имиджа, который, благодаря своей природе и сущности, сегодня приобрел существенное влияние в оценке большинства социальных явлений и процессов.

Имидж (от англ. *image*) — особый вид психологического образа, характеризующийся как:

- сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, сильно эмоционально окрашенный психологический образ чего-либо или кого-либо; сильное впечатление, обладающее большими регуляторными свойствами³;

¹ Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». Калуга, 2001. С. 118–120.

² Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского округа до 2025 года...

³ Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Указ. соч. С. 28.

- манипулятивный, привлекательный, легко трактуемый психический образ-стереотип, воздействующий на эмоциональную сферу человека (иногда на его подсознание), а через нее — на механизмы сознания и поведения, на предпочтения индивида;
- целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы¹.

Значение имиджа состоит в том, что он, во-первых, привлекает внимание; во-вторых, в концентрированной форме передает суть объекта и таким образом представляет собой наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности. Имидж выступает как некий набор знаковых характеристик, символов, где присутствует форма и содержание. Именно поэтому в условиях дефицита времени или недостатка информации, отталкиваясь от имиджа, строится взаимодействие субъектов в современном деловом мире. Такие свойства имиджа как ресурса для привлечения внимания и начала взаимодействия с инвесторами трудно переоценить. Таким образом, наряду с обеспечением экономических, политических, правовых и иных составляющих инвестиционной привлекательности следует задуматься о формировании эффективного имиджа (бренда) региона.

Сегодня особенно актуальной представляется задача привлечения зарубежных инвесторов. В этой связи важно отметить, что особенность формирования имиджа региона состоит в том, что для зарубежных инвесторов процесс формирования впечатлений об отдельно взятом регионе или городе происходит опосредованно, через восприятие образа России.

С сожалением можно констатировать, что образ-имидж России в разные исторические эпохи бывал скорее отрицательным. Этому способствовали и личностные черты глав государства, и особенности государственного устройства, и неадекватно воспринимаемая национальная психология, и многочисленные войны, в том числе связанные с расширением территорий или с «добровольным присоединением», и многое другое.

В последние годы двадцатого столетия негативное восприятие образа России было связано со своеобразием проводимых реформ, с не всегда позитивным поведением и деятельностью россиян, потоком хлынувших за рубеж с разными целями. И если раньше по отношению к СССР активно и небезуспешно формировался образ агрессора, «империи зла», тоталитарного государства, где постоянно нарушаются права человека, то позже, вследствие политических и социально-экономических реформ, создавался непривлекательный образ страны, погрязшей в коррупции, где чиновники —

¹ Большой энциклопедический словарь. URL: <http://slovari.299.ru/enc.php>

мздоимцы, а большая часть населения бесправна и бедна, склонна к пьянству и воровству.

Сейчас можно с большей уверенностью утверждать, что ситуация меняется к лучшему. Чтобы оптимизировать этот процесс, необходимо осуществлять согласованную политику в виде общенациональной программы формирования позитивного имиджа России, соответствующего прогрессивным переменам. Определенный шаг в этом направлении был сделан с принятием Закона о государственной символике Российской Федерации, с формированием твердой политики по отношению к обязательствам государства, с заявлениями руководства страны относительно государственных приоритетов и т. д. Но этого недостаточно. Необходимо создание ярких художественных произведений, отражающих позитивный образ государства, нашего народа в данный исторический период. Очень важно найти слова-символы, образы-символы, которые могли бы стать ядром нового образа России. В основание этого процесса должны быть заложены результаты глубоких комплексных научных исследований с конкретными научно-практическими рекомендациями. Пока же можно согласиться с мнением Г. Почепцова о том, что проводятся некие эскизные исследования по проблеме имиджа России¹.

Созвучные мысли высказывались Л.А. Степновой, которая обосновывала применение принципа мифологичности в формировании имиджа государства, в частности, идей-символов: «Евразийство», «Запад—Россия—Восток», «Единение народов», «Особый исторический путь России», «Православная историческая миссия»². По-прежнему на имидж России оказывает большое влияние отождествление ее с одним весьма действенным образом-символом — медведем («русский медведь»). Следует также помнить, что еще свежи в памяти негативные стереотипы, сформированные по отношению к СССР и России западными лидерами: «варварская страна», «империя зла» и пр., которые также влияют на образ государства.

Можно согласиться с еще одним из выводов о том, что существует специфика создания делового имиджа России, обусловленная внешней (макроэкономической) и внутренней (микроэкономической) средой.

Макроэкономическая специфика формирования имиджа определяется:

- нестабильностью политических условий;
- недостаточной проработанностью правовой базы;
- часто нелегитимным (или вовсе криминальным) характером происхождения собственности;
- слабым развитием гражданского общества.

¹ Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. Киев, 1999.

² Степнова Л.А. Социальная мифология и проблемы современного социального мышления. М., 1999.

Микроэкономическая специфика формирования имиджа определяется: несформированностью среднего класса;

- низким уровнем доходов населения;
- ментальной, социальной и материальной неготовностью населения регионов РФ к полному восприятию правомочий собственности¹.

Рассмотрим некоторые условия формирования позитивного регионального имиджа. Известно, что в России сейчас мало регионов, имеющих устойчивый позитивный имидж. Многим его надо создавать. Чем следует руководствоваться в создании такого рода имиджа?

Социально-психологические исследования, проводимые в различных регионах России, убедительно показали, что существует региональная психология, то есть некое психологическое своеобразие, которое характерно для большинства жителей региона. Причем это относится не только к многонациональным регионам, но и к тем, где явно преобладает одна национальная общность, в основном русские. Проявляется эта психология в том, что одни и те же значимые события вызывают разный по своей эмоциональной окраске отклик в различных регионах России. Скажем, на какое-то событие или персону жители Вологодской области отреагируют не совсем так, как в Кемеровской области или на Кубани. Эта психологическая непохожесть проявляется в силе и скоротечности эмоций, в «обогащении» содержания при обсуждении и передаче от человека к человеку значимой информации, в устойчивых стереотипах восприятия, в оценке информации или людей и событий и во многом другом. Такое психологическое своеобразие должно отразиться и на требованиях, предъявляемых населением к своим региональным лидерам, к их имиджу. Региональная психология должна учитываться и в создании имиджа региона.

Есть в России регионы, у которых имеется свой устойчивый имидж/бренд, который оказывает немалое влияние на их восприятие и отношение к ним. У большинства из них он сложился во многом благодаря событиям или историческим периодам, воспринимаемым однозначно позитивно. Хрестоматийным является пример бренда-имиджа города Иванова — «города невест». В Нижнем Новгороде и Суздале гордятся тем, что это древнейшие русские княжества, что спасли Москву от поляков. В Новгороде Великом гордятся первым российским парламентом. В Костроме — тем, что этот город является родиной династии Романовых, и, конечно, костромичи гордятся Иваном Сусаниным. В Воронеже — тем, что именно там Петр Великий строил первый на юге России флот. Иногда этот своеобразный принцип историзма при построении имиджа связывают со знаменитыми земляками. Жители Северо-Кавказского округа по праву могут

¹ Решетникова И.И. Формирование и развитие делового имиджа фирмы. М.: ЗАО «Экономика», 2008. С. 29–30.

гордиться своим культурно-историческим и национальным наследием, связанным и с великими соотечественниками, в разные периоды жившими и творившими на Кавказе, — М.Ю. Лермонтовым, А.С. Пушкиным, Л.Н. Толстым.

Формирование бренда-имиджа региона невозможно и без опоры на его экономический или сельскохозяйственный потенциал. Кубань всегда называли «житницей страны», Ставрополье — «хлебным краем», Сочи — «всероссийской здравницей». Несомненно, что приоритетным направлением развития Северо-Кавказского федерального округа является лечебно-оздоровительный и горнолыжный туризм, стимулирующий развитие культурно-познавательного, делового, экологического, спортивного, этнического и других видов туризма.

Формирование регионального имиджа должно также опираться на нравственные качества жителей. Например, П.И. Мельников-Печерский особо подчеркивал такие качества жителей севера России, как чистоплотность, трудолюбие, честность и доброжелательность. На Урале — мастеровитость, трудолюбие. У казаков особо ценились смелость, отвага, сила, веселый нрав.

В создании регионального имиджа необходима опора на красоту и самобытность природы. В России каждый край по-своему удивителен и неповторим, нужно просто умело обратить на это внимание, направить восприятие в нужное русло. Уникальность и разнообразие природно-климатических ресурсов территории Северо-Кавказского федерального округа создают благоприятные условия как для постоянного проживания, так и для развития туристско-рекреационного комплекса. Поэтические высказывания (*Жемчужина Кавказа, Край синих гор*), меткие сравнения и метафоры, удачно выражающие самобытность и неповторимость природы края, являются ярким дополнением его образа, создают его привлекательность.

Необходимо отмечать и перспективность региона, ведь бренд-имидж следует формировать прежде всего под решение социально-экономических задач. Удачным представляется в этом смысле слоган для города, который удостоился высокого статуса столицы Северо-Кавказского федерального округа: *«Пятигорск — город, устремленный в будущее!»*

При разработке концепции регионального имиджа следует помнить о его важнейших свойствах как психологического образа, а именно — о «прагматичности» и «вариабельности». Имидж должен быть прагматичным, потому что он создается под конкретные задачи. Можно, конечно, разрабатывать обобщенный образ региона или города, но он наверняка будет громоздким, что войдет в противоречие с одним из главных требований. Правильнее будет формировать его поэтапно. Например, если во главу угла ставятся задачи экономические, такие как привлечение инвестиций, то приоритет должен отдаваться этому направлению (*народ трудолюбивый, мастеровой, ответственный; труд в городе в почете; молодежи есть где учиться, климатические особенности благо-*

приятные и пр.). В дальнейшем, используя свойство вариабельности, имидж можно корректировать и дополнять в соответствии с новыми задачами.

Следует отметить и то, что формирование бренда-образа-имиджа во многом является результатом хорошо продуманной коммуникационной политики. Грамотно организованные потоки информации являются также неотъемлемой частью инвестиционной политики субъекта, ориентированного как на внешнего (зарубежного), так и внутреннего (российского) инвестора. Разумеется, перечисленные направления не претендуют на полноту и исчерпанность всех возможных приемов формирования эффективного регионального имиджа. Важно, чтобы такой ресурс инвестиционной привлекательности, как имидж, был задействован в полной мере.

Подводя некоторый итог, необходимо подчеркнуть, что разработка и создание бренда-образа-имиджа региона или города — дело весьма ответственное, которое должно объединять специалистов разного профиля, любящих свой край и страну и стремящихся принести ему пользу.

6. ЭТНОТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОЛИМПИЙСКОЙ СИМВОЛИКИ

Д.А. Песков

В мире жесткой конкуренции, если ты не обращаешь свои недостатки в преимущества, то конкуренты не замедлят нанести тебе удар именно по самым уязвимым местам. В своих кампаниях за право проведения Олимпийских игр города-кандидаты изо всех сил пытаются представить свои заявки безупречными: их Олимпиада будет самой «зеленой», поможет решить транспортные проблемы, мучившие десятилетиями, придаст импульс популяризации спорта и объединит страну вокруг исторического события и т. п.

Тема моего исследования связана именно с последним аргументом. Несправедливое отношение к коренным народам и этническим меньшинствам ставится в упрек большому количеству стран мира — и развитым, и развивающимся. Недостаток внимания к этому аспекту в свете Олимпиады может серьезно подорвать шансы на успех любого города-кандидата, а конкуренты не упустят возможности разыграть черную PR-карту. Я бы хотел обратить внимание на то, что было сделано в последнее время олимпийскими столицами, для того чтобы продемонстрировать миру часто сокрытые и почти всегда окруженные противоречиями этнические компоненты своих сообществ. Более того, как показал пример некоторых городов-организаторов, в мире современных технологий и всепроникающих СМИ недовольные меньшинства также вполне могут принести вполне ощутимый ущерб Играм своим активным их неприятием или откровенной оппозицией. Соответственно, призывы лидеров аборигенов к бойкоту Игр больше не могли просто игнорироваться. На них реагировали, по возможности превращая врагов в друзей.

В своем исследовании я остановился на четырех Олимпиадах последних лет: Сидней-2000, Солт-Лейк-Сити-2002, Пекин-2008 и Ванкувер-2010. Две летние и две зимние в Австралии, США, Китае и Канаде соответственно. Конечно, я пропустил несколько других олимпийских столиц, однако ни Афины-2004, ни Турин-2006, к примеру, не являются достаточно релевантными для темы моей работы. Отобранные мною города либо находятся на территории обитания этнических и аборигенных меньшинств, либо страны, которые они представляют, имеют определенные проблемы с таким населением. В отличие от многих прежних Олимпиад XX века, на этих Играх были предприняты попытки не закрывать глаза на текущую ситуацию и историческое наследие аборигенного населения, а наоборот, более ярко представить их миру, подчеркнув неотъемлемую связь города-организатора и неоднородных и уникальных жителей региона или страны.

В свое исследование я также включил Паралимпийские Игры, проходившие в тех же городах после окончания основных Олимпиад.

Я разделил описываемые Игры по основным процессуально-символическим компонентам, в которых организаторам Олимпиад удалось в той или иной мере продемонстрировать многоэтничность и мультикультурализм своих стран и территорий. Это: *эстафета олимпийского огня, символ-эмблема Игр, талисманы Игр и официальные церемонии открытия и закрытия*. Я также хотел бы подчеркнуть, что оценка продвижения и поддержки мультикультурализма в символике Игр была проведена мною с точки зрения восприятия обычного человека. То есть на уровне регистрации вполне очевидных посылов. Если, скажем, в церемонии открытия олимпийских игр заметны и четко различимы какие-то этнические компоненты, то они регистрируются сознанием. Я также учитывал случаи непрямого восприятия, то есть когда смысл какого-то символа или символического действия «расшифровывался» для широкой аудитории в источниках легкодоступной информации, распространяемой организаторами соревнований, в комментариях телевизионных ведущих и т. д. Например, рассказ о том, что антропоморфная груда камней в логотипе Игр в Ванкувере — это реальный инуитский артефакт, а не абстрактная фантазия художника, и его выбор обусловлен определенными причинами. Тем не менее данная работа не затрагивает неочевидные подводные течения по включению мультикультурализма в контекст Игр. Скрытые нюансы многогранны и заслуживают отдельной скрупулезной работы.

Эстафеты олимпийского огня как способ презентации поликультурного населения страны

Общий тренд по вовлечению всех народов и общин в атмосферу Игр нашел свое отражение в маршрутах эстафеты олимпийского огня. Мы, естественно, понимаем культурную, политическую и рекламную ценность данного ритуала, удачно придуманного изобретательными нацистскими пропагандистами к Олимпиаде 1936 года в Берлине. После традиционного обряда зажигания факела от солнца в греческой Олимпии огонь доставляется в город-организатор для зажжения чаши на торжественной церемонии открытия. Однако между этими двумя событиями находится значительный временной промежуток, в ходе которого огонь путешествует по странам и континентам, как бы возвещая о предстоящем событии и приглашая всех присоединиться к празднику спорта если не в качестве спортсменов, то хотя бы в качестве зрителей. Эти маршруты тщательно разрабатываются, и любое место, где оказывается тщательно охраняемый факел, выбрано не случайно.

Переходя к конкретике, я бы начал с провала амбициозного плана КНР обозначить с помощью факела границы китайской Ойкумены. По задумке Пекина, огонь должен был посетить все провинции и автономные округа страны, а также побывать на Тайване. Однако тайбейский этап эстафеты сорвался из-за отказа руководства Тайваня сопровождать данную церемонию исполнением государственного гимна и демонстрацией прочей символики КНР по всему маршруту движения огня. На материке у КНР проблем не возникло: Гонконг, Тибет и населенный уйгурами Синцзян огонь посетил без инцидентов. Более того, помимо ханьцев, факелоносцами стали и некоторые знаменитости из числа этнических меньшинств. В частности, в Тибете с огнем бежала певица, а во Внутренней Монголии — актриса и баскетболист, игравший в американской НБА (оба — монголы).

В Австралии Олимпиада рассматривалась в том числе и в качестве дополнительного инструмента для примирения белого населения и аборигенов, чьи права уже долгое время попирались или игнорировались первыми. Чтобы подчеркнуть важность и серьезность намерений этой попытки, эстафета огня началась в Улуру — священном для австралийских аборигенов месте, а первым факелоносцем стала Нова-Перис Нибоун — первая австралийская аборигенка, чемпионка Олимпийских игр. Чашу на стадионе зажгла другая аборигенка — Кэти Фримэн, которая затем стала победительницей в беге на 400 м, и свой круг почета она пробежала с австралийским флагом и флагом австралийских аборигенов, доводя идею о примирении до триумфального заключения.

С ванкуверским факелом организаторы побывали во всех регионах страны, не забыв и об индейских резервациях, и о дальних стоянках инуитов и посетив 115 аборигенных общин.

Логотипы, или символы, олимпиад

Логотип, или символ, Игр является, наверное, самым тиражируемым элементом рекламной кампании. Он присутствует в разнообразных телевизионных сюжетах, новостях и бесчисленном количестве рекламных продуктов — от телевизионных до этикеток шоколадных батончиков и банок с газировкой. Он становится известен почти во всех уголках света. Таким образом, можно сказать, что логотип каждой конкретной Олимпиады является самым узнаваемым элементом из всей символики. Я намеренно не включил в свою работу рассмотрение пиктограмм, символизирующих конкретные виды спорта, так как на всех последних Олимпиадах места для символического изображения мультикультурализма на них не нашлось.

Логотипом зимней Олимпиады 2002 года в Солт-Лейк-Сити была *снежинка*, состоявшая из трех отдельных секций (рис. 1). Ее центральная оранжевая секция

символизировала традиционные орнаменты вышивки коренных индейцев штата Юта и представляла таким образом аборигенную культуру региона.



Рис. 1. Логотип Олимпиады-2002 в Солт-Лейк-Сити

Организаторы Игр в Сиднее поставили себе одной из задач смыть с Австралии пятно «преступления игнорированием» (“abuse of ignorance”) местного аборигенного населения. Поэтому тема аборигенного наследия и культуры здесь прослеживалась особенно отчетливо в символике и атрибутике Олимпиады. В частности, на эмблеме игр красовался бумеранг, одновременно являвшийся и частью человеческой фигуры (рис. 2). Этот же человек использовался и в олимпийских пиктограммах.



Рис. 2. Логотип Олимпиады в Сиднее

Логотип ванкуверской зимней Олимпиады-2010 назывался Иланаак, что в переводе с инуктитута — «друг» или «дружба» (рис. 3). Инунгуак — это каменная фигура в культуре инуитов, которой придана форма человеческого тела. Подобный реверанс в сторону коренного населения Канады тем не менее вызвал у его представителей определенное изумление. Представители индейских

племен, чьи предки с незапамятных времен обитали на побережье нынешней Британской Колумбии, никак не могли понять — почему чуждая им символика живущих за тысячи километров от Ванкувера инуитов-эскимосов стала символом олимпиады, если их собственная культура представляла вполне сопоставимый и более адекватный в данном контексте артефакт — знаменитый тотемный столб? Возможные варианты объяснения такого выбора — любительский подход к столь важному делу или большой коммерческий потенциал инуитского варианта — выглядят одинаково обидно. Официальные лица Канады, однако, недвусмысленно дали понять, что эти Игры — дело всей страны, а инунгуак — это новый символ страны, постепенно приходящий на смену традиционному кленовому листу. По их мнению, он является особенно удачной заменой в мире растущей политкорректности: у него нет лица, пола, религиозной принадлежности. Он обладает «молчаливой» идентичностью и к тому же он бесспорный хтонический элемент.



Рис. 3. Логотип Олимпиады в Ванкувере

Талисманы Игр

Насколько возможно, организаторы ванкуверских игр попытались «реабилитироваться» на талисманах. Их было сделано четыре, и организаторы постарались наполнить их «коренным» содержанием по максимуму. В частности, двое из четырех персонажей представляют собой довольно дикие гибриды представителей местной фауны. Например, согласно официальному буклету, Мига — это мифическая морская медведица, (наполовину касатка, наполовину медведь Кермоде), катающаяся на серфе летом и сноуборде зимой. Теперь понятно, откуда среди символов сочинской Олимпиады появился дельфин на горных лыжах. Хорошо, что нашим людям выбрать его в качестве официального

талисмана в голову не пришло. Другой жертвой местных фольклористов / биологов/рекламщиков стал Суми — от «сумеш», слово, означающее на языке индейцев салиш ангела-хранителя. Это существо представляет собой ангелахранителя с крыльями буревестника и ногами бурого медведя, и носит оно головной убор в виде касатки, выполненный по мотивам традиционных шапок индейцев Хайда. Остальные два — бигфут и ванкуверский сурок-мармот, чье имя Мукмук позаимствовано из местного чинукского жаргона (рис. 4).



Рис. 4. Талисманы Олимпийских игр в Ванкувере 2010 г.

Мне кажется, данный «винегрет» представляет настоящий кошмар для любого профессионального антрополога и точно не отвечает поставленной задаче по представлению культуры и наследия местных индейцев. Вместе с горелоготипом данные «франкенштейны» ничем не подчеркнули индивидуальность и уникальность различных аборигенных традиций, и наоборот, они показали традиционный поверхностный взгляд «белого человека» на местных жителей из кабинетов ванкуверского оргкомитета (читай: Оттавы).

Обычно талисманы Игр служат сразу нескольким целям. Так сложилось, что это, возможно, единственный уникальный продукт, стоящий максимально близко к людям, воспринимающим Олимпиаду. Он осязаем — плюшевые игрушки-сувениры и фигуры в полный рост постоянно окружают гостей городов-организаторов. Он вездесущ — компьютерные заставки трансляций почти всегда используют талисманы, и они наряду с логотипом будут смотреть на покупателей по всему миру с миллиардов продуктов и прочих брендированных предметов.

Наконец, эти персонажи призваны быть заряженными определенными смыслами, нести определенный посыл зрителям, выражать различные эмоции, побуждать у людей желание приобрести их в качестве сувениров.

Талисманами Игр Солт-Лейк-Сити 2002 были выбраны животные – представители штата Юта: американский заяц-беляк, койот и медведь-баррибал (рис. 5). Они символизируют соответственно три части олимпийского девиза *Быстрее! Выше! Сильнее!*» Все они также являются заметными героями легенд и мифов местных индейцев. Причем каждый персонаж носит на шее петроглиф, выполненный по мотивам, использовавшимся археологическими культурами Фремонт и Анасази. Для Параолимпийских игр ограничились одним талисманом – выдрой Отто (рис. 6). Почитаемые индейцами выдры были почти полностью истреблены вследствие загрязнения водоемов и безудержной охоты на них. Лишь недавно удалось поправить критическую ситуацию – популяция выдр начала увеличиваться. В итоге символизирующая жизненную силу выдра была выбрана талисманом, выражающим нестигаемый дух параолимпийцев.



Рис. 5. Талисманы Олимпийских игр в Солт-Лейк-Сити



Рис. 6. Талисман Параолимпийских игр в Солт-Лейк-Сити

Австралийский континент по многим параметрам настолько своеобразный, что в Сиднее особо мудрить не стали и выбрали вполне естественный вариант с использованием своих эндемиков: утконоса Сиды, ехидны Милли и кукабары Олли (рис. 7).



Рис. 7. Талисманы Олимпийских игр в Австралии

Из пяти «детей удачи» — талисманов пекинской Олимпиады — один напрямую обращался к вопросу этнической инаковости в КНР. Ин-Ин — тибетская антилопа-оронго в своем костюме и головном уборе сочетала народные орнаменты Тибета и уйгурского Синцзяна (рис. 8). Само животное оронго (или чиру) является одним из исчезающих видов-эндемиков Тибетского плато.



Рис. 8. Талисман пекинской Олимпиады

Официальные церемонии открытия и закрытия игр

Многонациональность кажущегося монолитным Китаем, помимо талисманов игр, была продемонстрирована и на церемонии их открытия. Государственный флаг страны вынесли на арену 56 детей, таким образом были представлены 56 официально признанных этнических групп КНР. Ребята были одеты в различные национальные костюмы, хотя все до одного были ханьцами, что вызвало впоследствии определенный ропот представителей других этнических групп. Церемония закрытия, по признанию свидетелей, была менее официальной и сопровождалась множеством песнопений. В этот раз на сцену поднялось немало действительных представителей неханьского Китая, включая певицу Хан Хонг — тибетку по происхождению.

Церемония открытия сиднейской Олимпиады представляла собой сменяющие друг друга сцены из истории континента. Это помогло организаторам, избегая однобокости освещения хронологии освоения континента, достаточно естественно представить все волны миграций. Одной из первых стала сцена

«Пробуждение», полностью посвященная австралийским аборигенам, чья история насчитывает тысячелетия. Сами аборигены были активно задействованы в этом сегменте, а комментировать происходящее на арене предоставили австралийскому актеру аборигенного происхождения. Последующие сцены иллюстрировали прибытие белых колонистов и даже относительно недавно начавшуюся иммиграцию в страну из Азии. На церемонии закрытия танцоры-аборигены и аборигенные темы были основным лейтмотивом.

Обратим внимание на интересную деталь церемонии открытия зимних Игр в Солт-Лейк-Сити. Штат Юта, где проходили Игры, является главным оплотом мормонов в США. Поэтому помимо чествования коренного населения штата — индейцев, американские организаторы решили подчеркнуть и эту уникальную особенность своего региона. В результате гимн страны-организатора США исполнил мормонский хор, который и в дальнейшем исполнял различные номера.

Идея преемственности поколений и постепенного заселения территории была иллюстрирована и на церемонии открытия ванкуверских Игр в 2010 г. Началась она с приветственных слов представителей четырех «первых наций» на их родных языках (равно как и на английском и французском). В центре стадиона были установлены четыре столба-фигуры, символизирующих эти четыре «первые нации» — исторические «хозяйки» ванкуверской земли. Руки фигур поднялись в салюте, приветствующем атлетов и гостей Олимпиады. Появившиеся затем танцевальные группы продемонстрировали другие этнические общины канадского общества: метисов, инуитов, франкоканадцев, а также народы Северо-Запада, народы Равнин, народы Востока и народы Арктики. Одеты

в различные национальные костюмы люди танцевали все время церемонии, приветствуя парад спортсменов. В церемонии закрытия вожди четырех «первых наций» — ливват, мусквим, сквамиш и цлей-ваутут — приняли участие наравне с премьер-министром Канады и президентом МОК Жаком Рогге.

Надо сказать, что в отличие от выбора логотипа организаторы ванкуверских Игр действовали более дальновидно. За шесть лет до их проведения они подписали особый протокол в поддержку Олимпиады с вышеуказанными четырьмя «первыми нациями», на чьих родовых землях должны были пройти соревнования.

Помимо реверансов в сторону коренного населения оргкомитету пришлось прикладывать значительные усилия, дабы не ущемить права франкоязычного населения Канады: церемонии открытия и закрытия велись кроме английского также и на французском языке, и большинство текстов и материалов Олимпиады было также продублировано, хотя Игры и проходили вдалеке от Квебека. Всех франкофонов удовлетворить, конечно, не удалось, однако сам факт серьезного отношения к ним весьма интересен.

Из фокусных артефактов, незатронутых трендом продвижения мультикультурализма, можно отметить и дизайн Олимпийских медалей и факела, на которых эта тема никак не отразилась. Возможно, это лишь вопрос времени.

В остальном же, как показывает предыдущая практика, на грядущих Олимпиадах этническим мотивам и проблемам признания культурного и исторического наследия коренного населения будет уделяться немалое внимание. Это будет важно для раздираемой этническими противоречиями и проблемами ущемления прав индейцев Бразилии (Рио-де-Жанейро-2016). И Россия, которая принимает Олимпиаду в 2014 году, также должна будет провести большую работу в этом направлении, чтобы не стать жертвой черного пиара и должным образом представить миру российские народы.

Отметим, что уже сейчас российских организаторов игр начинает бросать из стороны в сторону в вопросе определяющего посыла Игр. Логотип Сочи-2014 уже утвержден, и в нем обыгрывается совсем другая тема — инновационность (рис. 9).



Рис. 9. Логотип будущих Олимпийских игр в Сочи

Выполненный в виде Интернет-домена логотип может кому-то нравиться, кому-то нет, но тему инновационности он раскрывает довольно четко. Но недавно выбранные талисманы, как мне представляется, в своем дизайне далеки от продолжения этой линии. Лондон-2012 в паре логотип — талисманы ее выдержал, представив миру настолько революционные творения, которые нелегко комментировать однозначно (рис. 10, 11). Можно лишь похвалить британцев разве что за их упорную последовательность.



Рис. 10. Талисманы Лондонской Олимпиады 2012 г.

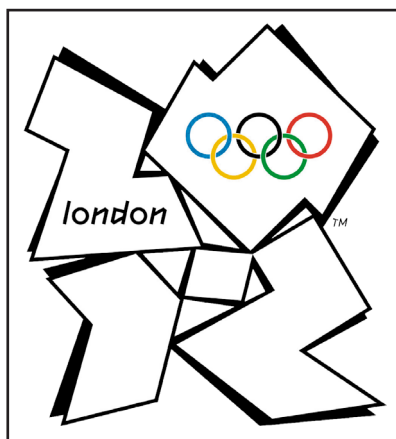


Рис. 11. Логотип Лондонской Олимпиады 2012 г.

Организаторы сочинской Олимпиады своим талисманом (числом три) позволяют поиграть с посылами (рис. 12). Тем более что они практически никакой инновационности в себе не несут и ее не представляют.

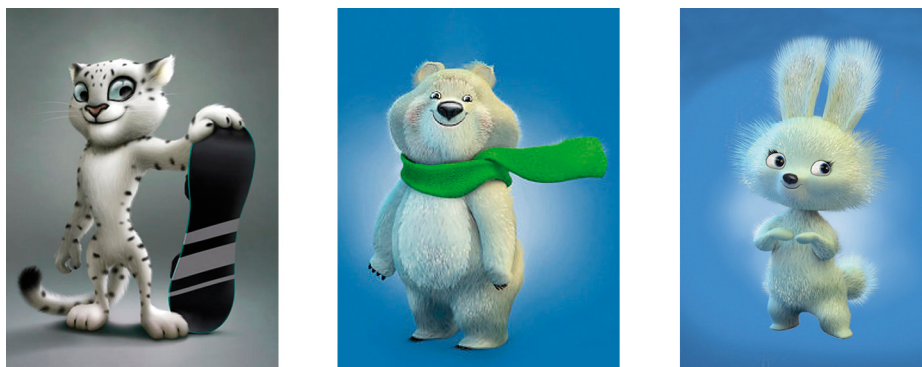


Рис. 12. Варианты талисманов к Олимпиаде в Сочи

Тем не менее, если в очередной раз в качестве талисмана-символа спортивного соревнования в России организаторы выбрали медведя, он в силу своего статуса «главного» русского зверя сможет «выступить» и на этнической контекстной арене, где леопард, похоже, будет символизировать горную культуру народов Кавказа. Этнический потенциал зайчика сейчас не вполне прорисовывается. С одной стороны — это как будто вполне русский персонаж, герой сказок и фольклора. С другой стороны, так как «русскость» уже достаточно представлена в Мишке, то в Зайке, как вариант, предоставляется возможность «поиграть смыслами», представив его (ее?) обладающим, к примеру, понтийско-греческой составляющей.

Из рассматриваемых символических средств при подготовке Олимпиады в Сочи пока незадействованными остаются церемонии открытия и закрытия Игр, а также эстафета олимпийского огня. Именно эти события представляют собой прекрасные информационные поводы, столь любимые СМИ. Их эффект бывает (и у нас может быть) гораздо ярче, чем представление миру талисманов и логотипа. Время для того, чтобы тщательно продумать их сценарии и маршрут, у нас еще осталось.

Безусловно, в Сочи предстоит колоссальная и одновременно тонкая работа, учитывая непростые взаимоотношения в Кавказском регионе и достаточно трагическое историческое наследие одного из фокусных мест Олимпиады — Красной Поляны. Примеры прошедших Олимпиад показывают, что серьезный прогресс в отношениях и единодушное принятие и поддержка Игр всеми участниками теоретически возможны. Так, в Сиднее была проведена значительная работа с аборигенным населением, и ее результаты оказались положительными. Они

позволили сфокусировать общественное внимание на проблемы и уникальность аборигенной культуры. Представители автохтонного населения австралийской земли активно приветствовали Игры и с интересом принимали участие во всем, что с ними было связано. Эта работа началась за несколько лет до события и сопровождалась массой значимых шагов и мероприятий, из которых повторяющимся были чрезмерно популярные фестивали, продвигавшие аборигенную культуру, наследие и современность.

Однако «поднятия на щит» идеи мультикультурализма только в те две недели, что будет проходить Олимпиада, скорее всего, будет недостаточно. Мероприятия в этом ключе надо начинать заблаговременно и не ограничиваться символическими жестами. Иначе наши Игры, как и пекинские, обвинят в том, что меньшинства и этническое многообразие были по большому счету проигнорированы.

В заключении замечу, что олимпийская символика и атрибутика весьма ограничены в передаче смыслов и посылов. То есть насыщение ими символов имеет предел, зачастую оставляя возможность лишь для одной идеи. Выбирая, скажем, историческую преемственность или связь с античностью (как в случае пиктограмм в Афинах-2004 и в Пекине-2008), мы уже не имеем возможности декларировать инновационность или дружественность окружающей среде. В этой связи идее мультикультурализма предстоит большая битва с не менее значительными конкурентами за место под солнцем.

ЧАСТЬ 2

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ И БРЕНДЫ ЮЖНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

1. ТРАДИЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДИНГА В УСЛОВИЯХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

М.А. Аствацатурова

Развитие сообществ Северо-Кавказского федерального округа (далее — СКФО), образованного в январе 2010 г., осуществляется в нескольких направлениях: экономическом, политическом, социальном. Они соответствуют традиционным разделам экономико-хозяйственного и социокультурного комплекса региона. Вместе с тем на повестку дня выдвигаются новые, креативные направления, которые соответствуют современным вызовам развития регионального и местных сообществ.

Эти направления зафиксированы в *Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года*, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. № 1485-р (далее — *Стратегия*). *Стратегия* предусматривает «переход указанных субъектов Российской Федерации от политики стабилизации к политике форсированного роста»¹.

Помимо интенсивного развития отдельных отраслей хозяйства и кластеров экономики изменения должны произойти в культурном комплексе региона. Поступательное изменение культурного пространства является условием, без которого невозможна позитивная динамика регионального и местных сообществ. Гармоничное сочетание культуры и пространства чрезвычайно важно для стабилизации общественных отношений². Тем более это значимо для СКФО, в котором заметны межэтнические противоречия, этнополитические конфликты, отмечаются факты терроризма, религиозного экстремизма, национализма, ксенофобии. Все это существенные угрозы национальной и человеческой безопасности³.

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. № 1485-р.

² Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест / под ред. В.К. Мальковой и В.А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2010.

³ Пути и средства обеспечения безопасности на Северном Кавказе / под общ. ред. Д.А. Еделева и Н.П. Медведева. М.: Пятигорск, 2009.

Развитие культурного пространства СКФО представляется весьма перспективным, так как культурный комплекс полиэтничного региона является оригинальным, масштабным и привлекательным. Здесь выделяются такие свойства, как гармоничное сочетание природного и антропогенного факторов, причем природный мир Северного Кавказа выступает важнейшей культуuroобразующей составляющей. Образы горных пейзажей, высокогорных ландшафтов, туристических и альпинистских трасс имеют не только региональное, но и общероссийское и международное значение¹.

Как отмечается в Стратегии, в СКФО сложилась одна из наиболее благоприятных экологических ситуаций на территории Российской Федерации, что связано с низким уровнем индустриализации округа и сравнительно небольшим количеством вредных производств и автотранспорта. В этой связи в СКФО развивается несколько видов туризма, как традиционных, так и креативных: *лечебно-оздоровительный, горнолыжный, спортивный (экстремальный), деловой, экологический, культурно-познавательный, паломнический, сельский, специализированный (археологический, конный, спелеологический, этнографический)*. Также организуются охотничьи и рыболовные туры, корпоративные экспедиции и восхождения. Многие отечественные компании, министерства, ведомства имеют в курортных зонах округа учебно-производственные базы и базы отдыха и организуют коллективные выезды для работы и проведения досуга. Уникальность и разнообразие природно-климатических ресурсов территории Северо-Кавказского федерального округа создает благоприятные условия как для постоянного проживания, так и для развития туристско-рекреационного комплекса².

Особым содержанием отличается традиционный коллективный антропогенный образ региона, где представления о горцах и казаках, обладающих такими характеристиками, как *мужество, благородство, бесстрашие, воинская доблесть*, горянках и казачках, которые славятся *природной красотой, целомудрием, верностью, домовитостью*, отражаются как в российской, так и в мировой литературе и искусстве. Вместе с тем в культурном имидже Северного Кавказа отчетливо присутствуют черты *риска, опасности, дерзости, свободолюбия, непокорности, жестокости*, связанные в общественном

¹ На территории СКФО расположено 6 государственных заповедников (Дагестанский, Кабардино-Балкарский, Кавказский, Северо-Осетинский, Тебердинский, Эрзи), 2 национальных парка (Алания, Приэльбрусье), 7 государственных заказников (Аграханский, Самурский и Тляратинский (Республика Дагестан), Даутский (Карачаево-Черкесская Республика), Ингушский (Республика Ингушетия), Советский (Чеченская Республика), Цейский (Республика Северная Осетия – Алания).

² Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа...

мнении с историческими реалиями и тенденциями обустройства жизни местных сообществ (*военные походы, набеговая система, кровная месть, заложничество, умыкание невест, расправы* и др.).

В сфере межэтнических отношений важными факторами в регионе являются общинность, диаспорность и клановость этнических групп, которые в этих обстоятельствах черпают дополнительные ресурсы. Диалог между этническими группами о степени «укорененности», титульности и автохтонности, равно как и о степени «диаспорности», имеет не только закономерный социокультурный характер, но и конфликтогенные компоненты, что подчас придает межэтническим отношениям негативный оттенок¹.

Положительные и отрицательные составляющие исторического социокультурного комплекса проявились в ходе присоединения региона к России². Вместе с тем региональное сообщество в ускоренном темпе приобщилось к общероссийскому социальному тренду и достигло впечатляющих успехов. Население субъектов СКФО, несмотря на выраженные этнополитические риски постсоветского периода, продемонстрировало высокую степень жизнеспособности, приспособляемости к новым экономическим, политическим и социальным условиям. Именно это внушает уверенность в том, что исторически сложившиеся витальные навыки населения региона получат перспективное развитие в условиях СКФО.

Критическое состояние экономики СКФО: дотационность регионов, безработица, социальная неустроенность большей части населения, низкий жизненный уровень — является главной проблемой, отраженной в Стратегии. На фоне неблагополучия экономико-хозяйственного комплекса убедительно и ярко проявляется природно-культурный, который воспринимается позитивно как жителями самого региона, так и населением страны. В этой связи развитие и осовременивание этого комплекса, как и общественных представлений о нем, является стратегической задачей управления и самоуправления.

Этнокультурный образ, этнокультурный имидж Северного Кавказа как региона с богатыми историческими традициями, уникальным соцветием культур разных народов, благоприятным сочетанием нескольких религий крайне важен в противопоставлении образам этнополитического риска. Последние сформировались в рамках таких опасных и дестабилизирующих проявлений, как терроризм,

¹ Аствацатурова М.А., Тишков В.А., Хоперская Л.Л. Конфликтологические модели и мониторинг конфликтов в Северо-Кавказском регионе. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2010; Оценка стратегии реконструкции и развития на Северном Кавказе. Экспертный доклад / А. Иванов и др. М.: Форум по раннему предупреждению и раннему реагированию, 2005.

² Малахова Г.Н. Становление и развитие российского государственного управления на Северном Кавказе в конце 18—19 вв. Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2001.

экстремизм, этносепаратизм, радикальные религиозные вероучения. Эти проявления создают коллективные опасения и страхи у населения России перед «кавказцами». Определенным социальным парадоксом является то, что эти опасения присутствуют и на самом Северном Кавказе среди русского населения и среди представителей диаспор, которые усматривают в коренном и титульном компоненте определенную угрозу стабильности и безопасности. Позитивный этнокультурный образ Северного Кавказа и северокавказцев важен для деэскалации проявлений взаимной ксенофобии, напряженности, недоверия¹. Поэтому конструирование этого образа необходимо вести всеми средствами: политико-административными, управленческими, организационными. Эффективное PR-обеспечение и информационное сопровождение этнокультурного образа Северного Кавказа может осуществляться только при условии объединения усилий органов власти, местного самоуправления, общественных организаций, общественных активистов и энтузиастов.

Разработка содержания и форм этнокультурного образа Северного Кавказа — важная задача организации и самоорганизации северокавказского сообщества, имеющая выраженное инновационное звучание. Очевидно, что традиционный этнокультурный образ региона нуждается в обновлении, осовременивании, а также в профессиональном брендинге. Целями такого брендинга могут быть выявление и популяризация лучших сторон и выигрышных направлений развития Северо-Кавказского федерального округа.

Брендинг СКФО хорошо сочетается с этническим составом и этнокультурным портретом региона. Так, на Северном Кавказе отчетливо выделяются сегментированные по этническому принципу культурные сообщества, которые различны по причинам образования, целям функционирования и методам достижения этих целей. Это вызвано, прежде всего, историко-политическими, социально-экономическими детерминантами, а также новыми факторами культуры и культурной модернизации регионального сообщества.

Субъекты СКФО являются теми географическими и социокультурным пространствами, в которых исторически сложились различные этнические коллективы. В этом смысле Ставропольский край, Республика Северная Осетия — Алания, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика и Республика Ингушетия представляют существенные ресурсы для воплощения нескольких культурных традиций².

¹ Стенограмма заседания Совета по поддержке развития институтов гражданского общества и правам человека. Москва. 19 мая 2010 г. Архив автора.

² Российский Кавказ. Книга для политиков / под ред. В.А. Тишкова. М.: ФГНУ «Росинформарготех», 2007; Этнические проблемы современности. Вып. 12 / под ред. В.А. Авксентьева, Б.В. Аксюмова, Э.Т. Майбороды. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2007.

Культурные традиции базируются на коллективных характеристиках акторов межэтнических отношений и межкультурного взаимодействия, которые можно сгруппировать следующим образом: русское население (в том числе казачество) и частично отождествляющие себя с русскими в этнокультурном и этнополитическом плане украинцы и белорусы; северокавказские горские и степные коренные (в том числе и титульные) народы; национальные меньшинства — диаспоры, представляющие дальнее и ближнее зарубежье.

При этом у этнических групп, включая доминирующий по численности и определяющий этнокультурную ситуацию в регионе русский этнос, есть собственные факторы и индикаторы конфликтогенности¹. Каждая этническая группа так или иначе вовлекается в этнополитические противоречия регионального, российского и международного масштаба и привносит в них собственный опыт межэтнического взаимодействия. Содержание данного опыта обусловлено многими социальными и политическими обстоятельствами: численностью (естественный и механический прирост), автохтонностью, близостью или удаленностью от территорий этногенеза, наличием или отсутствием государственных форм жизни, титульностью, осуществлением в отношении народа или этнической группы репрессий и депортаций, включенностью в этнополитический конфликт и др.

Русские, в том числе казачество, являются и осознают себя наследниками тех поколений, которые участвовали в освоении Северо-Кавказского региона, защите южных рубежей России, в обустройстве северокавказских территорий. Роль русских во включении Северного Кавказа в политико-правовое пространство России очевидна и значима, она велика и в формировании институтов власти и управления, и в самом осуществлении этого управления. Русское население сыграло решающую роль в национально-государственном строительстве на Северном Кавказе, в организации его экономико-хозяйственного комплекса, в политической и социальной жизни в советский период.

Группы русских остаются в субъектах РФ СКФО крупными и заметными участниками межэтнических и общественно-политических отношений в целом (помимо Чеченской Республики и Республики Ингушетия, которые являются фактически моноэтническими субъектами)². В Республике Северная Осетия — Алания, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Дагестан русские заняты в сфере промышленности, в области техник и технологий, в социальной сфере (здравоохранение,

¹ Этнические проблемы современности. Вып. 12–15 / под ред. В.А. Авксентьева, Б.В. Аксюмова, Э.Т. Майбороды. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005–2010 гг.

² Денисова Г.С., Уланов В.П. Русские на Северном Кавказе: анализ трансформации социокультурного статуса. Ростов н/Д, 2003; «Русский мир» и проблемы обеспечения устойчивого развития региона / под ред. Г.В. Косова. Ставрополь: Ставропольское книжное изд-во, 2008.

образование), в сфере науки, творчества и др. Здесь русские заметны также в сфере политики, управления, местного самоуправления и общественной институционализации.

В Ставропольском крае, где русские составляют более 80 %, они позиционируют себя как коренной, и нередко — как титульный народ. Здесь русские широко представлены в сфере бизнеса, предпринимательства, в социальной сфере, а также составляют большинство в политико-управленческой элите, в органах государственной власти и местного самоуправления.

Как отмечается в Стратегии, русское население для Северо-Кавказского федерального округа не только важнейший фактор стабилизации этнополитической ситуации, но и источник высококвалифицированных кадров, необходимых для обеспечения устойчивого развития этого федерального округа и для достижения его инвестиционной привлекательности¹. Этнокультурный брендинг СКФО невозможен без обращения к социокультурным характеристикам русского населения, особенностью которого являются давние исторические связи как с коренными народами, так и с группами национальных меньшинств.

В среде русского населения СКФО широко распространены патриотические настроения, понимание своей причастности к России и русскому миру. При этом именно русская культура являлась и является здесь реферирующей и интегративной, а русский язык — в полной мере языком межэтнического общения и взаимодействия².

В этом плане важно сохранение пространства действия русского языка, владение которым всегда считалось на Северном Кавказе важным, так как обеспечивало социальный лифт представителям коренного населения и диаспор. Кроме того, масштабный образ русского языка и русской речи имеет большое эмоциональное значение, так как овещает образы фольклора славянского (русского и казачьего) населения Северного Кавказа. Русские сказки, русские песни, русские поговорки содержат множество объединяющих идей, непосредственно воздействующих на общественное сознание, на коллективные настроения населения. Этому же служат исторические и современные сюжеты взаимопомощи, взаимопроникновения культур и идей. Здесь значимы образы русских учителей, русских врачей, русских ученых, которые популярны в коллективном сознании старшего и среднего поколения автохтонов Северного Кавказа, но мало знакомы молодежи.

Вместе с тем русское население СКФО имеет ряд существенных проблем. Прежде всего, это общая для всех сообществ федерального округа проблема

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года.

² *Абдулатипов Р.Г.* Мой Русский народ. Серия «Народы моей России». Библиотека Ассамблеи народов России. М.: Классик Стиль, 2004.

безопасности. Также существенна проблема уверенности в благополучных жизненных перспективах детей. Для русских, живущих в республиках, затруднительными является устройство на работу в престижных экономических сферах, а также общий социальный и политический лифт. Не имея широкой фамильной и клановой поддержки, русские являются здесь менее защищенными, чем представители коренных народов и диаспор, которые зачастую обращаются к родственникам и знакомым, используя свою этническую принадлежность.

В этой связи русские часто ориентированы на выезд из республик и являются участниками заметных миграционных процессов из Дагестана, Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии. Для русского населения республик СКФО привлекательны «русские» субъекты Северного Кавказа, их столицы и крупные города: Ростов-на-Дону, Новочеркасск, Краснодар, Сочи, Армавир, Кропоткин, Ставрополь, Пятигорск, Кисловодск, Минеральные Воды и др. Вместе с тем русские жители Ставропольского края испытывают воздействие масштабной миграции армян, даргинцев, которые активно встраиваются в структуры сельского хозяйства и сферы услуг, бизнеса и предпринимательства. В последние годы также увеличивается миграция в край (прежде всего в регион Кавказских Минеральных Вод) кабардинцев, карачаевцев, чеченцев, которых привлекает развитая инфраструктура, возможность социального обустройства (получение образования, повышение квалификации, трудоустройство, получение медицинского обслуживания и санаторно-курортных услуг, организация досуга, развлечений)¹.

В Ставропольском крае наблюдается смещение русского населения из восточных районов края в его центр и соответственное изменение этнического состава многих населенных пунктов². Снижение доли русского населения также отмечается в регионе Кавказских Минеральных Вод. Русское население Ставрополья крайне озабочено противоправными действиями, фактами хулиганства со стороны представителей молодежи некоторых коренных этнических групп, публичных национальных танцев в неурочное время, вульгарной демонстрации этничности в ходе праздников и массовых мероприятий. Молодежные этнические флешмобы (танцевальные и певческие), этномузыкальные автопаралы молодежи с развевающимися флагами зарубежных стран или соседних республик демонстрируют не только эмоциональную привязанность к своей этнической группе, но и акцентируют внимание на собственном этническом и конфессиональном присутствии.

Локальные конфликты и противоречия в крае между русскими (в том числе казачеством) и чеченцами, русскими и даргинцами, русскими и карачаевцами,

¹ Ученые Ставропольского края к 205-летию Кавказских Минеральных Вод // Научная мысль Кавказа. Спецвыпуск. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 2008.

² Этнические проблемы современности. Вып. 10–15. Ставрополь: СГУ, 2006–2010 гг.

русскими и армянами вызывают большой общественный резонанс и массовые недовольства. В среде русского населения и населения вообще бытует критичное отношение к перспективам нахождения Ставрополя в составе СКФО из-за «северокавказского окружения». Под воздействием террористических угроз (взрывы в Ставрополе, Пятигорске в 2010 г.) среди русского населения также рождаются радикальные призывы, националистические проявления («Русские марши»), обсуждаются левые этнополитические проекты (выход Ставрополя из состава СКФО, создание Русской Ставропольской республики) и др.

Вместе с тем русские Ставрополя сохраняют характерную для них в общем плане этнокультурную толерантность, терпимость, доброжелательность, широту души и «прямоту этнического жеста». В субъектах СКФО русская культура материализуется, кроме обычной жизни, в фестивалях и праздниках славянской культуры, в Славянских и Казачьих играх, в праздниках и соревнованиях («День Казачки», «И славен внук, как был когда-то славен дед»). Образы славянской, русской православной культуры четко прослеживаются в ходе религиозных и народных праздников, фестивалей, форумов (Рождество, Пасха, Яблочный и Медовый Спас, День славянской письменности, Масленица, Святки и др.).

Черты «русскости» также очевидны в содержании общегражданских праздников — День России, День народного единства, День Победы.

Русская культура остается референтной и основополагающей для распространения идей российского гражданского единства и патриотизма в СКФО¹. Именно эти черты органично вписываются в этнокультурный бренд СКФО и поддерживают не только его полиэтнический характер, но и гражданский пафос.

Северокавказские коренные горские народы. Типичными свойствами этнических групп коренных народов выступают *взаимоподдержка, возрастной и гендерный иерархизм, уважение к традиционным ориентирам, среди которых выделяется приверженность семейным, родовым, фамильным ценностям*. Необходимо отметить и *стремление к материальному благополучию, социальному престижу, активность в достижении жизненных целей*.

В то же время в общественном сознании горских народов в отдельных ситуациях проявляются исторические обиды и укорененные негативные образы, связанные с сюжетами Кавказской войны, с присоединением Северного Кавказа к России, национально-государственным строительством в советский период, репрессиями и депортациями в отношении балкарцев, ингушей, карачаевцев,

¹ Российская нация: становление и этнокультурное многообразие / отв. ред. В.А. Тишков. М.: ИЭА РАН, 2008.

чеченцев, а также в отношении казачества в ходе установления советской власти и в процессе проведения коллективизации. Это формирует определенный конфликтогенный фон, когда обостряются межэтнические отношения и проявляются конфликты¹.

Для северокавказских автохтонов также важна территориальность этничности, этнокультурная исключительность и оригинальность. Крайне важно понимание причастности и приверженности к соответствующему субъекту РФ – республике, обладающей определенным уровнем государственного суверенитета, который в общественном сознании отождествляется с этническим суверенитетом².

Практика национально-государственного и национально-территориального строительства свидетельствует, что с территориальностью и огосударствлением этничности связаны острые проблемы взаимоотношений этносов, которые выражаются в конфликтах за «исконную» территорию, за территорию этногенеза как за социокультурную среду и среду достижения политических интересов. Здесь проявляется роль этнических элит, которые зачастую формируются в местном сообществе с учетом положения статуса фамилии, рода, тейпа³. В формировании элит проявляются как общие тенденции генезиса и функционирования этнократии, так и частные тренды, вызванные ситуациями в субъектах⁴.

Внутри сообществ проявляется конкуренция фамилий, родов, тейпов, которая проецируется в институционализацию этнократии⁵. Зачастую конкурирующие фамилии и активисты формируют вокруг себя группы поддержки из родственников и друзей, что приводит к скрытой или явной вражде во властных структурах, бизнесе, а также к манифестным межклановым разборкам, заказным убийствам (в частности Республика Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика).

¹ Хоперская Л.Л., Харченко В.А. Локальные межэтнические конфликты на Юге России: 2000–2005 гг. Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2005.

² Национальные особенности, культурные традиции и наследственные факторы народов, проживающих на Северном Кавказе (Этноэтикет народов Северного Кавказа) / авт.-сост. В.В. Чебан. Ставрополь: Ставропольское книжное издательство, 2007.

³ Национальные элиты и проблемы социально-политической и экономической стабильности: материалы Всероссийской научной конференции (9–10 июля 2009 г., Ростов-на-Дону) / отв. ред. Г.Г. Матишов. Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2009.

⁴ Этнократии на Юге России в экспертном измерении / под ред. Ю.Г. Волкова // Южно-российское обозрение ЦСРИиП ИПК ЮФУ и ИСПИ РАН. Вып. 47. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2007.

⁵ Проблемы консолидации народов Северного Кавказа. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Современные этнополитические и этноконфессиональные процессы на Северном Кавказе: проблемы и пути решения» (23–27 октября 2008 года). Пятигорск: РИА-КМВ, 2008.

В общественном дискурсе акцентируются автохтонность и титульность определенных народов как повод для их территориально-политических привилегий на данную территорию. Это приводит к этнополитическим противоречиям и конфликтам (на определенном этапе — попытки сецессии со стороны Чеченской Республики, осетино-ингушский конфликт, противоречия и конфликты между карачаевцами и черкесами, кабардинцами и балкарцами, конфликты северокавказцев с русским населением Ставропольского края и республик)¹.

Относительно новой тенденцией является противостояние клерикально настроенных кругов и групп и истинного религиозного мировоззрения и конфессиональной практики. Приверженность подавляющего большинства северокавказских сообществ исламу придает социокультурному процессу региона особое содержание. Этот процесс отмечен повышением интереса населения к религии на уровне мировоззрения и на уровне обыденных норм, в том числе и в среде молодежи. Увлечение этноконфессиональными практиками (православными, мусульманскими и иными), с одной стороны, гармонично и соответствует традиционным ориентирам местного населения. С другой стороны, эти практики входят в определенные противоречия с приемами светской жизни и подчас создают ситуации непонимания и взаимного недовольства. Ускоренный процесс распространения религиозного мировоззрения в среде молодежи отражает новую социокультурную тенденцию, которая требует к себе внимания.

В условиях новейшей этнополитической ситуации северокавказские народы сохраняют множество привлекательных и привлекающих характеристик. Северокавказские автохтоны демонстрируют благополучные на фоне других регионов РФ межгендерные и межпоколенные отношения. Местным сообществам присущи крепость браков, многодетность, уважительное отношение к семейно-родственным устоям, долгожительство и др. Позитивными характеристиками коренных народов являются их приверженность природе, историко-культурному комплексу, а также понимание своего места в исторических и современных культурных сюжетах.

Горская культурная традиция важна как составляющая этнокультурного бренда Северного Кавказа, прежде всего в силу имманентной гармоничности с самим регионом. Выигрышными чертами горской культурной традиции как традиции коренных народов также являются: общая история, сходная ментальность, общие жизнеобразующие цели, общие социально-профессиональные приемы и навыки. Кроме того, это общий культурный, художественный комплекс, который материализуется в народных промыслах, в ремеслах, прикладном

¹ Противодействие этническому и религиозному экстремизму на Северном Кавказе // Материалы межрегиональной научно-практической конференции (11–14 ноября 2009 г.). Майкоп, 2009.

искусстве. Так, только на предприятиях Республики Дагестан производится около 15 % всех изделий народно-художественного промысла, изготавливаемых в Российской Федерации¹.

Привлекательными и популярными брендами субъектов СКФО может быть выращивание винограда, производство вина и коньяков (дагестанские и ставропольские), приготовление национальных блюд (шашлык, пироги, пиво и др.). Несомненным брендом являются столовые и лечебные минеральные воды, распространенные в Ставропольском крае, Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии, Дагестане, Северной Осетии – Алании («Нарзан», «Ессентуки», «Славяновская», «Смирновская», «Зарамаг», «Кармадон», «Новотерская целебная», «Архыз», «Кубай» и др.).

Важную роль в северокавказском бренде играет музыкальное и танцевальное народное искусство горских народов. Зажигательные танцы джигитов, лезгинки, массовые и парные танцы составляют общий эмоциональный образ музыкального фольклора коренных народов СКФО.

Диаспоры (национальные меньшинства) – этнические группы, основной ареал проживания материнских этносов которых находится вне пределов РФ². Диаспоры обеспечивают разнообразие северокавказского пространства в его внутри внешнеполитическом плане. Среди них выделяются этнические группы, представляющие дальнее зарубежье, этнические группы, представляющие ближнее зарубежье, этнические группы, не имеющие государственности³.

Эти группы являются полпредами материнских народов и соответствующих государств, что так или иначе воздействует на систему международных отношений. В этом плане проблема институционализации этничности диаспор соотносится с проблемой соотечественников за рубежом, которая обозначилась после распада СССР и которая имеет новое звучание для российского сообщества. В северокавказском сообществе, где сложились компактные и дисперсные группы, представляющие народы бывшего СССР – ближнего зарубежья, и страны дальнего зарубежья (азербайджанцы, армяне, болгары, греки, грузины, евреи, немцы, поляки, туркмены, украинцы и др.), взаимодействие с соотечественниками за рубежом приобретает реальные векторы.

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года.

² Аствацатурова М.А., Савельев В.Ю. Диаспоры Ставропольского края в современных этнополитических процессах. Ростов н/Д; Пятигорск: Изд-во СКАГС, 2000; Аствацатурова М.А. Диаспоры в Российской Федерации: формирование и управление. Ростов н/Д; Пятигорск: Изд-во СКАГС, 2002.

³ Аствацатурова М.А. Роль этнических общин и диаспор в развитии Юга России // Современное состояние и сценарии развития Юга России. Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2006.

Положение, статус и самочувствие диаспор Северного Кавказа детерминированы этнополитическими и этнокультурными особенностями РФ¹. Они отличают постановку проблемы национальных меньшинств в России от общепринятых принципов в мировой политической и правовой практике². В силу некоторых обстоятельств в РФ не принят закон о национальных меньшинствах. Так, в численном отношении все этносы и этнические группы в сравнении с русскими являются национальными меньшинствами. Кроме того, множество этносов являются коренными российскими народами, имеют формы национальной государственности на территории России и не могут быть отнесены к национальным меньшинствам³. И, наконец, этнические группы нероссийского происхождения, не имеющие государственности на территории РФ, далеко не всегда относят себя к категории национальных меньшинств, так как не подвергаются дискриминации по этнополитическому и этнокультурному принципу. В этой связи вопрос отнесения гражданина РФ к национальному меньшинству является вопросом его личной идентификации и самоопределения.

Примечательно, что диаспоры СКФО в полной мере ощущают свою полноценную причастность к региональному сообществу. Их историческая судьба напрямую связана с судьбой русского населения СКФО, а также с судьбой горских народов. По культурному менталитету диаспорные группы занимают компромиссное положение между менталитетом славянского и горского населения, сохраняя при этом собственную этнокультурную идентичность, приверженность религии основного этнического массива (православие, армянский апостольский канон, ислам, католичество, протестантизм, буддизм, конфуцианство и др.).

В диаспорном сегменте СКФО также существуют конфликтогенные факторы, прежде всего связанные с массовой миграцией, с интенсивным пополнением диаспорных групп. В частности, внутри диаспор наблюдается конкуренция между субгруппами, образованными по месту и времени исхода, т. е. между старыми диаспорами и диаспорами новой и новейшей волн. Также существует конкуренция и борьба за престижные и перспективные ниши экономико-хозяйственного комплекса между диаспорами, а также между новейшими диаспорными группами и старожильческим населением принимающих территорий. Определенный конфликтогенный фактор присутствует в поведении диаспорной

¹ Новые этнические группы в России. Пути гражданской интеграции / под ред. В.В. Степанова, В.А. Тишкова. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2009.

² Зорин В.Ю. Российская Федерация: проблемы формирования этнокультурной политики. М.: Русский мир, 2002; Калинина К.В. Национальные меньшинства в России. Программа «Модель демократии для России». М.: Изд-во РАГС, 1999.

³ Юрьев С.С. Правовой статус национальных меньшинств (теоретико-правовые аспекты). М., 2000. С. 31–38.

молодежи (в частности армянской, греческой, туркменской), далекой от знания и исторических реалий содружества народов, от понимания этнокультурного и этнополитического структурирования местных сообществ СКФО.

В составе этнокультурного бренда Северо-Кавказского региона отчетливо видны такие диаспорные черты, как *приспособляемость, адаптивность, богатые социальные навыки, стремление к высокому жизненному уровню, к общему социальному благополучию*. Диаспоры стремятся проявиться в сфере бизнеса, предпринимательства, что соответствует направлениям развития СКФО. Так, в Стратегии отмечается, что особенностью СКФО является «высокая численность индивидуальных предпринимателей. Если количество индивидуальных предпринимателей соответствует среднероссийскому показателю — 280 человек на 10 тыс. жителей, то количество малых и средних предприятий по субъектам Российской Федерации, входящим в состав Северо-Кавказского федерального округа, в 2–7 раз ниже, чем в среднем по Российской Федерации»¹. В субъектах РФ СКФО разработаны и утверждены целевые программы, такие как «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательств» и др., которые во многом соответствуют потребностям диаспорных сообществ.

Как и в других регионах, в субъектах РФ СКФО положение, состояние и намерения некоторых диаспор (армянской, греческой, еврейской) в известном смысле служат показателями стабильности / нестабильности и безопасности / небезопасности.

Диаспорный вклад в этнокультурный бренд СКФО проявляется в особенностях национальной культуры, в частности музыкальной и танцевальной, которая чрезвычайно популярна. Также известны достоинства азербайджанской, армянской, греческой, грузинской, еврейской, украинской кухонь, которые представлены в многочисленных ресторанах, кафе, носящих в то же время и этнические названия. Профессионально-социальная специализация диаспор, как правило, реализуется в городской среде (Ставрополь, Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Нальчик, Владикавказ, Черкесск)². Здесь диаспоры представлены авторитетными активистами, заметными в сферах бизнеса, предпринимательства, услуг, образования, медицины, науки, культуры, искусства. В этой связи сохранение диаспорной культурной традиции является важнейшим условием популяризации этнокультурного бренда СКФО.

Как видно, концепты социокультурного развития Северо-Кавказского региона отличаются не только общим социальным, но и выраженным этнокультурным

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года.

² Армяне Ставрополя и Терека / под ред. В.З. Акопяна. Пятигорск, 2007; Савва М.В. Новые диаспоры Краснодарского края (права, интересы, динамика интеграции и восприятие местным сообществом). Краснодар, 2006.

характером. Как важнейшие ценности актуальны, прежде всего, социальная справедливость, стабильность, обеспечение безопасности в условиях северокавказских этнополитических рисков. Но также не менее значимы и такие ценности, как этнокультурное разнообразие, этноконфессиональный ренессанс, межкультурное взаимодействие. Все эти проявления могут составить привлекательный образ Северо-Кавказского региона как неотъемлемой части России, как безопасного региона, отличающегося поликультурностью, социальным, ментальным плюрализмом.

Раздел 1

Русский компонент в истории и культуре Юга России

1.1. ОБРАЗ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ РОССИЯН: МЕНЯЮЩАЯСЯ ТРАДИЦИЯ ВОСПРИЯТИЯ

Х.В. Туркаев

В постсоветский период Северный Кавказ, к сожалению, ассоциируется у многих людей с террористами, шахидами и прочими преступными деяниями отдельных его представителей. Былой величественный образ этого края и его населения, созданный великими русскими писателями, художниками, композиторами, этнографами и историками, сейчас постепенно тускнеет в массовом сознании. Признание классика: «*Как сладкую песню / Отчизны моей / Люблю я Кавказ*» – уже не трогает сердца и души сегодняшней молодежи. Теперь она воспитывается не на высоких идеалах человеколюбия и демократической мысли России, а на идеях раскола единого российского общества на национально замкнутые ячейки; на идеях, формирующих бездуховного обывателя. Эти идеи интенсивно «впрыскиваются» в их сознание средствами массовой информации.

Притягательная характеристика Северного Кавказа, находящегося на перекрестке великих цивилизаций Востока и Запада, складывалась веками. В его духовных сокровищах прочитывается художественное освоение мироздания, в них слышны отзвуки культур Передней Азии, Ближнего и Среднего Востока, Греции, средневековой Европы и России. О глубинах эстетических представлений горцев, в основе которых лежат развитые идеи гуманизма, сейчас, за исключением узкого круга специалистов, никто понятия не имеет. Под натиском драматических событий постсоветского времени прервано былое тяготение народов к историко-культурному наследию друг друга.

Положительный имидж края мог бы быть реанимирован и широко использован в наши дни для презентации в общественном пространстве представлений о духовном наследии, о природных ресурсах региона. Развернутый анализ уникальной культуры горцев, их языков, литератур, их взаимосвязей с окружающими художественными системами, в первую очередь – с русской литературой и искусством, анализ сложных путей формирования их национальной идентичности мог бы ускорить интеграцию этого неповторимого края в общероссийское

общественное сознание, сделать его вновь притягательным пространством для россиян. Такое повторное «открытие» Северного Кавказа (вслед за А.С. Пушкиным) крайне актуально сегодня, в постконфликтный период, для формирования у подрастающих поколений российских народов чувства семьи единой, дальнейшего взаимообогащения их культур.

Однако массовые негативные представления, опирающиеся на крайне предвзятую информацию СМИ и подделок от кино, на во многом мифологичные страшилки из рассказов «очевидцев», далеки от реальности и формируют совсем не притягательный образ Северного Кавказа, способствуют возникновению центробежных настроений даже у представителей горской молодежи.

Поколению россиян, выросшему в условиях хаоса 90-х годов и в условиях дезориентации сознания общества с помощью СМИ, полезно было бы знать некоторые факты. Например, о том, что древнерусская народность в X–XII вв. поддерживала связи с предками современных горцев Северного Кавказа через Хазарский каганат. Об этом писали известные отечественные ученые — археологи и этнографы — Е.И. Крупнов, В.И. Козенкова, В.И. Марковин, М.Х. Багаев, Н.С. Волкова, Б.К. Далгат и другие. На материальных памятниках культуры северокавказских народностей запечатлелись следы «древнерусского влияния». Множество слов национальных языков по форме и содержанию совпадает с русским. Есть вполне аргументированное предположение ученых о том, что один из героев «Слова о полку Игореве» по имени Овлур был представителем предков вайнахов¹. Ко времени создания этого выдающегося памятника древнерусской литературы относится начало взаимодействия художественных воззрений русского и горских народов. В последующие века, по мере упрочения русской государственности и учащения контактов между ними, исходящие от русского языка и ментальности русского человека импульсы обогащали горские языки, оказывали неизбыточное влияние на образное мышление горцев, что отразилось прежде всего в их фольклорных произведениях.

Знакомство горцев Северного Кавказа с русской культурой происходило разными путями. До начала кавказской колонизации и даже в период активных военных действий чеченцы, например, по разным причинам (кровная месть или нежелание принять мусульманство) уходили к своим соседям русским и с течением времени становились казаками. Было и наоборот — к чеченцам бежали крепостные крестьяне, солдаты и казаки во время Кавказской войны².

¹ Мальсагов Д.Д. О некоторых непонятных местах в «Слове о полку Игореве» // Известия НИИИЯЛ. Грозный, 1959. Т. 1. Выпуск III .

² Гриценко Н.П. Истоки дружбы. Из истории экономических, культурных связей и дружбы чеченского, ингушского народов с великим русским народом. Грозный, 1975. С. 60–61.

О складывавшихся тогда между чеченцами и русскими отношениях писал Л.Н. Толстой в своей повести «Казачьи»: *«Очень, очень давно предки их... бежали из России и поселились за Теремом между чеченцами на Гребне... Живя между чеченцами, казаки породнились с ними и усвоили себе обычаи, образ жизни и нравы горцев, но удержали и там... русский язык... Еще до сих пор казацкие роды считаются родством с чеченскими...»*¹ Начавшееся тесное взаимодействие горцев с русским народом дало своеобразный толчок для возникновения нового витка в развитии их художественной культуры².

Русская литература этого времени (XVIII–XIX вв.) редко касалась темы Кавказа. Кавказ для русских писателей все еще оставался «далекой страной», непонятной и загадочной. Только отдельные штрихи к образу Кавказа и его жителей, набросанные в произведениях Ломоносова, Хераскова, свидетельствовали о возрастающем интересе русского общества к этому краю. И все же уже тогда началось активное воздействие научного и художественного потенциала России на сознание горских народов. Начавшиеся при Петре I и приобретшие особый размах при Екатерине II российско-европейские научные и культурные связи привнесли в общественную и литературную мысль России европейские критерии оценки и осмысления действительности. Так, западные идеи Просвещения, преломляясь через российскую действительность и общественную мысль России, предопределили впоследствии идейно-эстетические поиски у творческой интеллигенции народов России. Эта своеобразная состыковка общественной и культурной мысли Запада и, к примеру, Северного Кавказа, произошла благодаря русской культуре. Такова была первоначальная роль России в зарождении новых форм национальных письменных культур. В этом ее историческая роль.

Мифы и нартский эпос, волшебные и героические сказки, малые формы исторического эпоса, выдающаяся архитектура башен средневековья, наскальные рисунки и надписи на башнях и склепах, а также новая форма осмысления действительности, сформировавшаяся в эпоху Ренессанса, героико-эпические и исторические песни-илли, арабоязычная литература, — все это художественно-эстетическое наследие горцев Северного Кавказа, накопленное ими на протяжении многих веков до начала их тесного соприкосновения с художественной культурой русского народа. Эта особая и неповторимая система художественности, в каждом пласте которой трансформировалась история горцев, их философия прошедших эпох, взаимосвязь с мировыми художественными системами³.

¹ Толстой Л.Н. Полн. собр. соч.: в 90 т. М.; Л.: Госиздат, 1929. Т. 6. С. 15–16.

² См.: Акиева Х.М. Изобразительное искусство Чечни и Ингушетии в первой половине XIX века как фактор этнокультурного и социокультурного развития // Материалы региональной научной конференции. Грозный, 2007. С. 16–27.

³ Семенов А.И. К вопросу о мировых мотивах в фольклоре ингушей и чеченцев // Академия наук СССР академику Н.Я. Марру. М., 1935.

К ее активному познанию и изучению в последней трети XVIII в. обратились русские ученые-академики И.А. Гильденштедт и П.С. Паллас, а в начале XIX в. — академик И.Ю. Клапрот. Эти и другие ученые, историки и этнографы, путешественники, а также различные общества и специальная комиссия, созданная при императорском дворе после окончания Кавказской войны (1864), объективно способствовали интенсивному вовлечению исторического и культурного прошлого народов Северного Кавказа в контекст российской науки и культуры, способствовали началу процесса перелома сознания российской общественности в отношении северокавказских горцев.

Последствия этой культурной «экспансии» царизма на Северном Кавказе трудно переоценить: она заложила основы национально-культурного возрождения края. К тому же величайшее значение в этом процессе имело то, что немногие образованные горцы получили доступ к идеям русского Просвещения. Таким образом, сложились художественно-идеологические предпосылки зарождения новой художественно-эстетической мысли горцев.

Идеи русского Просвещения до образованных горцев Северного Кавказа впервые дошли через опальных декабристов. Идеи гражданского служения, активной борьбы за свободу угнетенных, присущие мировоззрению декабристов, были созвучны мыслям и чувствам народов, отстаивавших в борьбе с царизмом свою национальную независимость. Декабристы впервые в русской литературе обратились к теме горца, его быта и психологии и дали русскому обществу верное представление о патриархальном мире народов, которых еще не коснулась волна надвигающейся буржуазной цивилизации. Они нарисовали образ человека, устремленного к добру и миру и потому достойного лучшей доли (например повести «Аммалат-Бек», «Мулла Нур» и кавказские очерки А.А. Бестужева-Марлинского).

Гуманистическое направление в русской литературе начало набирать темпы только после победоносного завершения Отечественной войны 1812 года. Если в конце XVIII — начале XIX вв. в русской литературе, изредка обращавшейся к теме северокавказских горцев, главным было утверждение имперского величия России, то поворот этой литературы к личности горца, его внутреннему миру напрямую зависел от меняющегося мировоззрения русского общества. Его элитарное сословие, разгромившее Наполеона, а затем попытавшееся произвести реформы в общественной и политической жизни России, осознало, во имя каких ценностей сражаются горцы, увидело, что такая нравственная категория, как свобода, за которую оно вчера воевало, присуща не только им, но и горцам. Отстояв свободу своей Родины и народа, защитники России стали ценить и стремление горцев к свободе. В наиболее яркой и содержательной форме это проявилось в творчестве декабристов.

Навязывавшееся официальной пропагандой мнение о горцах как о народах, живущих только разбоем и войнами, не способных к мирной и культурной жизни,

серьезно пошатнуло гуманистическое и демократическое восприятие их декабристами. Декабристы нанесли первый удар по антинародной политике царизма, развеяли мрак ложных представлений, который окружал горцев, бросили первые семена в почву, на которой начался подъем их национального самосознания.

Вслед за декабристами на Северный Кавказ пришли А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Л.Н. Толстой и другие русские писатели. Осмысление ими кавказской действительности привнесло в их творчество новую для русской литературы философию человека — горца, непривычную для сознания русского общества. Пушкин, Лермонтов, Толстой глубоко вникли в самую суть характера, мыслей и чувств горцев, изобразили их человеческие, демократические помыслы. Осмысление в произведениях русских классиков внутреннего мира горцев придавало начинающим северокавказским просветителям мощный импульс для творчества, обращения к проблемам национальной действительности.

До появления поэмы А.С. Пушкина «Кавказский пленник» (1822) Кавказ все еще оставался для русской литературы «далекой страной», ибо кавказская действительность еще не получила в ней реалистического осмысления. В поэме «Кавказский пленник» Пушкин впервые в русской литературе показал социально-нравственные процессы, происходящие в чеченском обществе. Пушкин первым отобразил отношение доверия и уважения, начавшие возникать между Кавказом и Россией. Им найдена глубинная суть нравственного мира горцев, непривычного для русского восприятия того времени... *«С легкой руки Пушкина, — писал В. Белинский, — Кавказ сделался для русских заветною странюю не только широкой, раздольной воли, но и неисчерпаемой поэзии, странюю кипучей жизни, смелых мечтаний. Муза Пушкина как бы освятила давно уже на деле существовавшее родство России с этим краем... И Кавказ — это колыбель поэзии Пушкина — сделался потом и колыбелью поэзии Лермонтова...»*¹

В написанной несколько позже драматической поэме «Тазит» (конец 1829 — начало 1830 гг.) Пушкин показал начавшийся процесс гуманизации горского общества, процесс перестройки вековых традиций, освященных суровой бранной жизнью, процесс разрушения адатских понятий о чести и достоинстве личности, рост прогрессивных взглядов горцев. В «Галубе» («Тазит») глубоко гуманная мысль выражена в образах столько же отчетливо верных, сколько и поэтических. Продолжая свою мысль, Белинский писал, что в «Галубе» *«...показано, что и там (на Кавказе) есть человеческое достоинство, осужденное на трагическое страдание»*².

А.С. Пушкину первому принадлежит величайшая заслуга не только в том, что он осмыслил привлекательный и богатый внутренний мир горцев.

¹ Белинский В.Г. Избранное: В 2 т. М.: ГИХЛ, 1959. Т. 2. С. 634.

² Белинский В.Г. Собр. соч.: В 9 т. М.: Худож. лит., 1981. Т. 6. С. 465.

Его объективная характеристика исторических личностей горцев и усилия, направленные на зарождение горской литературы, сближали народы российской империи. Так, в «Путешествии в Арзрум» А.С. Пушкин писал: *«Вот впечатления настоящие восточные! Славный Бейбулат, гроза Кавказа, приезжал в Арзрум с двумя старшинами черкесских селений, возмущившихся во время последних войн. Они обедали у графа Паскевича. Бейбулат, мужчина лет 35, малорослый, широкоплечий. Он по-русски не говорит, или притворяется, что не говорит. Приезд его в Арзрум меня очень обрадовал: он был мне порукой в безопасном проезде через горы и Кабарду»*¹. В 1836 г. в первых номерах своего журнала «Современник» А.С. Пушкин напечатал произведения адыгского писателя Султана Казы-Гирея «Долина Ажитугай» и «Персидский анекдот». Тем самым он заложил основы взаимодействия русской и зарождающейся на русском языке горской литератур.

Идеи кавказских произведений Пушкина гениально продолжил М.Ю. Лермонтов. Тему надежды, веры в светлое будущее, характерную для кавказского цикла Пушкина, он облек в новую форму, развил на новых художественных образах горцев (поэмы «Измаил-Бей», «Мцыри», роман «Герой нашего времени» и др.). В.Г. Белинский писал о романе М. Лермонтова: *«Вот книга, которой суждено никогда не стариться, потому что, при самом рождении ее, она была вспырыснута живою водою поэзии! Эта старая книга всегда будет нова»*².

Прототипами героев названных произведений, по мнению некоторых лермонтоведов³, были исторические лица из горцев. Сам Лермонтов в поэме «Измаил-Бей» говорил о своих тесных связях с чеченцами:

*...Старик-чеченец,
Хребтов Казбека бедный уроженец,
Когда меня чрез горы провожал,
Про старину мне повесть рассказал.*

О вдохновляющем воздействии Кавказа Михаил Лермонтов так писал Сергею Раевскому: *«Если ты поедешь на Кавказ, то это, я уверен, при-*

¹ Пушкин А.С. Полн. собр.соч. М.: Изд-во АН СССР, 1948. Т. 8. С. 479. (А.С. Пушкин говорит о руководителе национально-освободительного движения в Чечне Бейбулате Таймиеве. – Авт.)

² Белинский В.Г. Собр. соч.: Т. 8. М., 1954. С. 116.

³ См.: Дурьлин С. «Герой нашего времени» М.Ю. Лермонтова. М.: УчпедГиз, 1940. С. 37–69, 177–200; Виноградов Б.С. Горцы в романе М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени» // Известия. Вопросы чечено-ингушской литературы. Грозный, 1964. С. 65–85.

несет тебе много пользы физически и нравственно: ты вернешься поэтом»¹.

Уяснить характер лермонтовского видения Кавказа и причины его сыновней любви к этому краю, его людям в какой-то мере помогает характеристика внутреннего мира горцев, составленная анонимным автором сразу же после пленения Шамиля.

В статье «Покорение Кавказа» он писал: *«В натуре горцев много ума и чувства, много мужества и силы характера; при известных условиях качества эти должны были, конечно, образовать того хищного, смелого и ловкого горца, каким мы видим и знаем его давно. Но оторванный от своего мира и воспитанный в мире европейском горец представляет нам человека способного, энергичного, с умом и чувством... Почему так долго держались против нас чеченцы, терпели и голод, и крайнюю нужду, умирали и посылали детей на смерть? Нам кажется, не из одной покорности Шамилю и его проповедникам, не из жажды грабежа, как думают многие, — нет, из желания независимости, по естественному убеждению народа, отстаивающего свою свободу, из чести и славы»*². Такие качества горцев были понятны и близки М.Ю. Лермонтову — человеку безграничной отваги, поборнику свободы, гордому и непреклонному.

Сам Лермонтов так говорил об установившихся между ним и горцами отношениях: *«Я многому научился у азиатов, и мне бы хотелось проникнуть в таинство азиатского мирозерцания, зачатки которого и для самих азиатов, и для нас еще мало понятны. Но поверь мне, там, на Востоке, тайник богатых откровений»*³.

В некоторых ранних кавказских произведениях Пушкина и Лермонтова («Кавказский пленник», «Измаил-Бей») мы встречаем яркое описание нравов горцев. В последующих произведениях («Тазит» Пушкина, «Беглец», «Валерик», «Кавказец» Лермонтова), написанных ими по мере углубления в горскую психологию и действительность, наблюдается осмысление реальной жизни героев.

Непреходящее значение кавказских произведений Пушкина и Лермонтова В.Г. Белинский видел, в частности, в объективном изображении горцев людьми *«раздольной воли... кипучей жизни и смелых мечтаний...»*⁴

Черты такого характера народа импонировали Белинскому, способствовали углублению его размышления о судьбах России. Это отразилось в его знаменитом

¹ Лермонтов М.Ю. Собр.соч.: В 4 т. М.; Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1962. Т. 4. С. 606.

² Русский Вестник. 1860. Июнь. Кн. 1. С. 366–367.

³ Герштейн Эмма. Судьба Лермонтова. М.: Сов. писатель, 1964. С. 364.

⁴ Белинский В.Г. Избранное: В 2 т. Т. 2. С. 634.

«Письме к Н.В. Гоголю»: «...России нужны не проповеди... а пробуждение в народе чувства человеческого достоинства»¹, — писал он. По убеждению Белинского, это необходимое условие для быстреего достижения народом успехов «в цивилизации, просвещении, гуманности». Кавказские произведения Пушкина и Лермонтова служили Белинскому новым импульсом для дальнейшего развития этой темы в его литературно-философских работах.

Пушкин, Лермонтов, Белинский всколыхнули умы современников. Любовь к Кавказу, глубокий интерес к особенностям жизни горцев нашли свое отражение также и в творчестве Л.Н. Толстого. После гибели Лермонтова и до приезда Л.Н. Толстого в Чечню прошло 10 лет. Это были 1840-е гг., годы нового подъема русской демократической мысли, годы борьбы революционных демократов за освобождение крестьян. Борис Эйхенбаум писал: «Толстой при всем своеобразии своего умственного развития, своих традиций, навыков и положения — все же человек, прошедший через идейную школу 40-х годов и впитавший “дух” этого времени, “сознание этой эпохи”...»²

На Кавказ Толстой отправился в поисках смысла жизни, положительного идеала. В Чечню он приехал 30 мая 1851 г. и практически сразу окунулся в самую гущу чеченцев и казаков, завел среди них друзей. Анализ дневника и писем этого периода его жизни (он прожил в Чечне до января 1854 г.) убеждает нас в том, что Толстой постоянно стремился «понять духовный строй местных народов», их нравы и обычаи, вынести собственные впечатления о них. «Приехал Садо, я ему очень обрадовался»³, — записывает он в своем дневнике 25 августа 1851 года, т. е. на третий месяц по приезде в Чечню. «Часто он доказывал мне свою преданность, — писал Толстой об этом человеке с Кавказа, — подвергая себя разным опасностям для меня; у них это считается за ничто — это стало привычкой и удовольствием»⁴.

Лев Толстой и Садо Мисирбиев, охотясь, наткнулись на группу всадников, которые попытались пленить Толстого. Мисирбиев, сообразуясь с кодексом чести чеченцев, когда хозяин даже ценой своей жизни обязан обеспечить неприкосновенность гостя, отстоял Толстого.

Дневниковая запись от 4 сентября того же года гласит: «Ко мне приехал брат с Балтою»⁵. И там же: «Завтра — в Хамамат-Юрт: постараюсь внушить им уважение»⁶. И новая запись, от 20 марта 1852 г.: «После обеда

¹ Белинский В.Г. Собр. соч. М., 1954. Т. 8. С. 282.

² Эйхенбаум Б.Л. Толстой на Кавказе // Рус. литература. 1962. № 4. С. 61.

³ Толстой Л.Н. Полн. собр. соч.: Юбилейное. М.: ГИХЛ, 1937. Т. 46. С. 87.

⁴ Там же. Т. 59. С. 150.

⁵ Там же. Т. 46. С. 87.

⁶ Там же.

писал, пришел Дурда...»¹ По убеждению Толстого, именно в уважении была заложена возможность лучше познать друг друга. Эта дружба, постоянные поездки по Чечне, Дагестану и в Тифлис, записи устного народного творчества горцев во многом прояснили ему особенности кавказского уклада жизни, позволили проникнуть в мечты и идейные поиски народов, отстаивавших свою свободу и независимость.

Размышления Льва Толстого о судьбе горцев и вообще о человеке, занятом «*несправедливым и дурным делом — войной*», легли в основу кавказского цикла его творчества («Набег. Рассказ волонтера», «Рубка леса. Рассказ юнкера», «Из кавказских воспоминаний. Разжалованный», «Записки маркера», «Записки о Кавказе. Поездка в Мамака-Юрт»).

Пушкин и Лермонтов раскрыли дух горцев как неукротимый, свободолюбивый («Тазит», «Мцыри»). Толстой привнес в русскую литературу образы военных, на которых отрезвляюще подействовала новая общественно-политическая среда. Если раньше в Кавказской войне они видели романтику, возможность отличиться, сделать быструю карьеру, то теперь, находясь много лет подряд в военных походах, они увидели ее будничную сторону, жестокость и никчемность. Таково же было и настроение рядовых русских солдат.

Старик-чеченец, оставшийся во взятом русскими войсками ауле, уверен, что с ним ничего плохого не случится. «*Что мне русские сделают? Я старик*», — отвечал он русским солдатам на их вопрос, почему он с другими жителями не покинул аул («Набег»). Отношение старика-чеченца к жизни, к людям удивительно схоже с принципом жизни рядового Веленчука. «*Он жил слишком честно и просто*», — говорит о нем Толстой («Рубка леса»). В чувствах и настроении рядовых горцев и рядовых солдат он уловил отвращение к войне, стремление жить мирной жизнью. «*Что за вздор и путаница? — думал он* (Оленин. — Авт.). — ... *Человек убил другого и счастлив, доволен, как будто сделал самое прекрасное дело. Неужели ничто не говорит ему, что тут нет причин для большой радости...*» («Кзаки»).

Большую ценность имеют работы Толстого по сбору устного творчества народов Северного Кавказа. В 1852 г. со слов Садо Мисирбиева и Балты Исаева он записал русскими буквами две чеченские народные песни. Несомненно, это не единственные песни, которые записал от своих друзей-чеченцев Лев Толстой. Можно предполагать, что писатель просил их в ходе переписки, после своего отъезда из Чечни, сообщить ему новые данные по фольклору и этнографии чеченцев. «*Ваше Сиятельство, Лев Николаевич, — пишет Балта Исаев через три года после отъезда Толстого в Крым, — поздравляю Вас с полученными чинами и орденами, которые вы заслужили в такое короткое время. Желал*

¹ Толстой Л.Н. Полн. собр. соч. Т. 46. С. 87.

бы от души когда-нибудь еще с вами встретиться. Я в Севастополь к вам написал 4 письма, но не знаю, получили ли Вы хоть одно...»¹ Судя по содержанию письма, в котором упоминается и Садо, между Толстым, Садо и Балтой были непринужденные, дружеские отношения.

Много лет спустя Толстой вновь вернулся к фольклору чеченцев. В 1875 году он пишет А.А. Фету: *«Читал я это время книги, о которых никто понятия не имеет, но которыми я упивался. Это сборник сведений о кавказских горах, изданный в Тифлисе. Там предания и поэзия горцев, и сокровища поэтические необычайные... нет-нет и перечитываю...»*² «Ты, горячая пуля, смерть носишь с собой» и «Высохнет земля на могиле моей» — две чеченские песни, которые позднее Толстой включил в повесть «Хаджи-Мурат» (1896–1904).

Интерес Толстого к горской песне был глубок и постоянен. Он восхищался силой чувств, заключенных в горском фольклоре, и использовал народные песни для передачи психологического состояния героев в трагические минуты их жизни («Казачи»).

А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Л.Н. Толстой способствовали тому, что культура горских народов включалась в контекст русской культуры, происходило их взаимообогащение. В дальнейшем благородные и по своим последствиям патриотические усилия классиков были продолжены Ф.М. Достоевским («Записки из мертвого дома»).

В нашем литературоведении отмечали, что в «Записках из мертвого дома» впервые сформулирован тот нравственный идеал Достоевского, который получил свое развитие в «поздних» произведениях («Идиот», «Братья Карамазовы»).

*«На каторге у Достоевского возникает интерес к истории и религиям народов Востока (напомню: в этом величайшем произведении нарисован ряд привлекательных образов народов Северного Кавказа. — Авт.)... О той же тяге к познанию неизвестного мира говорят просьбы о присылке Корана, ходатайство о переводе на Кавказ»*³.

Таким образом, горские художественные культуры на русском языке и их просветительская мысль вращены на культурной почве, подготовленной передовой мыслью России. В этом чрезвычайно значимом для возрождения горских народов процессе в деятельности русской интеллигенции сложилась строгая последовательность — вслед за классиками на Северный Кавказ пришли русские ученые, чи

¹ Сборник материалов для описания местностей и племен Кавказа. Махачкала, 1929. Т. 46. С. 9–10.

² Толстой Л.Н. Полн. собр. соч. Т. 62. С. 209.

³ Виноградов Б.С., Туниманов В.А. Кавказские мотивы в «Записках из Мертвого дома» Ф.М. Достоевского // Известия. Грозный, 1972. Вып. 3: Литературоведение. 1972. Т. VI. С. 148.

исследования в области истории, этнографии, языкознания расширили контекст российской науки, способствовали возникновению письменных языков у некоторых народов края. А.Л. Берже, И.К. Услар, И.А. Бартоломей и другие русские ученые разъясняли читающей и мыслящей России, что просвещение горских народов имеет важное общественное значение для духовного сближения русского и горских народов. И.К. Услар писал тогда, что *«мы и горцы как бы находимся на двух противоположных берегах реки, через которую нет переправы. К чести горцев должно сказать, что они не лишены любознательности. Учиться даже в зрелых летах не считается предосудительным»*.

Во второй половине XIX в. в национальных округах Северного Кавказа для детей горцев открывались начальные школы, которые вели обучение на русском языке. Взрослые горцы приобщались к русскому языку и культуре в открытых для них в ряде городов Северного Кавказа воскресных школах. Для горских детей имелись вакансии и в Ставропольской, Бакинской, Екатериноградской гимназиях, в Тифлисской фельдшерской школе. В Ставропольской гимназии с 1850 по 1887 гг. прошли обучение 7 191 человек, в том числе 1 739 горцев. Из стен этой гимназии вышли выдающиеся общественные деятели и просветители, ученые — представители народов Северного Кавказа.

В эту целенаправленную просветительскую деятельность царского правительства свой весомый научный вклад вносили Российская академия наук и различные общества, которые организовывали регулярные научные экспедиции на Северный Кавказ для изучения историко-этнографического наследия горских народов.

Даже эти краткие, весьма и весьма сжатые сведения из истории русско-горских историко-культурных отношений позволяют уверенно говорить, что во второй половине XIX — начале XX вв. северокавказские народы переживали ренессансный период своей истории. Он наступил помимо всего прочего еще и потому, что в начале 60-х годов XIX в. в России почти одновременно произошли два выдающихся события, круто изменившие судьбы ее народов. Это окончание десятилетиями продолжавшейся Кавказской войны (1864) и появление Манифеста Александра II об освобождении крестьян. Последовавшие затем реформы, обновившие важные сферы жизни российских народов (прежде всего реформа в области образования), и явились тем историческим рубежом, с которого начинается единство культурной и общественно-политической жизни России и народов Северного Кавказа. Зародившаяся в 90-е годы XIX — начале XX вв. русскоязычная литературная и публицистическая мысль горских народов стимулировала нравственный выбор горцев в условиях нарастающих общественно-политических событий в России и на Северном Кавказе.

Напомню молодому поколению многонациональных россиян: становление новописьменных литератур Северного Кавказа в 20–40-е годы XX в.

происходило при активной поддержке и постоянном участии в этом процессе русских писателей. Из истории советской многонациональной литературы хорошо известно, что на Северный Кавказ, в Среднюю Азию и другие регионы постоянно выезжали бригады известных русских писателей и оказывали молодым начинающим литераторам бескорыстную помощь в их творческом труде.

Однако философия национального мировоззрения стала достоянием российского и мирового читателя только на позднем этапе истории национальных литератур — в 60–90 годы XX в., т. е. тогда, когда в своем формировании они достигли высокого уровня. В это время окончательно сформировался притягательный образ Северного Кавказа как края, в котором живут и трудятся известные в бывшем СССР труженики полей и промышленного производства — Герои Социалистического Труда, военачальники, ученые, выдающиеся поэты и писатели, педагоги и врачи, талантливая и толерантная молодежь. Все они трудились во благо страны.

В формировании положительного имиджа Кавказа в массовом сознании россиян в те годы выдающуюся роль сыграла, конечно, русская литература, пропагандировавшая чувство семьи единой и общность высоких целей, стоявших перед многонациональным народом.

Развал СССР, война в Чечне, жестокие законы насаждающихся капиталистических отношений, безработица, агрессивность СМИ в освещении событий на Северном Кавказе, в анализе менталитета северокавказских горцев и прочее, — к сожалению, все это привело к психологическому отторжению в массовом сознании россиян этого края и его жителей. Не последнюю роль в этом сыграли и «художественные» произведения отдельных авторов, «воевавших» в Чечне.

Северный Кавказ — необычная и уникальная территория со своей древней культурой, неповторимым ландшафтом, толерантно настроенным населением, огромными природными ресурсами. Для возрождения его позитивного образа в общественном сознании нашей страны нужны усилия и федерального центра, и национальной интеллигенции. Нужно возродить веками наработанные здесь традиции миротворчества, которые имеют ярко выраженный гуманитарный и гуманистический характер.

Россия — это большой дом, где живет семья множества народов и народностей. Чеченская пословица гласит: «В семье, в которой нет мира и согласия, благодать не задерживается».

1.2. РОСТОВ-НА-ДОНУ КАК УСЛУГА И ТОВАР: ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ И РАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ БРЕНДИРОВАНИЯ

Г.С. Денисова

В настоящее время и в научных кругах, и в кругах управленцев активно обсуждаются проблемы бренда территории. Такой интерес можно объяснить целым рядом факторов: изменением акцентов во взаимодействии «центр — регионы» и ожиданием самостоятельности и эффективности развития регионов в целом и прежде всего городов; демографическим спадом роста населения и необходимостью привлечения трудовых ресурсов в города, без чего невозможно их динамичное развитие; широкими миграционными потоками, вызванными поиском гражданами лучших условий жизни.

Кроме того, это и включение населения в институты самоорганизации и самоуправления, что активизируется, с одной стороны, развитием ТСЖ, с другой стороны, наступлением строительного бизнеса на интересы сложившихся локальных сообществ горожан. Наконец, это можно частично объяснить и переориентацией производственной инфраструктуры городов на проблемы и потребности пригородных сельских территорий. Можно указать еще ряд причин, вызывающих активизацию исторического сознания общества, включая городские сообщества. Но и эти причины объясняются, в свою очередь, динамично развивающейся рыночной экономикой, которая либо обходит стороной какие-то территории, либо требует ломки их исторически сложившегося облика и уклада жизни.

В любом случае **проблема сознательного конструирования имиджа** города или другого места для того, чтобы в итоге возник его бренд, — это задача, которая сегодня выдвинута на повестку дня динамично развивающейся рыночной средой перед городскими сообществами, управленческими структурами и архитекторами. Данный исходный тезис требует определенных уточнений.

Имиджевые характеристики городов и территорий формируются безотносительно к сознательной деятельности в этом направлении самой стихией социально-экономического и культурного творчества населения и историческими событиями, в которые вовлечено население данных территорий. Сохранение этих исторических подробностей в социальной памяти, а также их визуализация в музеях, художественных произведениях, памятниках и мемориалах создают «естественный» имиджевый облик города. Поэтому при конструировании имиджа или образа чаще всего обращаются к наиболее знаковым событиям или достижениям городского (регионального) сообщества. Этим объясняется отношение со стороны городских управленческих структур к образу города как к культурно-

историческому наследию, как к некоторой дополнительной «изюминке». Эта «изюминка» сегодня воспринимается как некая модная деталь в управлении города, но не несет экономической нагрузки и сулит не прибыль, а дополнительные статьи расходов. А отсюда передача деятельности в этом направлении журналистам, творческой интеллигенции, союзам архитекторов.

При этом любой из указанных субъектов для активизации исторической памяти и построения облика города выбирает близкий себе сюжет. Для кого-то это могут быть народные промыслы и ремесла («город мастеров») или территория этногенеза, для кого-то — героическое военное прошлое («город-герой»), для кого-то — подвиги периода индустриализации или формирования научного центра («наукоград») и т. д. Микширование этих сюжетов, бесспорно, демонстрирует разнообразие городской среды, но затрудняет формирование специфической субкультурной идентичности и не способствует капитализации символического пространства.

Задача сегодняшнего дня состоит именно в капитализации сложившегося исторического облика города и накопленных им ресурсов. Она направлена на решение экономических задач: удержание собственного экономически успешного населения, привлечение активного населения из других регионов, в итоге — достижение эффективности функционирования города, определяющий показатель которого — степень комфортности в жизни горожан. Индикаторами комфортности выступают не только обеспеченность и характер инфраструктуры городской жизни (транспорт, энергоснабжение, водоснабжение и пр.), но и насыщенность культурной жизни для разных социально-демографических сегментов горожан.

Эта исходная установка в осмыслении содержания и направленности брендовых коммуникаций города требует переориентации на прагматическую сторону. Вопрос можно поставить следующим образом: что город может предложить экономически активному населению и в какую привлекательную социокультурную «упаковку» оформить это предложение. Отсюда и трактовка города как услуги (что предлагаем) и как товара (что продаем, в каком формате и как упаковываем). Этим объясняется подход к разработке бренда города как совокупности рациональных и эмоциональных компонентов.

Еще одно терминологическое уточнение: очень часто смешиваются понятия **«имидж»** и **«бренд»**. Оба понятия похожи по своему содержанию: они обозначают образ. Только понятие «бренд» закрепляет за тем или иным товаром (продуктом) символ производителя (выраженный графически и, как правило, юридически защищенный), а понятие «имидж» выражает образ субъекта, искусственно создаваемый и внедряемый в общественное сознание средствами СМИ.

Понятие «бренд» используется более широко и применяется к публичной личности, к компании, территории, включая страну или город, и др. При таком

употреблении имеется в виду маркетинговая коннотация имиджа. В этом смысле следует распредмечивать смысл понятия «бренд города (региона)». Кроме этого, следует также напомнить: бренд, как и имидж, в современных маркетинговых коммуникациях выражает не сам субъект (товар, услугу, город), а то ощущение, ассоциацию, впечатление, которые он вызывает у *потребителя*. Можно привести хорошо известную популяризацию создания и трактовки бренда кроссовок «Nike», приведенную в кинофильме «Чего хотят женщины», когда специалисты в области рекламы доказывали, что «Nike» — это не кроссовки, не бег, не игра — это жизнь и это свобода. Иными словами, следует подчеркнуть, что в создании бренда присутствуют две стороны: концептуализация желаемого образа со стороны авторов и восприятие данного образа аудиторией.

Сильный, или, как его еще определяют, «легендарный», бренд возникает, когда проектируемый образ совпадает с образом, представляемым воспринимающей стороной, и сохраняется на протяжении длительного времени. Необходимым условием для этого является четкое попадание проектировщиков образа в потребности аудитории. Поэтому при разработке бренда города нужно четко ориентироваться на главный сегмент целевой аудитории. Бесспорно, бренд города создается для горожан и должен воспроизводиться самой их жизнедеятельностью.

Кто же является *адресатом* бренда города? Ответ на этот вопрос заложен в перспективной стратегии развития города, которая разрабатывается в первую очередь субъектом управления. Если развитие города связывается с привлечением сюда туристов, то целевой группой выступают потенциальные туристы. В этом случае при разработке бренда большое внимание обращается на исторический потенциал города — «места туристического паломничества», — который может быть реальным, как в городах Золотого кольца, или вымышленным, как в г. Мышкине Ярославской области. В этом случае услуга, которую предлагает город, — путешествие и восприятие города в контексте исторических ассоциаций — и «товарная упаковка» этой услуги совпадают.

Если перспектива города связывается с его развитием как индустриального, научного или административного центра, то целевой аудиторией выступают соответствующие профессиональные группы. Построение бренда в этом случае требует более сложной, многоходовой стратегии. Любую из этих целевых групп не привлечешь и не удержишь только историческим ресурсом города.

Во-первых, нужны инвестиции в производственную (научную, административную) инфраструктуру города, во-вторых, необходима привлекательность его бытовых условий. Только при выполнении этих базовых параметров возникает вопрос еще и о привлекательности историко-культурной атмосферы города. В этом случае культурная и ментальная составляющая города выступает тем последним аргументом, который определяет выбор города в качестве места

жительства. Этим и определяется необходимость разработки бренда города: его наличие будет означать, что при прочих равных условиях потребитель выберет именно данный город в качестве места жительства.

Как отмечает один из исследователей проблемы брендовых коммуникаций города А. Согомонов, сегодня сложился устойчивый комплекс ожиданий, предъявляемых к городу как месту жительства, которые характерны как самим жителям, так и потенциальным мигрантам — искателям лучших условий жизни. В этот комплекс входит пять позиций: возможность работать там и так, где и как хочется; соизмеримость средних доходов с тратами; комфортные условия жизни и доступность качественного жилья для среднего горожанина; современная развитая инфраструктура (включая образовательные и информационные компоненты); благоприятный климат¹. Эти ожидания-потребности и их конкретизация для доминирующего сегмента целевой группы должны быть исходными при разработке бренда города.

Все вышеизложенные позиции можно рассматривать как предварительные условия для разработки бренда города Ростова-на-Дону. Опросы горожан, которые проводились в последние годы, свидетельствуют скорее об отсутствии, нежели о наличии какого-либо устойчивого имиджа (пока совсем не бренда) города².

Авторы исследования, которое проводилось в 2008 г., обнаружили слабое знание жителями города истории и культуры Ростова-на-Дону. На это указали 66,7 % респондентов и в более смягченной форме эту ситуацию признали еще 23 %. В инструментарий опроса были введены несколько вопросов, выявляющих знание ключевых фактов истории города: официальную дату его основания; имя личности, с которым связывают его создание; период объединения г. Ростова-на-Дону и г. Нахичевань, интерпретацию названия главной улицы города, имена известных горожан.

Собранные сведения убедительно демонстрируют крайне слабое знание жителями города его истории и жизни «великих» земляков, и это не зависит от длительности проживания в самом городе. Индикатором размытости и мозаичности имиджа Ростова-на-Дону выступает ответ опрошенных горожан

¹ Согомонов А. Современный город: стратегия идентичности // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2010 (070). № 2. С. 250.

² Опрос проводился в 2008 г. Всего было опрошено 480 жителей города (47,5 % — мужчины, 52,5% — женщины) по квотным группам, пропорционально представляющим все районы города, 77,9 % из которых проживают в многоэтажных домах, 22,1 % — в частном секторе. Все респонденты были разделены на подгруппы в зависимости от продолжительности жизни в г. Ростове-на-Дону. (Гавриляченко Е.В., Скоробогатова Д. Жизненное пространство города: объективные и субъективные измерения. Ростов н/Д, 2008. С. 56).

на прямой вопрос: «Как можно определить образ Ростова-на-Дону?» Распределение ответов (можно было выбрать несколько вариантов) на этот вопрос показало следующее: 13 % респондентов характеризуют Ростов-на-Дону как центр казачества, 17,6 % — как *купеческий город*, 15,9 % — как *промышленный город*, 36,8 % — как *административный центр Северного Кавказа*, еще 15,9 % — как *город мигрантов*, 12,6 % — как *город молодежи и студентов*.

В этих ответах как раз и проявляется мозаичность стихийно формируемого имиджа города: в его исторической ретроспективе можно найти основание для любого из этих образов. Исключение составляет, пожалуй, казачий компонент в силу того, что Ростов-на-Дону исторически развивался рядом с казачьими поселениями и на территории Области войска Донского. Однако он никогда не являлся ни административным, ни поселенческим, ни культурным центром казачества. На этой мозаичной базе возможно формирование разного по содержанию бренда города, но эффективное использование брендовых коммуникаций все же предполагает изначальный выбор цели и целевой группы, которой адресована эта деятельность.

Такое разнообразие вариантов построения бренда отсылает к оценке ситуации на своеобразном рынке городов. На Юге России г. Ростов-на-Дону конкурирует с двумя другими городами: со Ставрополем (а сегодня — с Пятигорском) и с Краснодаром за статус реального центра большого региона, который определяется как Юг России (до 2000 г. он определялся как Северо-Кавказский экономический регион, с 2000 г. — как Южный федеральный округ, включая южное Поволжье, а с 2010 г. он включает в себя два федеральных округа — ЮФО и СКФО).

Позиции у всех трех городов в этой незаявленной конкурентной борьбе различны: ставропольцы подчеркивают этнокультурную и ментальную близость своей столицы с жителями степного Предкавказья, с одной стороны, и жителями северокавказских республик — с другой. Краснодарцы активно формируют свою столицу в тандеме с г. Сочи — как центр современного экономического развития Юга России. Этому способствует и активность краевой администрации в торгово-выставочном бизнесе, и масштабное строительство олимпийского комплекса, и эффективное развитие сельскохозяйственного и рекреационного комплексов. Пятигорчане обрели новую идентичность как жители административного центра Северо-Кавказского федерального округа, сохраняя при этом такую характеристику, как жители самого крупного курорта в особо охраняемом эколого-курортном регионе Кавказских Минеральных Вод.

Ростов-на-Дону на этом фоне имеет собственные преимущества, которые укоренены в истории города. Ростов-на-Дону формировался как *центр торговли*, которая развивалась на юге страны благодаря речному сообщению,

учреждению здесь таможни, проведению ярмарок, которые считались вторыми по значимости после нижегородских. С середины 80-х гг. XIX в. в Ростове-на-Дону стала функционировать биржа. Избранный из состава знатных купцов Биржевой комитет был призван упорядочивать организацию торговли на ростовском рынке, включая разработку основных правил торговли, принципов организации биржевой торговли, деятельности арбитражной комиссии.

В частности, были разработаны проекты документов («Главнейшие торговые обычаи Ростовского-на-Дону рынка» и «Свод главнейших торговых обычаев Ростовского-на-Дону рынка»), которые можно рассматривать как кодексы профессиональной деятельности. «Главнейшие торговые обычаи Ростовского-на-Дону рынка» предполагали, в частности, меры поощрения тех продавцов и производителей, которые будут продавать хлеб более чистый и качественный, чем это предусмотрено в договоре. Нормотворческая деятельность Биржевого комитета способствовала институционализации торговли как сферы профессиональной деятельности, переводу торговых операций на «цивилизованные» нормы организации торговли.

Не менее важной вехой в становлении торгового облика Ростова-на-Дону стало открытие здесь в последнее десятилетие XIX в. отделений различных банков: Государственного, Азово-Черноморского коммерческого, Донского земельного, Ростовского государственного общественного, Ростовского купеческого и др. Банковская инфраструктура обеспечивала развитие торговли на Дону, придавала устойчивость и динамизм как внутренней, так и внешней торговле. Приток инвестиций (в том числе зарубежных) и потенциал банковской сети создали возможности для перехода торгового капитала в промышленные предприятия. Так формировались известные династии купцов и промышленников: Парамоновых, Максимовых, Асмоловых и др. Иными словами, Ростов-на-Дону развивался как *центр торгово-промышленного и банковского капитала*.

Другой характерной чертой формирующегося города стало повсеместное утверждение взаимодействий обменного типа, чему способствовало отсутствие здесь сложившихся традиционных отношений и родственных связей, а также традиций и условностей казачьего войскового общества. Исторические свидетельства зафиксировали, что начальным пунктом формирования города стал договор торговой фирмы «Российская в Константинополе торгующая коммерческая компания» и правительства. Фирму основали московский 1-й гильдии купец Василий Хастатов, калужский и ярославский первостатейные купцы Никита Шемякин и Алексей Ярославцев. Суть договора касалась льгот на развитие торговой деятельности в рискованных условиях южных рубежей империи (полной монополии в торговой деятельности на юге, неприкосновенности своих капиталов и торговых дел, вооруженной охраны, права собственного суда над служащими и др.).

Подобного рода договор с императрицей Екатериной II был и у армян, переселившихся в низовья Дона (они получили освобождение от налогов и разрешение на свободную торговлю «вне и внутри государства», постройку купеческих судов, строительство фабрик и заводов, разведение фруктовых садов, собственное правовое уложение и др.). Такое выторговывание льгот и привилегий (даже если они немногим позже отменялись правительством, как произошло с армянами) закладывало основу прагматической мотивации во взаимодействиях горожан. Принцип выгоды (или «минимакса»: поменьше вложить, побольше получить) и рациональный расчет («что я с этого буду иметь?») утвердился в менталитете горожан и является необходимым условием успешного бизнеса.

Итак, если рассматривать объективные условия для формирования бренда города и искать в истории то, что сегодня отвечает потребностям и запросам реальных и потенциальных горожан, — это традиции торгового и банковского капитала, которые задают своеобразное социокультурное поле города. Попадая в это поле, человек поневоле переориентируется на рациональный расчет и прагматику социального поведения. В нынешних условиях развития рыночных отношений данный культурный ресурс обладает большой возможностью для капитализации. Тем более что независимо от сознательной коммуникативной и маркетинговой стратегий городских управленческих структур экономически активная часть населения утверждает именно этот имидж города в своей непосредственной деятельности. Об этом свидетельствует динамично меняющаяся городская архитектура и активное строительство торговых площадей, транспортных узлов, банковских сетей. Вместе с тем этой стихийно пробивающейся тенденции явно не хватает не только информационно-коммуникативной поддержки, но и специальной политики администрации, направленной на создание выгодных условий для ведения бизнеса в городе, которые бы стали конкурентным преимуществом этого места.

Отвечая на поставленные в начале статьи вопросы, можно утверждать, что в качестве целевой группы, которой адресуется разработка бренда Ростова-на-Дону, необходимо рассматривать экономически активное население Юга России и инвесторов из других регионов страны и зарубежья. Стержневая идея — уникальное *торговое предложение*. Эта идея выступает рациональной основой бренда и характеризуется наличием конкурентных преимуществ для бизнеса, гарантируемого административными структурами и культурными традициями развития бизнеса в этом историческом месте. Эмоциональная «упаковка» этого предложения — *культурно-исторические традиции донского купечества, которые включают и меценатство*. И инициативное финансирование (и открытие) образовательных учреждений (в том числе приглашение сюда Варшавского университета), и социальную поддержку медицинских учреждений и малоимущих.

Торгово-финансовый компонент организации жизни Ростова-на-Дону — точка пересечения ожидаемой от города услуги и культурной традиции, которая воспроизводится ростовчанами в их повседневной жизни, несмотря на ее недостаточную вербализацию и публичное признание. Поэтому на основе этого ресурса не формируется идентичность ростовчан, а следовательно стихийные практики не доводятся до осмысления и не выступают инструментом мобилизации. Иными словами, накопленный ресурс — это золото, которое здесь пока не капитализируется.

1.3. ПАМЯТНЫЕ МЕСТА РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ТЕРРИТОРИИ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

Т.А. Невская

В первой половине XIX века территория современного Ставрополя была далекой окраиной России, однако в культурном отношении этот край был отнюдь не глухой провинцией. На Кавказской линии (так назвали систему укреплений, состоящую из крепостей, станиц, редутов и постов) несколько десятилетий шла война. Здесь находился цвет российской армии, сюда ссылали опальных офицеров, в том числе и декабристов. Многие ехали на Кавказ сами, надеясь на быструю карьеру, других влекла романтика горного края. Кавказская война была очень сложным, неоднозначным явлением. В исторической науке так условно называют все события, связанные с вооруженными столкновениями между русскими и горцами. Это и набеги абреков и некоторых князей на русские села и станицы за скотом и другой добычей; и борьба горских крестьян против усиления гнета дагестанских ханов, которых поддерживала Россия; это и движение религиозных фанатиков под знаменем газавата, а также и выступления различных слоев горцев, недовольных усилением России на Кавказе. Эти события в Кавказской войне переплетались, и в разные периоды длительного противостояния то одни, то другие мотивы выходили на первый план.

У различных народов и даже различных социальных групп доминировали разные причины участия в движении, что и нашло отражение и в русской литературе. Поэты и писатели, бывшие на Кавказе, рисовали то романтический образ горца-рыцаря, борца за свободу, то образ хищного и безжалостного разбойника. Большую роль в поддержании вооруженного противостояния на протяжении долгого времени играла существовавшая у ряда горских народов *набеговая система*. Отметим, что набеговая система существовала как социально-хозяйственное и военное явление еще и до российского присутствия на Кавказе, но с появлением здесь казачьих станиц и укреплений набеги стали направляться и на славянские поселения. Постоянные набеги мешали Российской империи осваивать стратегически важные территории. Понадобилось более полувека для окончательного «замирения» Кавказа. С 20-х годов XIX века в некоторых горских районах Северного Кавказа вплоть до конца 50-х годов не прекращалось вооруженное сопротивление российским войскам. В этот период общественность страны жила Кавказом, события и проблемы Кавказской войны обсуждались на страницах серьезных журналов и в модных салонах, в чиновничьих кругах и среди придворных дам. Кавказская тема прочно вошла в русское искусство.

Величественная природа Кавказа, бурные события Кавказской войны, встречи с мужественными горцами стали источником вдохновения для многих писателей, поэтов, композиторов. Города Северного Кавказа, постепенно теряя значение военных крепостей, становились центрами управления, торговли и культуры. На Кавказской линии сложилось два центра общественной жизни — Ставрополь и Пятигорск.

В Ставрополе находились штабы военного командования, управление гражданской частью на Кавказе и казачьи правления. Культурная жизнь Ставрополя особенно оживлялась зимой. Когда с наступлением холодов военные действия в горах прекращались, город наполнялся офицерами Кавказской армии. С наступлением весны возобновлялись экспедиции в горы, и Ставрополь затихал. В это же время открывались лечебные сезоны на Минеральных Водах, и туда устремлялись раненые офицеры, а также съезжалась на лечение различная публика со всей России. В это время центром жизни на Кавказе становился Горячеводск (позже — Пятигорск).

Благоустройство города и организация здесь курорта связаны с именем командующего Отдельным Кавказским корпусом и управляющего гражданской частью на Кавказе генерала Ермолова. Алексей Петрович Ермолов служил на Кавказе с 1816 по 1827 год. Благодаря его стараниям, были построены дороги, казачьи станицы, возводились крепости. Он пригласил в Пятигорск из столицы замечательных архитекторов — братьев Джузеппе и Джованни Бернардацци, — которые работали в то время в Петербурге на строительстве Исаакиевского собора. Благодаря им была прекращена беспорядочная застройка территории около лечебных источников, были разработаны генеральные планы курортов Горячих вод (Пятигорска), Кислых вод, Железных вод, Горьких (Ессентуки) и Кумагорских. По государственному заказу и даже сверх него братья Бернардацци выполнили 147 проектов.

Строительство *Пятигорского курорта* Бернардацци организовали по продуманному плану, с архитектурным центром вокруг источников, а не вокруг крепости, как было ранее. Созданный ими *архитектурный ансамбль* включал в себя не только лечебные здания и жилые дома, но и сады, и парки, и бульвары.

В 1837 г. братья Бернардацци устроили *помост над воронкой озера Провала* и с помощью специальной корзины любопытные могли спускаться до самой воды. Было сделано даже специальное устройство для спуска в воронку Провала, чтобы желающие могли с близкого расстояния полюбоваться подземным озером.

В 1826 г. по замыслу А.П. Ермолова было построено *здание Ресторации* (рис. 1) — первой казенной гостиницы, проект которой генерал заказал в Петербургском Строительном комитете. Ресторация стала одной из первых казенных каменных построек в Пятигорске. Колонны для ее портика из-за отсутствия в Пятигорске мастеров тесали сами архитекторы Бернардацци. Приезжающие на

Воды офицеры и отдыхающие могли снять здесь комнату на несколько дней и заказать обеденный стол, а уж затем снимать квартиры в домах местных жителей. По вечерам здесь устраивались балы и различного рода увеселения. В 1829 в одном из номеров жил А.С. Пушкин, в 1837 и 1841 гг. — М.Ю. Лермонтов. В 1853 г. в ресторации Л.Н. Толстой отмечал свое двадцатипятилетие.



Рис. 1. Здание Ресторации (ныне Институт курортологии)

В этом же году у подножия Горячей горы начали строить *Николаевские* (ныне *Лермонтовские*) ванны (рис. 2), дом для неимущих офицеров, Сабанеевские ванны. Николаевские ванны были самым первым капитальным бальнеологическим сооружением не только на территории Кавказских Минеральных Вод (КМВ), но и вообще в России. Ранее больные пользовались естественными ваннами, вырубленными в известняке у самого истока минеральной воды.

У подножия горы был сооружен и *Грот Дианы* в память об Эльбрусской научной экспедиции генерала Емануэля, совершенной в 1829 году. Во время этой экспедиции были проведены исследования христианских храмов за Кубанью, а также впервые совершенно восхождение на Эльбрус. В начале 30-х годов на скалистом уступе горы Машук архитекторы построили беседку, названную по имени греческого бога ветров *Эоловой арфой* (рис. 3). В ней был установлен инструмент, струны которого колебал ветер.



Рис. 2. Николаевские ванны



Рис. 3. Эолова арфа

Это место описано М.Ю. Лермонтовым в произведении «Княжна Мери»: *«На крутой скале, где построен павильон, называемый Эоловой арфой, торчали любители видов и наводили телескоп на Эльбрус... там, дальше, амфитеатром громоздятся горы все синее и туманнее, а на краю горизонта тянется серебряная цепь снеговых вершин, начинаясь Казбеком и оканчиваясь двуглавым Эльборусом»*. В скале под Эоловой арфой углубили и отделали камнем естественный грот, называемый теперь *Лермонтовским*, так как с ним связаны события романа «Герой нашего времени». Бернардацци творили в стиле классицизма, в подражание античным образцам, как это было принято в Империи в первой трети XIX века.

Работали талантливые архитекторы и в Кисловодске. Там они построили *дом благородного собрания — Ресторацию, галереи над источником нарзана, купальни*. Галерея с источником была возведена также в станице Ессентукской. В Железноводске ими была проложена дорога через лес с почтовой станцией. Заметим, что строительство курортных городов велось в очень трудных условиях, не хватало квалифицированных рабочих, хороших мастеров, нередко архитекторам приходилось самим выполнять черные работы. Их труд был высоко оценен: Николай I одобрил 19 проектов Джузеппе и пожаловал его драгоценной табакеркой, а генерал Ермолов наградил художника алмазным перстнем.

Много памятных мест на Ставрополье связано с именем выдающегося русского поэта *А.С. Пушкина*, который трижды посещал этот край. Первый раз поэт оказался на Кавказе в 1820 году с семьей генерала Раевского. По дороге на Воды была остановка в Ставрополе, где Пушкин осмотрел крепость и совершил прогулку в долину реки Ташлы к родникам. Здесь в то время был расположен пост, охранявший город. На Горячих водах, как назывался тогда Пятигорск, Пушкин остановился в *усадьбе А.Ф. Реброва* (ныне дом № 6 по ул. К. Маркса в г. Пятигорске). Поэт любовался горами, восходил наверх *горы Бештау*, любил вести беседы с друзьями на скалистых берегах *реки Подкумок*, пил воду у *г. Машук*. *«Источники большей частью в первобытном своем состоянии били, дымились и стекали с гор, оставляя по себе белые и красные следы. Мы черпали кипучую воду ковшиком из коры или дном разбитой бутылки»*, — вспоминал впоследствии Пушкин.

После *Горячих вод* было принято продолжать лечение на *Железных водах*, а затем на *Кислых*, где курортники пили воду и принимали ванны, подогретые раскаленными пушечными ядрами. Именно в Кисловодске А.С. Пушкин услышал рассказ о том, как казаку помогла бежать из плена черкешенка, что послужило ему сюжетом «Кавказского пленника». Благодаря этой поэме русские читатели познакомились с бытом горцев, их обычаями, романтикой беспокойного Кавказа. После двухмесячного пребывания на Водах Пушкин уехал в Крым. Здесь, на Кавказе, поэт сдружился с сыном генерала Раевского Александром, служившим адъютантом при генерале Ермолове. Именно он стал одним из прототипов Е. Онегина.

Вторая поездка поэта на Кавказ состоялась в 1829 г. Пушкин, находящийся под опекой жандармов, уже пережил две ссылки, гибель близких друзей-декабристов. Он ехал в Закавказье, в Арзрум, где служил его брат Лев. В Ставрополе Александр Сергеевич приехал вместе с В.А. Мусиным-Пушкиным, членом Северного общества декабристов, которого он встретил по дороге. Здесь поэт вспомнил об одном из своих ярких впечатлений прошлого приезда: *«В Ставрополе увидел я на краю неба облака, поразившие мне взоры ровно за девять лет. Они были все те же, все на том же месте. Это — снежные вершины Кавказской цепи»*.

Из Ставрополя Пушкин заехал на Горячие воды и направился в Тифлис. На обратном пути поэт снова, в третий раз, приехал на Горячие воды. Здесь многое изменилось, благодаря братьям Бернардацци курорт благоустроился, появились красивые здания, бульвары. В «Путешествии в Арзрум» Пушкин описал новый вид Горячих вод: *«Ныне выстроены великолепные ванны и чистенькие дорожки, зеленые лавочки, правильные цветники, мостики, павильоны. Ключи обделаны, выложены камнем, везде порядок, чистота, красавость»*. Остановился поэт в новой гостинице — Ресторации. Потом Пушкин переехал в Кисловодск, где опять остановился у Реброва. Уезжая с Кавказа, поэт еще раз оказался в Ставрополе. Он возвращался полный впечатлений, с циклом стихов о Кавказе, с замыслом романа о Кавказских Водах, который, к сожалению, написан не был.

Романтика Кавказа вдохновляла не только поэтов, но и композиторов. В 1823 г. на Водах побывал молодой *М.И. Глинка*. Здесь он познакомился с самобытной культурой горцев, с мелодиями Кавказа. На основе этих юношеских впечатлений *М.И. Глинкой* были созданы восточные танцы и «лезгинка» в опере «Руслан и Людмила». Выдающийся композитор-романтик *А.А. Алябьев* дважды посетил Кавказ, в 1816 и 1832—1833 годах. Здесь он увлекся изучением музыки народов Кавказа и создал множество произведений на кавказскую тему: сборник романсов и песен «Кавказский певец» на стихи Пушкина, Лермонтова и других поэтов, оперу «Аммалат-Бек» на сюжет одноименной повести декабриста *А.А. Бестужева-Марлинского*.

Глубокий след в истории и культуре Кавказа оставили служившие в Отдельном Кавказском корпусе *ссылные декабристы*. В 1829 г. здесь было 65 офицеров-декабристов и более 3 тысяч солдат, участвовавших в восстании. В составе 6 рот они двигались по этапу на Кавказ от Белой Церкви до Ставрополя, где были распределены по воинским частям действующей армии. В 30—40-е годы с развертыванием военных действий на Кавказской войне увеличился поток декабристов, переведенных из Сибири в действующую армию в качестве рядовых.

На Кавказе декабристы встречали много сочувствующих им лиц, разделяющих их взгляды. Другом декабристов стал в Ставрополе *доктор Н.В. Майер*, послуживший прототипом доктора Вернера в романе Лермонтова. Дом Майера

стал местом встреч цвета ставропольской и пятигорской публики. Как было принято в то время, Майер зимой жил в Ставрополе, а летом в Пятигорске. У него встречались поэты и декабристы, обсуждали политические и социальные проблемы. Одним из друзей и пациентов доктора Майера стал А.А. Бестужев-Марлинский (рис. 4), который 14 декабря 1825 года первым привел на Сенатскую площадь солдат Московского полка. В 1829 году из якутской ссылки Бестужев был переведен в кавказский корпус рядовым. Проездом в Дагестан посетил он Воды, о чем написал повесть «Вечер на Кавказских Водах в 1824 г.» — одно из самых ранних прозаических произведений русской литературы о Водах.

Бестужев-Марлинский стал большим знатоком Кавказа, его повести «Мулла-Нур» и «Аммалат-Бек» завоевали популярность у всей читающей России. Молодой Лермонтов рисовал иллюстрации к «Аммалат-Беку», Алябьев сочинил оперу с тем же названием. В 1834 году Бестужев был переведен на Западный Кавказ, участвовал в походах на Кубани, где заболел и просил генерала Вельяминова разрешения подлечиться. Весной 1835 года Бестужев прибыл в Пятигорск, где встретился с доктором Майером, знакомым ему еще по Ставрополю. Доктор взял на себя лечение больного и поселился с ним на одной квартире.



Рис. 4. А.А. Бестужев-Марлинский

Многие сосланные и разжалованные декабристы добивались лечения на Водах, где они могли встретиться со знакомыми, узнать о судьбе друзей. Доктор Майер лечил также прибывшего из Темнолесской крепости декабриста А.В. Веденяпина и других. О Водах писали в своих воспоминаниях декабристы А.Е. Розен и Н.И. Лорер. С именами декабристов связано немало памятных мест не только на Водах, но и в Ставрополе. В октябре 1837 года в Ставрополь была доставлена группа декабристов из Сибири, которых назначили рядовыми в действующую армию. Это были А.И. Одоевский, Н.И. Лорер, М.А. Назимов, М.М. Нарышкин, А.Е. Розен и В.Н. Лихарев. Генерал Засс принял их не как подчиненных, а как товарищей.

О пребывании в Ставрополе декабристов нам известно из воспоминаний бывшего здесь Н.М. Сатина, участника кружка Герцена и Огарева.

В ставропольской гостинице «Найтаки» (рис. 5), где в гостях у прибывших декабристов были Сатин и Майер, завязалась беседа, *«пошли разные рассказы о 14-м декабря и обстоятельствах, сопровождавших его. Можете представить, как это волновало тогда наши еще юные сердца, и какими глазами смотрели мы на этих людей, из которых каждый казался нам или героем, или жертвой грубого деспотизма.*

Как нарочно, в эту самую ночь в Ставрополь должен был приехать государь. Наступила темная осенняя ночь, дождь лил ливнем, хотя по улице были зажжены плошки, но, заливаемые дождем, они трещали и гасли, и доставляли больше вони, чем света. Наконец около полуночи прискакал фельдъегерь, и послышалось отдаленное «Ура!» Мы вышли на балкон; вдали, окруженная горящими факелами, двигалась темная масса. Действительно в этой картине было что-то мрачное. — «Господа! — закричал Одоевский. — Смотрите, ведь это похоже на похороны! Ах, если бы мы подоспели!..» И, выпивая залпом бокал, прокричал по латыни: «Здравствуй, Цезарь! Идущие на смерть приветствуют тебя!» «Сумасшедший! — сказали мы все, увлекая его в комнату, — что вы делаете?! Ведь вас могут услышать, и тогда беда!» — У нас в России полиция еще не научилась по-латыни», — ответил он, добродушно смеясь.

Лишь к утру расстались мы уже не простыми знакомыми, а почти друзьями и расстались с иными навсегда. Лишь Нарышкина и Одоевского привелось мне снова встретить на следующее лето в Пятигорске на Водах... Постоянно посещали нас еще два солдата-декабриста: Сергей Кривцов и Валериан Голицин... Позднее, зимой, к нашему обществу присоединился Лермонтов»¹.

¹ Сатин Н.М. Воспоминания // «Почин» 1895 г. М., 1895. С. 241–250.



Рис. 5. Ресторация «Найтаки»

Ни для кого из русских поэтов, когда-либо писавших о Кавказе, этот край не сыграл такой выдающейся роли, какую сыграл он в жизни *Лермонтова* (рис. 6). Уже в ранних стихах и поэмах Лермонтова, посвященных Кавказу, воспевается не только красота природы, но показаны человеческие трагедии, вызванные войной, глубокое знание кавказского быта, национального характера. Впервые Михаил Лермонтов попал на Кавказ в десятилетнем возрасте в 1825 г. Эта поездка была незабываемой и полной впечатлений. Мальчик был потрясен красотами горных пейзажей, видел сакли, джигитовку, слушал песни горцев. Воспоминания об этом легли в основу его юношеских произведений – «Утро на Кавказе», «Кавказский пленник», «Измаил-Бей», «Хаджи-Абрек» и других.

В 1837 г. за стихотворение «Смерть поэта» Лермонтов был выслан из Петербурга в Нижегородский драгунский полк, находившийся на Кавказе. Путь был трудным. Дорога на Кавказ проходила через город Ставрополь, основанный как одна из крепостей Азово-Моздокской линии в 1777 г. В период Кавказской войны Ставрополь стал административным центром Кавказской области, в нем насчитывалось 6 тысяч жителей и 2,5 тысячи солдат. По дороге Лермонтов заболел и в Ставрополе был направлен в военный госпиталь. Пребывание здесь, видимо, мало опечалило поэта. Госпиталь находился недалеко от леса и долины р. Члы (Ташлы), где Михаил Юрьевич любил бродить. Тропинка через

лес приводила к деревянной водяной мельнице. Она изображена на одном из рисунков Лермонтова.

Участь Лермонтова как ссыльного офицера облегчалась тем, что начальником штаба войск Кавказской линии и Черномории служил его дядя *П.И. Петров*, человек высокой культуры, который ценил Лермонтова как поэта и стремился помочь ему. Петровы были родственниками поэта со стороны матери, с ними он был знаком с детства. Задержавшись в Ставрополе по дороге в Нижегородский драгунский полк, Лермонтов часто бывал в их доме. При содействии Павла Ивановича поэта направили за Кубань, в отряд Вельяминова.

В Ставрополе Лермонтов познакомился с доктором Майером. Здесь, как уже говорилось, встречался он и с сосланными на Кавказ декабристами, особенно подружился с *А.И. Одоевским*, а также с офицером *Н.П. Колюбакиным*, разжалованным в солдаты. Именно Колюбакин стал прототипом Грушницкого в «Герое нашего времени».



Рис. 6. М.Ю. Лермонтов. Автопортрет

Болезнь Лермонтова не проходила, и он был переведен в Пятигорск для лечения водами, где находился с мая по сентябрь 1837 г. Оказавшись опять на Горячих водах, Лермонтов был удивлен происшедшими здесь переменами. За короткое время здесь была выстроена красивая казенная гостиница Ресторация, в которой помещалось благородное собрание, где устраивали балы и проводили время за карточными играми. Весь Пятигорск был благоустроен стараниями зодчих-итальянцев — братьев Бернардацци. В городе не только были построены новые здания, но и произведен каптаж источников, устроены дорожки между источниками и ваннами, на месте болотца был основан сад — Цветник, заложена широкая улица с бульваром из лип, построены Грот Дианы, Эолова арфа, а также сооружены гроты, каменные купальни и многое другое. Почти все созданное братьями Бернардацци стало памятными лермонтовскими местами, где поэт не только бывал сам, но и описывал их в своих произведениях.

Грот, который теперь носит имя Лермонтова, был устроен братьями Бернардацци в 1830—1831 гг. (рис. 7). Они обнаружили в скалистом склоне горы Машук естественную пещеру. Ее отделали, высекали в глубине скамью и проложили к гроту дорожку. М.Ю. Лермонтов часто посещал этот грот, который получил широкую известность после выхода в свет романа «Герой нашего времени» (1840 г.). Этот поэтический уголок Лермонтов описал как место встречи героев романа — Веры и Печорина.



Рис. 7. Грот Лермонтова

М. Лермонтов лечился в Пятигорске и Железноводске весной 1837 г. Он проводил время довольно уединенно, нередко отправлялся на дальние прогулки на любимом коне Черкесе. Поэт любил делать зарисовки примечательных мест, где он бывал, горных пейзажей. В августе Лермонтов лечился в Кисловодске, где жил в доме А.Ф. Реброва. Там он попал в шумную компанию столичных знакомых, где наблюдал нравы «водяного общества». Веселые прогулки в окрестностях Кисловодска дали большой материал для будущего романа. В «Княжне Мери» Лермонтов тонко подметил и нравы офицерства, и способы лечения и питья воды, и балы в Ресторации, и сам облик курортных городов того времени. Уехал из Пятигорска Лермонтов в сентябре 1837 г., а в апреле следующего года покинул Кавказ.

В 1840 г. Лермонтов был вторично сослан на Кавказ за дуэль с сыном французского посла Эрнестом де Барантом. Поэт получил назначение в Тенгинский пехотный полк в Ставрополе, куда прибыл в июне. Пробыв неделю в Ставрополе, Лермонтов выехал на правый фланг Кавказской линии, в Чечню, где сразу же попал в боевую обстановку и участвовал во многих экспедициях. Проведя в столицах трехмесячный отпуск, Лермонтов вновь возвращается на Кавказ со своим родственником А. Столыпиным. В Ставрополе офицеры получили разрешение задержаться в Пятигорске для лечения.



Рис. 8. Домик Лермонтова

Здесь майор Чилаев предложил Лермонтову со Столыпиным снять домик в своей усадьбе у подножия Машука (рис. 8).

Сейчас в этом старинном жилом квартале Пятигорска находится *Государственный музей-заповедник М.Ю. Лермонтова*. Четыре усадьбы квартала, принадлежавшие В.И. Чилаеву, Верзилиным, Уманову, Котыревой-Карабутовой, составляют территорию музея «Домик Лермонтова».

Застройка усадеб была типична для первой половины XIX века. На красную линию улицы выходил фасад основного дома, во дворе строились один или несколько флигелей. В них сдавались квартиры для приезжающих лечиться на воды. Во дворе находились также кухни и хозяйственные постройки: ледники, сараи, конюшни, навесы для экипажей и т. д. Дворы отгораживались каменными заборами.

В Пятигорске Лермонтов встретил много своих знакомых, в том числе товарища по военному училищу Мартынова. Приятели нередко собирались в доме генерала Верзилина, соседа Лермонтова. Военная молодежь устраивала в Пятигорске различные развлечения. Так, Лермонтов за неделю до гибели, вечером 8 июля 1841 г., с приятелями устроил бал в *Гроте Дианы* (рис. 9). Этот грот служил Лермонтову постоянным местом встреч с друзьями. Для «сельского бала» его украсили тканями, коврами, гирляндами, установили светильники и зеркала. Все колонны были увиты цветами, среди зелени сверкали фонарики, а рядом на площадке друзья устроили танцы.

Служивец поэта по Тенгинскому полку декабрист Н.И. Лорер вспоминал: *«...Свод грота убрали разноцветными шальями, стены обтянули персидскими коврами, повесили импровизированные люстры... Хор военной музыки поместили на площадке, над гротом. Лермонтов необыкновенно много танцевал, да и все общество было как-то особенно настроено к веселью...»* Этот бал надолго запомнили в Пятигорске. В жизни Лермонтова он стал последним.

Большой популярностью во времена М.Ю. Лермонтова пользовался Елизаветинский источник. Около него регулярно встречались отдыхающие и офицеры, приходившие пить «серную воду». Это отметил словами Печорина Михаил Юрьевич: *«Наконец, вот и колодец!.. На площадке близ него построен домик с красной кровлею над ванной, а подалее галерея, где гуляют во время дождя...»*

Возле источника обычно собирались представители «водяного общества». Здесь же Печорин встречается с Грушницким, а княжна Мери помогает раненому Грушницкому поднять оброненный им стакан. Так здесь началась романтическая история, которая трагически завершилась дуэлью между Печориным и Грушницким в Кисловодске. В середине XIX века над источником по проекту главного архитектора Кавминвод академика С.И. Уптона возвели каменную

Елизаветинскую галерею (рис. 10). В 1925 г. в честь 200-летия Академии наук галерея получила название *Академической*.

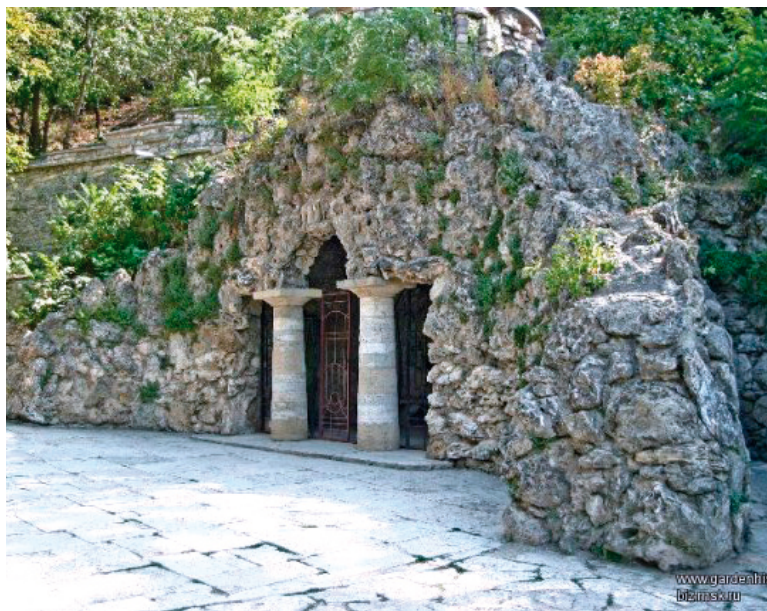


Рис. 9. Грот Дианы



Рис. 10. Елизаветинская галерея (ныне Академическая)

Любил Михаил Юрьевич устраивать и развлечения у *Провала* (рис. 11), знакомого ему с детства. По воспоминаниям современницы поэта, Лермонтов *«бывало, велит настлать доски над Провалом, призвет полковую музыку, и мы беззаботно танцуем над бездной»*. В 1857–1858 гг. к озеру Провал пробили горизонтальный тоннель длиной около 58 метров (рис. 12) и воду стали принимать в лечебных целях. С тех пор Провал приобрел большую популярность. В самом начале XX века благоустроили дорогу от Елизаветинской (Академической) галереи к Провалу, превратили ее в бульвар. Кроме прогулочных аллей здесь проходила экипажная дорога, а в 1903 году был пущен трамвай.



Рис. 11. Провал

Но у Лермонтова были не только друзья и почитатели, но и завистники, одним из которых был майор в отставке Мартынов, встрече с которым так обрадовался Лермонтов по прибытии в Пятигорск. Он был себялюбивым человеком, озлобленным неудавшейся военной карьерой. Безобидной шутки Лермонтова оказалось достаточно, чтобы вызвать поэта на дуэль (рис. 13). Пистолетный выстрел на Машуке прервал жизнь великого поэта.



Рис. 12. Тоннель к озеру Провал



Рис. 13. Место дуэли Лермонтова

Похороны поэта состоялись 17 июля 1841 года в Пятигорске. Н.И. Лорер вспоминал: «Печально опустили мы гроб в могилу, бросили со слезою на глазах горсть земли, и все было кончено». Могила была отмечена небольшой каменной плитой с надписью «Михаил» (рис. 14). Затем бабушка поэта Е.А. Арсеньева добилась разрешения императора Николая I перевезти гроб с телом в Тарханы. В апреле 1842 года гроб поэта в большом свинцовом ящике был доставлен в родовое имение, где его захоронили в семейной часовне, рядом с могилой матери. На месте первоначального погребения М.Ю. Лермонтова в Пятигорске в 1901 был поставлен памятник из машукского камня.



Рис. 14. Место первоначального захоронения М.Ю. Лермонтова

Кавказские произведения Л.Н. Толстого продолжили в русской литературе тему, начатую Пушкиным и Лермонтовым. В 1851 г. Л. Толстой с братом Николаем (рис. 15), служившим офицером в Кавказской армии, приехал в станцию Старогладковскую. Заболев в 1852 г. ревматизмом, Л.Н. Толстой прибыл в Пятигорск для лечения. Здесь он много и плодотворно работал над своими первыми сочинениями — повестью «Детство» и «Письмами с Кавказа».

Писатель отмечал в своем дневнике, что именно в Пятигорске он составил себе «взгляд на жизнь». Летом 1953 г. Лев Николаевич вновь посетил Пятигорск. В этот период он написал «Отрочество», очерки «Рубка леса», «Разжалованный», «Записки маркера», а также ранний вариант «Кзакаов».



Рис. 15. Л.Н. Толстой с братом Николаем перед отъездом на Кавказ.
Фото 1851 г.

Большую роль в развитии и пропаганде русской культуры на Кавказе сыграла *Ставропольская гимназия* — первая гимназия в этом регионе. Гимназия была преобразована из уездного училища в 1837 г. с приездом в Ставрополь императора Николая I. Гимназия размещалась в каменном доме, два этажа занимали учебные комнаты, а третий — пансион для детей дворян. Ставропольская мужская гимназия стала центром образования для всего Северного Кавказа. В 1842 г. при гимназии было открыто подготовительное отделение и создан пансион для горской молодежи, обучавшейся за счет казны. Это положило начало приобщению горских и кочевых народов к передовой русской культуре. Таким образом, в ставропольской гимназии стала формироваться местная интеллигенция как из среды славянских, так и коренных народов.

В гимназии работали замечательные и прогрессивные педагоги. В 1850–1861 гг. директором гимназии был *Януарий Михайлович Неверов*, выдающийся педагог и просветитель. Выпускник Московского университета, он был близко знаком со многими выдающимися людьми того времени – В.Г. Белинским, А.М. Герценом, Н.В. Станкевичем – и разделял их взгляды. Неверов стремился воспитать у учащихся способность размышлять, работать не памятью, а умом. В гимназии были созданы два дополнительных класса: университетский – для подготовки к поступлению в вузы, и педагогический – для подготовки учителей. Неверов был сторонником распространения просвещения среди горских народов, при нем в гимназии сложилась замечательная традиция: ежегодно проводить конкурс лучших сочинений на русском языке. Нередко высших наград удостоивались кавказцы. Так, в 1853 г. высшей награды были удостоены сочинения абазина Адиль-Гирея Кешева на тему «О сатирическом направлении в русской литературе» и осетина Тхостова «Кавказ по сочинениям Марлинского, Пушкина и Лермонтова».

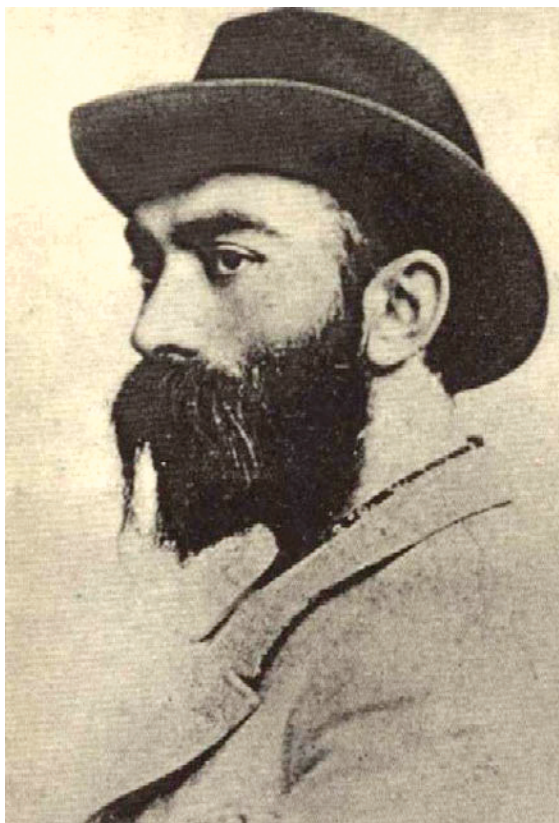


Рис. 16. Коста Хетагуров

Эта провинциальная гимназия выпустила из своих стен многих выдающихся людей своего времени. Одним из первых горцев, закончивших гимназию с золотой медалью и поступивших в Петербургский университет, был *А.-Г. Кешев* — талантливый литератор, прогрессивный общественный деятель и просветитель народов Кавказа. Выпускником гимназии был и выдающийся осетинский писатель и художник *Коста Хетагуров* (рис. 16).

Еще во время обучения в гимназии его рисунки с натуры посылали на Московскую Всероссийскую выставку. После окончания гимназии Хетагуров был направлен в Петербургскую академию художеств. Ставропольскую гимназию окончил также известный общественный деятель, первый переводчик «Капитала» К. Маркса *Герман Лопатин*. Учился в гимназии и *М.И. Бруснев* — организатор одного из первых в России социал-демократических кружков.

Таким образом, несмотря на удаленность Ставрополя от центра страны, этот регион стал очагом русской культуры на Северном Кавказе. Здесь во многом впервые было положено начало приобщению горских и кочевых народов к передовой демократической российской культуре. И это стало одной из форм цивилизаторской миссии России на Кавказе.

1.4. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ СТАВРОПОЛЬЯ

А.Б. Багдасарова

Стереотипные представления о странах, городах и других территориях издавна распространялись в массовом сознании¹. Так, стереотипные представления о Северном Кавказе вообще и о Ставрополье в частности, распространенные в общественном сознании граждан СССР, включали довольно широкий набор ассоциаций: Азово-Моздокская укрепительная линия, Ставропольская крепость, здравницы Кавказских Минеральных Вод, генералиссимус А. Суворов, поэты А. Пушкин, М. Лермонтов, К. Хетагуров, культура скифов, горцы, куначество, лезгинка.

К сожалению, события, связанные с межэтническими отношениями на Северном Кавказе последних двух десятилетий, способствовали формированию в общественном сознании граждан России достаточно противоречивого образа Северного Кавказа и Ставрополья. Поэтому вполне закономерно, что в условиях инновационного развития современных российских регионов мы как бы заново открываем их.

С древнейших времен на территории Северного Кавказа пересекались многочисленные этнические миграции, проходили торговые и военные пути, взаимодействовали различные культуры и религии. Действительно, Кавказ представляет собой своеобразный «музей исторических, этнографических и археологических сокровищ, какого не встретишь в целом мире. Изучить Кавказ — это значит изучить историю и этнографию почти всего человечества»².

Особое *географическое, геополитическое и геокультурное положение* Ставрополья определило его уникальный облик. История распорядилась так, что Ставрополье являлось *воротами России на Кавказ* и выполняло *объединительную миссию* на Кавказе, что нашло отражение и в современном гербе края: на вершине серебряной горы изображена крепость, к воротам которой ведет дорога. Особый интерес представляет и географическое положение столицы Ставропольского края — города Ставрополь, — которое характеризуется так:

¹ Малькова В.К., Тишков В.А. Антропология историко-культурных брендов территорий, регионов и мест // Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. М.: ИЭА РАН, 2010.

² Кавказ: история, народы, обычаи. Нальчик: Издательство М. и В. Котляровых, 2010. Вып. II. С. 39.

*Между экватором и полюсом Земли
На Ставропольских он застыл высотах.
С него увидишь ты Эльбрус вдали,
Простор степей на бреющих полетах.
Между морями Черным и Каспийским
Форпост Российский создан неспроста.
Он стал для нас таким родным и близким —
Врата Кавказа — град Креста¹.*

Образ города Ставрополя как территории взаимодействия народов и культур на Северном Кавказе предстает в поэтических строках Г. Фатеева: *Твоими, Ставрополь, глазами / Глядит Россия на Кавказ.*

Таким образом, создание в январе 2010 года Северо-Кавказского федерального округа административно, экономически и политически «закрепляет центральное положение Ставропольского края в новом макрорегионе и его историческую миссию места взаимопроникновения культур на Кавказе»². Ставропольский край располагается в центральной части Предкавказья и на северном склоне Большого Кавказа. Он граничит практически со всеми республиками, входящими в Северо-Кавказский федеральный округ, «имеет исторические и выстраивает новые продуктивные социально-экономические связи с Кабардино-Балкарской, Карачаево-Черкесской, Чеченской Республиками, Ингушетией, Дагестаном»³.

Ставропольский край обладает относительно благоприятными природными условиями, представляя собой один из интереснейших в *природном и историко-культурном отношении* регионов России. Сегодня Ставропольский край — один из наиболее динамично развивающихся регионов России. Как отмечает губернатор Ставропольского края В. Гаевский, «Ставрополье обладает богатым природно-климатическим потенциалом. Это и наши Кавказские Минеральные Воды с их уникальными минеральными источниками, лечебными факторами, климатом. Это и замечательные черноземы, каштановые почвы, дающие лучшую в мире пшеницу. Это и такие полезные ископаемые, как нефть, газ, титан, цирконий, стекольные пески и многое другое»⁴.

¹ Гаазов В., Лец М. Ставрополь и его окрестности. Ставрополье в названиях. М.: Изд-во Надыршин, 2006.

² Ставропольский край: Общественно-экономическое издание. Январь—февраль, 2010.

³ Аствацатурова М.А. Северо-Кавказский федеральный округ — сильное политическое управленческое решение. <http://www.interfax-russia.ru>.

⁴ Ставропольский край. Общественно-экономическое издание. Январь—февраль, 2010.

В настоящее время можно выделить ряд существующих или складывающихся брендов Ставрополя. В их числе экологический степной парк «Маньч-Гудило», индустриальный парк «Невинномысск», возрождающийся Терский конезавод и бренд этнокультурного и этноконфессионального разнообразия Ставрополя.

Этнокультурный образ конкретного региона, территории складывается из ряда составляющих, в их числе географический, историко-культурный и этнический компоненты. Территориальное пространство во многом определяет представления людей о себе, «включая и выбор индивидами и их общностями той системы координат, в которой происходит их позиционирование относительно окружающего мира, — иными словами, различных проявлений идентичности»¹.

Так, географическое положение, завоевания и миграционные процессы, которым подвергался в течение всей своей истории Северный Кавказ, обусловили своеобразную этническую мозаичность и этнокультурное многообразие региона. Ставропольский край исторически сформировался как полиэтничный регион. Это территория преимущественно с русским населением. Русская ментальность, культура и язык определяют основные интегративные характеристики Ставропольского края². Следует отметить, что этническая структура в различных регионах края неоднородна, уровень полиэтничности населения увеличивается с запада на восток³. Наряду с русскими на территории Ставропольского края проживает около 30 народов, представляющих разные этнические и конфессиональные общности: даргинцы, ногайцы, цыгане, карачаевцы, черкесы, чеченцы, татары, осетины, аварцы, кабардинцы, лезгины, кумыки, табасаранцы и другие, а также народы, имеющие национально-государственные образования за пределами Российской Федерации, — армяне, украинцы, греки, азербайджанцы, туркмены, белорусы, грузины, немцы, турки, корейцы, евреи, поляки, болгары, эстонцы и другие.

Особое место в этнической истории и в современной социально-этнической структуре, так же как и в политической жизни Ставрополя, принадлежит казачеству. Но наиболее крупными этническими общинами в крае являются армянская и греческая. Только в городе Ставрополе зарегистрировано

¹ Гельман В. Центр и региональные идентичности в России: рамки анализа // Центр и региональные идентичности в России / под. ред. В. Гельмана Т. Хопфа. СПб.; М., 2003.

² Концепция реализации государственной национальной политики Российской Федерации в Ставропольском крае на 2010–2015 гг.

³ Авксентьев В.А. Этническая картина Ставрополя // Социально-этнические проблемы России и Северного Кавказа на исходе XX века. Ростов н/Д: Изд-во рост. пед. ун-та, 1998.

8 национально-культурных автономий: греческая, армянская, корейская, еврейская, народов Дагестана, немецкая, «грузинское общество», и 14 национальных общественных организаций: Славянский союз Ставрополя, Союз славянских общественных организаций Ставрополя, Национально-культурное общество славян, Общественная организация «Днипро» украинской диаспоры на Ставрополье, Болгарское общество в городе Ставрополе, общественная организация поляков «Ставрополония», Ставропольская греческая община, Азербайджанская община в Ставропольском крае «Одлар-Юрду» (Родной очаг), Всероссийский азербайджанский конгресс, Абазинский культурный центр «Абаза», Карачаевский культурный центр «Алан», Осетинское культурно-просветительское общество «Амонд», Черкесский культурный центр «Адыги», Ставропольский краевой культурный центр чеченцев и ингушей «Вайнах». Этническую структуру Ставрополя характеризует этнокультурное и этноконфессиональное многообразие. В структуре гражданского общества Ставропольского края национально-культурные общественные объединения представлены 84 национально-культурными автономиями, национально-культурными общественными организациями, центрами, фондами¹. Следует отметить, что на Ставрополье «сложился и успешно реализуется диалог славянского (прежде всего русского) населения с коренными северокавказскими народами и многочисленными диаспорами»².

Между религиозными объединениями, действующими на территории Ставропольского края, — Централизованной православной религиозной организацией Ставропольская и Владикавказская епархия Русской православной церкви (Московский Патриархат) и Централизованной религиозной организацией «Духовное управление мусульман Ставропольского края» — продолжается диалог, в котором участвуют и другие религиозные объединения, в частности Армянская апостольская церковь, иудейские общины и католические приходы.

Как известно, представителям того или иного этноса присущ своеобразный стиль поведения, который вырабатывается под воздействием многих факторов (природных, социальных и др.) на протяжении всей их этнической истории. Природная и социальная среда обуславливали не только особенности хозяйственной деятельности, характер фольклора, но и другие стереотипизированные формы жизнедеятельности людей.

Народы Северного Кавказа на протяжении веков испытывали влияние со стороны других этносов, адаптировались в конкретных географических условиях к процессам ассимиляции и аккультурации, при этом сохраняя свою

¹ Концепция реализации государственной национальной политики Российской Федерации в Ставропольском крае на 2010–2015 гг.

² *Аствацатурова М.А.* Северо-Кавказский федеральный округ — сильное политическое управленческое решение. URL: <http://www.interfax-russia.ru>.

самобытность и неповторимость. Следует отметить, что «ценностные системы и традиционная культура Северного Кавказа являются составной частью российской культурной традиции. Это и составляет основу баланса культур в регионе»¹. Характерной чертой для этнических культур Ставропольского края является процесс межэтнического, межкультурного взаимодействия, который представляет собой особый вид взаимосвязей и взаимоотношений, складывающихся между несколькими этническими культурами в процессе взаимообмена опытом и достижениями в духовной и материальной сферах. Примером межкультурного взаимодействия могут служить этнические контакты между славянским населением, представленным казачеством, и автохтонными этносами Северного Кавказа. Можно выделить два основных уровня межкультурного взаимодействия, присущих Северо-Кавказскому региону: *этнический* и *региональный*. Они представлены соответственно взаимодействием между локальными этносами, этноязыковыми и этноконфессиональными общностями, входящими в ту или иную культурную зону (этнический уровень), и взаимодействием между этносами в контексте их контактов в пределах конкретной историко-географической и политико-экономической целостности (региональный уровень)².

Исторически сложилось так, что на защиту Кавказской линии шли казаки разных групп: с Дона — донские, с Хопра — хоперские, с Украины — украинские, из Терской области — терские и гребенские. Терскими казаками называли воинов четырех полков: Кизлярско-Гребенского, Горско-Моздокского, Волгского и Сунженско-Владикавказского, располагавшихся в Терской области. Терцы, гребенцы, а впоследствии и переселяемые казаки с Дона, Волги и Днепра своей воинской доблестью, трудом создавали уникальную культуру, в том числе и знаменитую Кавказскую линию. Тем самым была заложена основа Терской области — Ставропольский край.

Гребенское казачество с давних времен было ядром, основой русского населения Терской области, положившим начало русской колонизации Кавказа. В рядах защитников Кавказской линии встречались кабардинцы, черкесы, татары крещенные и некрещенные. Этим фактом можно объяснить присутствие в культуре казаков отдельных элементов, характерных для культур других народов. Прежде всего это касается танцев и песен: виды танцев — лезгинка — метроритм; в песнях — многоголосие. Взаимопроникновение культур ярко отразилось в творчестве гребенских казаков. Их близость и соседство с другими народами — грузинами, армянами, татарами, чеченцами, калмыками, кабардинцами, ногайцами — во многом способствовало тому, что большинство обрядов

¹ Черноус В.В. Этнокультуры Северного Кавказа в условиях глобализации // Северный Кавказ в условиях глобализации: тезисы всерос. науч.-практ. конф. Майкоп, 2001.

² Регионоведение: учебное пособие. Ростов н/Д, 2004.

и обычаев гребенских казаков смешанные, заимствованные, содержат элементы других культур. Вместе с тем казаки сохранили «связь с исторической жизнью, с преданиями их отцов и дедов»¹.

*Полно вам, снежочки, на талой земле лежать,
Полно вам, ребятушки, горе горевать:
Оставим тоску во темном леску,
Станем привыкать к грузинским горам,
К чеченским местам*².

Таким образом, социально-политическая жизнь, исторические условия, местность, где приходилось казакам нести службу, неоднородность состава войск, близость к границам других народов определяли характерные черты и некоторые этнические особенности их культурной жизни. Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что Ставрополье с древнейших времен выполняло объединительную миссию на Кавказе. Уникальное географическое положение житницы Северного Кавказа – Ставропольского края – способствовало взаимопроникновению и взаимодействию культур. На наш взгляд, идея разработки и популяризации бренда Ставрополья «в полной мере дополняет идеологические и операциональные принципы государственной национальной политики РФ, направленной на сохранение этнокультурного наследия народов России»³.

¹ Сборник материалов для описания местностей и племен Кавказа. Издание управления Кавказского учебного Округа. Вып. 40. Тифлис, 1909, отд. П.

² Песни донских казаков / сост. Б.П. Екимов. Волгоград: Нижневож. кн. изд-во, 1982.

³ Сохранение этнокультурного наследия. Обсуждение проекта Концепции сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009–2015 гг. // Вестник Российской нации. 2009, № 1 (3).

1.5. ИМИДЖЕВЫЕ ДОМИНАНТЫ КИСЛОВОДСКА: СОЛНЦЕ, ЗДОРОВЬЕ, СОГЛАСИЕ

В.Ю. Савельев

Имидж — это совокупность сознательных или несознательных представлений, образов, существующих у общественности о данном объекте. При построении имиджа учитываются реальные достоинства, а также привнесенные коммуникациями характеристики. Определяя такие имиджевые доминанты города-курорта Кисловодска, как *солнце, здоровье и согласие*, мы подчеркиваем его характеристики и как популярного курорта федерального значения, и как полиэтничного, многоконфессионального города с богатым опытом межнационального взаимодействия.

Кисловодск — всемирно известный старейший бальнеологический курорт. Самый южный из курортов региона Кавказских Минеральных Вод, он уютно расположился в живописной долине среди предгорий Северного Кавказа на высоте 800—1 000 м над уровнем моря. Высота и рельеф города создают своеобразные, неповторимые, благоприятные условия для существования и развития курорта. Горы окружают долину со всех сторон и преграждают путь как холодным восточным ветрам, несущим зимой туманы, морозящие дожди, гололед, изморозь, так и сухим знойным ветрам, дующим летом из степей Ставрополя и Каспийской низменности.

Нежаркое лето и мягкая зима, обилие солнца, чистейший горный воздух и, наконец, целебные минеральные воды создают в Кисловодске исключительно благоприятные условия для лечения и отдыха в любое время года. Здесь успешно лечатся заболевания сердечно-сосудистой системы и органов дыхания, расстройства нервной системы и сопутствующие им недуги.

В общегосударственной системе охраны здоровья населения страны, позволяющей целенаправленно осуществлять профилактику и лечение заболеваний на ранних стадиях, вести диспансерное наблюдение за больными и проводить их реабилитацию, важное место отводится санаторно-курортному лечению. В основу санаторно-курортной помощи положены наиболее гуманные, социальной научно-прогрессивные принципы: профилактическая и реабилитационная направленность, преемственность между амбулаторно-диагностическими, стационарными и санаторно-курортными учреждениями, высокая квалификация и специализация оказываемой помощи. Значимость санаторно-курортного лечения обусловлена продолжающимся процессом преждевременного старения населения и высоким уровнем заболеваемости взрослого населения, подростков и детей.

Об эффективности санаторно-курортного лечения свидетельствует, например, то, что после долечивания в санатории больные в 3–4 раза чаще и в 1,5–2,5 раза быстрее возвращаются к производительному труду. В результате курса санаторного лечения и оздоровления в 2–4 раза снижается уровень трудопотерь по болезни. Созданная в стране система санаторно-курортного лечения и оздоровления не имела аналогов в мировой практике и являлась частью общей структуры эффективного оздоровления населения — «поликлиника — больница — санаторий». Она не только выполняла общенациональную социально значимую функцию по профилактике заболеваний, реабилитации и лечению больных на ранних стадиях, но и обладала безальтернативными методами лечения таких недугов, как туберкулез, спинальные, нервные, в том числе детские церебральные заболевания.

Санаторно-курортное дело в России традиционно является составной частью государственной политики и важным разделом системы народного здравоохранения. С точки зрения системы организации лечения и оздоровления российские курорты и сегодня являются одними из лучших в мире. Российские курортные технологии вполне современные, имеют значительную коммерческую ценность, в том числе и экспортную. В послании Федеральному собранию Президент Российской Федерации подчеркнул, что в современных условиях охрана здоровья — это проблема государственного масштаба.

И действительно, Россия обладает разнообразными целебными ресурсами, многие из которых уникальны. Среди них нарзаны Кисловодска, радоновые воды Пятигорска и Белокурихи, термальные воды Кульдура, горячие газы курорта Янган-Тау, лечебные грязи Тамбуканского озера, сероводородные термальные источники Сочи, солнечное Черноморское побережье и многие другие. Наличие многообразных природных ресурсов позволило создать в нашей стране многогранную систему санаторно-курортного лечения и отдыха.

Основу имиджевого природно-лечебного потенциала города-курорта Кисловодска составляют минеральные воды — знаменитые нарзаны, которые и обусловили его развитие как одного из основных в России бальнеологических курортов. Санаторно-курортный комплекс города-курорта Кисловодска представлен 48 здравницами общей емкостью 11 700 коек. Коэффициент загрузки санаторно-курортного комплекса города-курорта Кисловодска за 2009 год составил 115,5 % и превышает аналогичные показатели других городов-курортов Кавказских Минеральных Вод. Отмечается тенденция неуклонного роста количества отдыхающих в санаторно-курортном комплексе города. В 2009 году по сравнению с 1999 годом оно увеличилось почти в 3 раза.

Важнейшим лечебным фактором — брендом города-курорта Кисловодска — является Кисловодский курортный парк площадью 945 га с его знаменитыми терренкурами, который в 1988 году был объявлен памятником садово-паркового

искусства краевого значения. Кисловодский курортно-лечебный парк располагает особенно благоприятными условиями (живописный ландшафт, сложность рельефа, значительный перепад высот и др.) для терренкуротечения, ландшафтотерапии, аэрофитотерапии, климатотерапии. Природно-ресурсный потенциал в значительной мере обуславливается экологическим состоянием города-курорта Кисловодска, который входит в состав семи городов России с наиболее благоприятной экологической обстановкой.

Общественно-политическая обстановка в Кисловодске во многом определяется геополитическими характеристиками города и региона Кавказских Минеральных Вод, который составлен территориями Ставропольского края, Карачаево-Черкесии и Кабардино-Балкарии. Непосредственное примыкание к городу Малокарачаевского района КЧР формирует особые факторы социокультурного и геополитического влияния на общественно-политическую ситуацию. Межэтнические отношения, этнокультурные и этноконфессиональные процессы являются важной составляющей всей системы общественно-политических отношений в Кисловодске. Их содержание и формы связаны с общими процессами социально-экономического и политического развития Ставропольского края, Северо-Кавказского региона и Юга России.

Кисловодск, основанный казаками в 1803 году, формировался впоследствии как полиэтничный и мультикультурный город с участием таких субъектов межэтнических отношений, как русские, украинцы, белорусы, горские северокавказские народы, диаспоры, представляющие ближнее и дальнее зарубежье. К наиболее многочисленным этническим группам относятся русские, армяне, карачаевцы, украинцы, осетины и грузины (рис. 1).

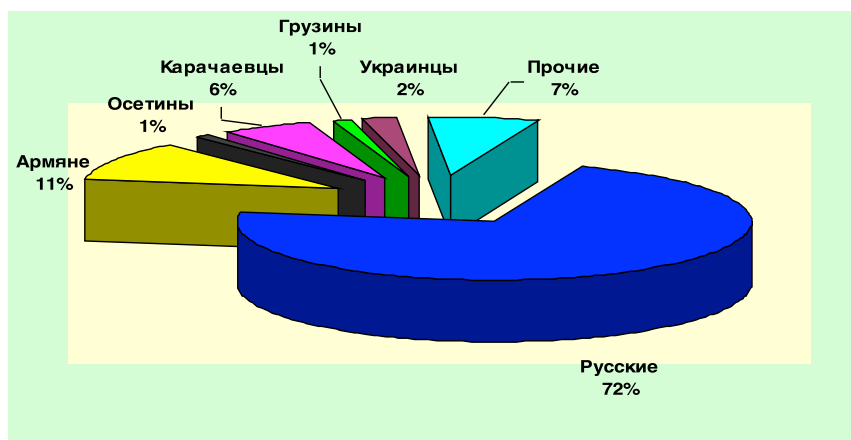


Рис. 1. Национальный состав населения г. Кисловодска

Кисловодск является одним из немногих городов Ставропольского края и России в целом, где были налажены хорошие побратимские связи с рядом городов ближнего и дальнего зарубежья. Город состоит в Международной ассоциации «Породненные города» с 1992 г., в Союзе муниципальных образований Ставропольского края с 1998 г., в Союзе исторических городов и регионов России с 2000 г. Кисловодск состоит также в побратимских связях с такими городами дальнего зарубежья, как Велинград (Болгария, Пазарджинский округ), Экс-Ле-Бен (Франция), Багио (Филиппины), Мускатин (США, штат Айова), Патерсон (США, штат Нью-Джерси); городами ближнего зарубежья: Батуми (Грузия, Аджария), Дилижан (Армения); с городами России: Назрань (Республика Ингушетия), Новочеркасск (Ростовская область), Новороссийск (Краснодарский край), Воронеж (Воронежская область), с Туапсинским районом (Краснодарский край). Система побратимства предоставляет городу особые возможности: продвижение имиджа на международной арене; привлечение инвестиций в развитие курорта и бизнеса; приобретение новых черт социокультурного облика. В 2010 году поступило еще два предложения от городов Германии и два из Болгарии, что подтверждает вышесказанное.

Особенностью городского сообщества является общественная активность. В Кисловодске действуют более 120 зарегистрированных общественных организаций. Из них 15 % от общего числа составляют национально-культурные организации и автономии, по 13 % составляют религиозные, профсоюзные и ветеранские организации. Наряду с этими институтами при Администрации города действуют общественный, молодежный и этнический советы, созданные в соответствии с постановлениями Главы города и решениями Думы.

Особенностью этнокультурного самоопределения является формирование организаций межэтнической направленности, среди которых общественная организация «Кавминводский региональный центр миротворчества, конфликтологии и общественного развития “Дружба – Северный Кавказ”» и Союз национальных общественных организаций города Кисловодска «Содружество». Цели деятельности этих организаций просты и понятны каждому жителю: *миротворчество, урегулирование конфликтов, развитие гражданского общества* в регионе путем реализации социально значимых общественных инициатив. Направления деятельности организаций межэтнической направленности весьма разнообразны. Среди них проведение фольклорных фестивалей «Кавказ – наш общий дом», нацеленных на изменение негативных установок у молодежи; проведение семинаров и тренингов для различных групп населения, взаимодействие со СМИ, в том числе и издательская деятельность: издание информационно-аналитического бюллетеня «Вместе», нацеленное на укрепление мира в регионе путем распространения уникального опыта взаимодействия этнических общин; реализация различных исследовательских

программ и проектов; развитие и укрепление механизмов сотрудничества общественных объединений с органами власти различного уровня (в тесном контакте с Администрацией города Кисловодска); организация летних лагерей для молодежи разных национальностей из различных регионов Кавказа, а также максимальное использование имиджа города как курорта с использованием маркетингового развития различных видов туризма.

В этой связи можно выделить следующие виды туризма:

Экскурсионный туризм — путешествие в познавательных целях. Это одна из наиболее распространенных форм туризма.

Рекреационный туризм — путешествие для отдыха и лечения. Этот вид туризма является весьма распространенным. В некоторых странах он выделяется в самостоятельную отрасль экономики и функционирует параллельно с другими видами туризма.

Деловой туризм — поездки, связанные с выполнением профессиональных обязанностей. В связи с интеграцией и установлением контактов деловой туризм из года в год приобретает все большее значение. Поездки совершаются с целью посещения объектов, которые принадлежат фирме или представляют для нее особый интерес; для проведения переговоров, для поиска дополнительных каналов снабжения или сбыта и т. д. Кроме того, к сфере делового туризма относится организация различных конференций, семинаров, симпозиумов и т. д. В таких случаях большое значение приобретает сооружение при гостиничных комплексах специальных залов, установка оборудования для связи и т. д.

Этнический туризм — различные паломнические туры с посещением религиозных святынь, как христианских, так и мусульманских.

Спортивный туризм — поездки для участия в спортивных мероприятиях. В этом могут быть заинтересованы спортивные команды, организаторы соревнований. В Кисловодске имеется единственная в России Олимпийская база центра подготовки спортсменов, расположенная в условиях среднегорья, что очень важно при проведении учебно-тренировочных сборов.

Целевой туризм представляет собой поездки на различные массовые мероприятия культурного, спортивного и др. направлений.

Религиозный туризм — путешествие, имеющее целью выполнение каких-либо религиозных процедур, миссий.

Приключенческий (экстремальный) — туризм, связанный с физическими нагрузками, зачастую опасными даже для жизни (альпинизм, рафтинг, походы и т. д.).

Все эти виды туризма зачастую тесно переплетаются между собой. Их развитие влечет за собой формирование имиджа безопасности и возможности посещать город и регион.

В настоящее время общественно-политическая ситуация в городе характеризуется относительной стабильностью, динамическим равновесием интересов местных сообществ (социальных, профессиональных, демографических, этнических, конфессиональных). Вместе с тем в городе сохраняются дестабилизирующие факторы. Существенными среди них являются проявления ксенофобии, вандализма на кладбищах, «заборного терроризма», а также порча памятников культуры и истории, споры вокруг строительства мечети, следствием которых является недоверие граждан к власти, недовольство действиями, уровнем профессионализма силовых структур, эффективностью правосудия.

В последнее время стало особенно заметно состояние латентного соперничества этнических групп в сфере собственности, в сфере влияния на принятие политических и управленческих решений, в сфере доступа к власти — участия в представительных органах местного самоуправления.

В регионе КМВ участниками криминальных разборок нередко являются представители диаспор (армянской, греческой) и северокавказских этнических общин (карачаевцы, кабардинцы, чеченцы, дагестанцы), имеющих прочные позиции в сфере предпринимательства, малого и среднего бизнеса, сфере услуг. Они конкурируют в области раздела и передела собственности, рынков сбыта, сфер влияния.

Большую тревогу, порождающую страх и безвыходность, вызывают террористические акты в регионе. Они воспринимаются населением края как звенья действующей системы международного и внутрироссийского терроризма, идеологическое обеспечение которого составляют радикальные вероучения — исламский фундаментализм, ваххабизм. Представления о терроризме и террористах по-прежнему увязываются в массовом сознании жителей с представителями мусульманского мира на Северном Кавказе — карачаевцами, ногайцами, чеченцами и др.

Поэтому, на наш взгляд, необходимо решить вопрос о создании серьезной интернет-площадки для местной молодежи (сайты, блоги, использование существующих ресурсов и т. д.); создать государственные центры психолого-социальной реабилитации, в том числе и для пострадавших в конфликтах и терактах; не ограничиваться отправкой по путевкам Минздравсоцразвития, а осуществлять предварительную продуманную деятельность по отбору направляемых, работу с сопровождающими, с психологами, конфликтологами, в том числе используя накопленный потенциал и опыт организаций гражданского общества; использовать опыт конфессиональных лидеров для совместного противодействия традиционным религиозным группам, тоталитарным сектам и течениям.

1.6. ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ¹

М.А. Рыблова

Активная работа по созданию историко-культурного бренда Волгоградской области началась лишь в самые последние годы. Первоначально такая задача была сформулирована в связи с разработкой концепции развития туризма на территории области. Одним из направлений деятельности областной Центр туризма провозгласил работу по созданию нового бренда Волгоградской области и имиджа для каждого муниципального образования, входящего в ее состав. Разработчики этой программы полагают, что привлечение туристов в Волгоградскую область невозможно без создания такого имиджа, который бы отражал не только победы прошлого, но и возможности будущего. Однако главный упор в Программе делался все-таки на привычные образы Волгограда-Сталинграда, связанные с героикой Великой Отечественной войны, а также на специфику природно-географической среды (сочетание лесных массивов со степными и полупустынными ландшафтами).

Широкое обсуждение проблемы формирования привлекательного имиджа города и области возобновилось в связи с недавней (весна 2010 г.) инициативой губернатора А. Бровко по превращению Волгограда во всероссийский центр патриотизма и в связи с разработкой специального проекта национального центра «Победа».

Использование героики Сталинградской битвы в целях патриотического воспитания молодежи страны является бесспорным. В ходе подготовки обеих программ (развития туризма и создания центра «Победа») нередко звучала мысль о том, что при формировании имиджа города и области апеллировать к победам прошлого можно и нужно, хотя желательно бы трактовать и это прошлое, и настоящее не только в контексте героикой военно-патриотическом. Необходимо также подчеркивать историко-культурные и этнографические особенности региона. Это тем более важно, что история и культура нашего региона дает для этого достаточно возможностей. Можно выделить несколько основных региональных этнокультурных особенностей:

1. Нижневолжский регион вообще и территория Волгоградской области в частности являются зонами компактного расселения представителей разных

¹ Работа выполнена в рамках подпрограммы фундаментальных исследований «Проблемы социально-экономического и этнополитического развития южного макрорегиона» Программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Фундаментальные проблемы пространственного развития Российской Федерации: междисциплинарный синтез».

народов, нескольких крупных и множества мелких этнических групп и диаспор. Помимо русских здесь проживают украинцы, донские казаки, казахи, поволжские немцы, астраханские татары, поволжские татары, калмыки, чеченцы, представители дагестанских народов, корейцы и другие. Однако если говорить о времени складывания постоянного населения края, то к числу первых насельников (после господствовавших здесь кочевников) следует отнести донских казаков (XV—XVI вв.). Русское промысловое, а затем и земледельческое население складывается здесь не ранее XVII в.; украинцы появляются в XVII—XVIII вв., калмыки — с XVII в. Со второй половины XVIII в. начинается немецкая миграция. В XIX в. мигрируют в наши края казахи-букеевцы, казанские татары и мишари, отдельные группы мордвы и чувашей.

2. В дореволюционный период эти группы населения проживали на территории Нижнего Поволжья большими общинами, сохраняя язык и обычаи. В то же время происходила известная нивелировка народной культуры у каждой из групп, обусловленная двумя факторами: приспособлением к новой экологической среде (как правило, отличной от экологической среды мест исхода) и этнокультурными взаимовлияниями. Процесс взаимной «притирки» народов, существенно различавшихся по образу жизни (кочевники и скотоводы), по культурным установкам (немцы и калмыки), по религиозной картине мира (буддисты, мусульмане, христиане), проходил далеко не просто и не безболезненно. Казахи разоряли немецкие колонии; калмыки, ногайцы и донские казаки «обменивались» взаимными угодями скота и военными стычками, однако собственно этнической конфликтности в этих процессах не было. Примерно к середине XIX в. в крае наладилось уже совершенно мирное существование отдельных этнических групп и общин.

3. Прошедший XX век принес потрясения, отразившиеся и на этнической ситуации в регионе: это политика расказачивания, коллективизация, насильственное выселение немцев и калмыков, а затем их возвращение. В 1950-х гг. началась миграция в Волгоградскую область корейцев, чеченцев, дагестанцев, марийцев, чувашей и других. Все это повлекло за собой появление «трудных» вопросов и болевых точек в этнической ситуации региона. Однако и эти тяжелые по своим последствиям акции не привели к созданию взрывоопасных ситуаций. Остался наш регион в стороне и от полосы этнических конфликтов и потрясений, прокатившихся на постсоветском пространстве в конце 1980 — начале 1990-х годов. Непростая ситуация с обещанной поволжским немцам автономией была чревата многими осложнениями, но эта проблема решилась в духе советских времен: немцы, не дождавшись обещанного, уехали. А «нет этнической группы — нет и этнической проблемы». Бурный взлет этнического возрождения казачества также не повлек за собой возникновения каких-либо конфликтных ситуаций.

4. За последние два десятилетия наблюдался интенсивный приток в край жителей бывших союзных и автономных республик Северного Кавказа и Закавказья. Более чем на четверть возросла численность казахов. Активизировались все крупные этнические группы и диаспоры. С начала 1990-х годов начался бурный процесс создания национальных культурно-просветительских, религиозных и прочих организаций, общин. И тем не менее, когда все постсоветское пространство сотрясало от межэтнических конфликтов, Нижневолжский регион удивлял и сторонних наблюдателей, и наших земляков стабильностью и неконфликтностью развития межэтнических отношений в столь сложный переломный период.

Такая ситуация обуславливалась многими причинами и факторами. Одним из факторов, определивших длительное мирное существование различных этносов и этнических групп на территории Нижнего Поволжья и сочетавшихся к тому же с тесными культурными контактами и взаимовлияниями, могла быть специфика их изначального складывания и последующего существования в зоне пограничья. И это неизбежно должно было привести к формированию особого культурного пространства, влияющего в свою очередь на протекание в этой зоне межкультурных и межэтнических процессов.

В исторической ретроспективе наш регион можно определить как фронтирную территорию и как зону вторичной колонизации.

Территория Волгоградской области занимает обширное пространство, бывшее частью так называемого Каспийского коридора, по которому, начиная еще с эпохи бронзы, нескончаемыми потоками двигались волны кочевников, идущих из азиатских степей. Позднее эта территория обозначалась на средневековых картах как «Дикое поле». Если попытаться дать определение Дикому полю, то это пограничье, причем помноженное на три. Это буферная зона между степью и лесом, кочевниками и земледельцами-славянами, христианством и мусульманством. Именно в ситуации фронта — экономического, политического и религиозного пограничья с весьма подвижными и «прозрачными» границами — формировалось постоянное население региона¹.

Ситуация Дикого поля не давала отдельным этническим группам замыкаться «в себе», способствуя постоянному творческому взаимодействию. Однако этническая самобытность отдельных групп при этом не исчезала, она продолжает и в наши дни сохраняться в семейно-бытовой сфере, в структуре духовного самовоспроизводства.

Если посмотреть на этнокультурную ситуацию Каспийского коридора в исторической ретроспективе, то можно обнаружить, что здесь не происходило процессов слияния разных этносов в новое этническое образование,

¹ Рыблова М.А. «Дикое поле» в этнографической ретроспективе и реалиях сегодняшнего дня // Россия и Восток: проблемы взаимодействия. Волгоград, 2003. С. 145–155.

вообще процессов этногенеза. Здесь одна этническая волна сметала другую, остатки племен и народов «застреливали» севернее (Среднее Поволжье) и южнее (Северный Кавказ). Севернее и южнее образовывались и новые этносы, и новые культурные центры (Итиль и Булгар, Казань и Астрахань). Но заселение края происходило волнами так называемой вторичной колонизации. Справедливо будет сказать, что среди народов, населяющих территорию современной Волгоградской области, нет ни одного «коренного»: и славяне, и калмыки, и татары, и немцы — пришлые для этой территории. Впрочем, сразу встает вопрос о донском казачестве, формирование которого происходило здесь в XV—XVII вв. Именно казачество в настоящее время и высказывает претензии на эту территорию как на этническую родину.

С казачеством были связаны и первые попытки формирования этнокультурного бренда Волгоградской области, что нашло отражение, например, в традиции принимать почетных гостей города с участием казачьих фольклорных коллективов и по казачьим традициям (с казачьей здравницей и чарочкой на шашке). Тот факт, что г. Царицын — Сталинград — Волгоград никак не связан собственно с казачьей историей и традициями, никого не смущает. Нередкими стали случаи позиционирования и всей Волгоградской области как в первую очередь казачьего края. Примером может служить вышедшая в 2006 г. «Энциклопедия Волгоградской области», для этнографического раздела которой была подготовлена серия статей, отражавших ситуацию «поликультурализма», свойственную нашему региону¹. В равной степени в этих статьях были представлены русские, украинцы, поволжские немцы, донские казаки, казахи-букеевцы, татары. Однако в вышедшем в свет издании пропорции оказались смещенными. Этнографии русских Волгоградской области (составляющих более 80 % от общего числа жителей) было посвящено три статьи, поволжских немцев — семь, украинцев — три, татар — четыре, казахов — четыре, донских казаков — двадцать. Вне зависимости от намерений редакторов у человека, полиставшего энциклопедию, должно было сложиться впечатление, что Волгоградская область — казачий край.

Проявляют активность в процессе формирования казачьего бренда области и сами казаки, неоднократно предлагавшие включить в Устав Волгоградской области статью, признающую область территорией традиционного проживания казачества. Впрочем, Областная дума эту инициативу постоянно отклоняет, ссылаясь как раз на свойственную нашей области ситуацию поликультурализма.

Обращение в поисках региональной идентичности к этническим образам — явление широко распространенное и во многом оправданное, особенно когда речь идет о так называемых «этнических» республиках в составе федерации. Есть объективные предпосылки использования именно казачьей этничности

¹ Энциклопедия Волгоградской области. Волгоград: Издатель, 2007. 447 с.

и для презентации нашего края. Казачья традиция — одна из самых ранних в крае (из числа ныне существующих); весьма самобытная, в отличие от русской нижеволжской, пестрой, имеющей множество локальных форм. К тому же казачья идентичность, позволяя выделить культурную специфику региона, в то же время дает возможность позиционировать ее как часть общерусской традиции.

Формирование именно «казачьего» бренда применительно к местам компактного расселения донских казаков на территории Волгоградской области совершенно оправдано. Территория, включающая 24 административных района Волгоградской области, обоснованно именуется «казачьим краем». Здесь многое целенаправленно делается для формирования именно такого имиджа и бренда. Эти попытки отражают процесс настойчивого поиска и закрепления собственной казачьей идентичности¹. В «казачьих» регионах активно восстанавливаются старые и создаются новые «казачьи святыни», воздвигаются памятники знаменитым казакам. На престольные праздники, трансформировавшиеся в дни станиц и хуторов, и крупные праздники календарного цикла (Масленица, Троица и др.) с конно-спортивными состязаниями, крестными ходами, с участием фольклорных коллективов съезжается множество жителей «неказачьих» территорий области и соседних регионов. Отметим, кстати, что эти инициативы сопровождаются повышенной заботой местных властей и самих жителей о чистоте и благоустройстве своих поселений, появлением новых краеведческих музеев, общественных культурно-просветительских организаций. Все эти мероприятия могут быть причислены к весьма успешному опыту брендинга.

Однако этнокультурная картина региона, как мы уже показали выше, не сводится только к казачьей этничности, она гораздо шире и богаче. Так, «казачий бренд» не позволит выделить Волгоградскую область на фоне других казачьих регионов. Например, Ростовская область имеет гораздо больше формальных прав на этот бренд. При формировании этнокультурного бренда Волгоградской области более обоснованным и перспективным, на наш взгляд, может стать уже широко вошедший в научный обиход образ «перекрестка культур». Отметим, кстати, что перекресток именуется в казачьей традиции «крестом» и трактуется как место пересечения миров и место встреч. Этот образ позволит представить область как регион с древней традицией поликультурализма, регион мирного сосуществования разных этносов и этнических групп, как территорию активного культурного взаимовлияния.

Образцом такой традиции является, кстати, и само донское казачество (изначально формировавшееся из представителей разных этносов и конфессий),

¹ *Рыблова М.А. Казачья этничность в формировании региональной идентичности Волгоградской области // История края как поле конструирования региональной идентичности. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2008. С. 55–75.*

и казачья культура (вобравшая в себя элементы русской, украинской, тюркской, северокавказских и др. традиций). При этом необходимо использовать и социальную составляющую современного казачьего возрожденческого движения. Оно обладает мощным ресурсом для интеграции представителей разных этносов и для их включения в процесс формирования общероссийской гражданской идентичности.

Научные разработки в области формирования позитивного этнокультурного бренда Волгоградской области могут и должны опираться на уже имеющийся практический задел. Так, в Волгограде успешно реализует идею «перекрестка культур» Государственный музей-заповедник «Старая Сарепта», представляющий в своих экспозициях традиционные культуры разных народов Нижневолжского региона. Музей, объединяющий несколько этнокультурных центров, постоянно организует мероприятия, презентующие эти традиции, например ежегодный фестиваль «Сарептские встречи».

Своеобразным символом полиэтничного региона стало село Дубовый Овраг, расположенное неподалеку от границы Волгоградской области и Республики Калмыкии. Оно представляет собой одноуличное поселение, дома которого расположены по обе стороны автотрассы. Практически каждый из домов представляет собой учреждение общепита (кафе, харчевня, трактир и пр.), предлагающее проезжающим набор блюд какой-либо из региональных национальных кухонь (калмыцкой, русской, украинской, кавказской и пр.). Это поселение пользуется большой популярностью не только у приезжих (следующих транзитом по трассе), но и у жителей Волгограда, предлагающих поездки туда своим иногородним гостям. Это поселение — яркий пример того, что бренд «культурный перекресток» уже находит свое воплощение в реальной жизни региона.

1.7. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ БРЕНД КАЗАЧЕСТВА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ

Л.Л. Хоперская, А.А. Киблицкий

Целью статьи является доказательство тезиса о том, что в современных условиях социальная самоидентификация казачества смещается с политического в поле этнокультурного брендинга, понимаемого как «социокультурная практика по созданию, внедрению, управлению брендами, базирующаяся на выявлении социального потенциала бренда»¹. Включение понятий «бренд» и «брендинг», традиционно используемых в исследованиях экономического характера, в контексте рассмотрения проблем казачества требует определенного теоретического пояснения.

Следует отметить, что брендинг первоначально зародился на рынке потребительских товаров и был приспособлен именно для них. Концепция брендинга потребительских товаров — это «концепция продвижения, “проталкивания” товара к потребителю»². При этом бренд — это «образ, который компания формирует в голове у потребителя»³, в него «входят сам товар или услуга со всеми его характеристиками, набор характеристик, ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару (имидж товара, brand-image), а также обещания каких-либо преимуществ, данные автором бренда потребителям, — то есть тот смысл, который вкладывают в него сами создатели»⁴.

По определениям, содержащимся в электронном словаре «Глоссарий.ру», «бренд — образ марки товара или услуги в сознании покупателя, выделяющий его в ряду конкурирующих марок». А «брендинг — в контексте стратегии маркетинга — это разработка и осуществление комплекса мероприятий, способствующих идентификации того или иного продукта; это выделение конкретного продукта из ряда аналогичных, конкурирующих между собой продуктов; это и создание долгосрочного предпочтения потребителей к бренду»⁵.

¹ *Костылева Н.В.* Бренд как социокультурный феномен (социологический анализ): дис... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2006; Продвижение бренда // http://marketsite.narod.ru/brand_promotion.html

² *Большов И.* Визуальная идентичность — инструмент конкурентной борьбы в условиях новой экономики // <http://www.russbrand.ru/2008/07/16/visual-identity-bylogomotiv001>

³ Что такое бренд? // <http://marketsite.narod.ru/brand.html>

⁴ Бренд, брендинг // http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RBwltk

⁵ *Бекетов Н.В.* Брендинг: социокультурный анализ понятия // Журнал «Дайджест-Финансы». 2008. февраль. 2 (158). URL: <http://www.fin-izdat.ru/journal/authors.php?ID=9564>

Как отмечают исследователи, понятие «бренд» сегодня активно употребляется за рамками экономического дискурса — в научных и публицистических текстах, — а также вошло в повседневную разговорную лексику. Расширение контекста употребления понятия «бренд» и языковые флуктуации из научного языка в разговорный — показатель востребованности знака для обозначения ранее не обозначаемого или неизвестного феномена. Активное употребление понятия «бренд» свидетельствует, по нашему мнению, о том, что бренд стал социальным фактом и общество испытывает потребность в выявлении его специфики и в определении механизмов его формирования»¹.

К.В. Архангельская выделяет следующие базовые подходы в исследовании феномена бренда: 1) экономико-маркетинговый (бизнес-ориентированный), 2) исторический и 3) социокультурный. Она обращает внимание, что работ, представляющих социокультурный подход к исследованию феномена бренда, крайне мало как в России, так и на Западе. Тем не менее проведенные в этой сфере исследования показывают неразрывную связь самоидентификации и бренда².

Напомним, что в современных учебных и справочных изданиях идентичность определяется как «чувство принадлежности к определенной общности, т. е. чувство идентичности»³; «осознанное самоопределение социального субъекта»⁴; «качество, являющееся результатом индивидуального или группового самовосприятия в виде определенного субъекта»⁵; «форма социальной организации культурных различий»⁶; «конфигурация значимых представлений действующего субъекта о себе и других»⁷; «изменяющееся, ситуативное явление, имеющее свою историю и используемое в разных контекстах»⁸.

При широком подходе бренд — это фиксация уникальных характеристик социального проекта или товара, предлагаемого обществу и отдельным целевым группам, и демонстрация его преимуществ перед другими социальными проектами или товарами. И. Большов подчеркивает аксиологический характер бренда, что роднит его с самоидентификацией, заявляя, что «ценности и цели — это основа для построения бренда»⁹, но ценности и цели также выступают основой идентичности.

¹ Архангельская К.В. Бренд как объект исследования // Известия Уральского государственного университета. 2000. Гуманитарные науки. Выпуск 12. № 47 (2006).

² Там же.

³ Touraine A. Production de la societe. Paris, 1973.

⁴ Идентичность // Категории политической науки. М., 2002.

⁵ Там же.

⁶ Гудков Л. Негативная идентичность: Статьи 1997–2002. М., 2004.

⁷ Дробизева Л. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России. М., 2003.

⁸ Донские Войсковые ведомости. 10 июля. 2006, № 10 (172).

⁹ Что такое бренд? // <http://marketsite.narod.ru/brand.html>

Можно сказать, что идентичность и бренд выражают разные стороны одного и того же феномена. Если идентификация понимается как «процесс внутренней самореализации, обусловленной особенностями социального пространства или объективной реальности»¹, то бренды «становятся важным средством демонстрации идентичности, маркерами социального пространства, “зеркалом” социальной реальности»².

Именно этот подход представляется нам наиболее адекватным при анализе современного казачества, которое обладает многослойной социальной самоидентификацией, включающей автостереотипы, нормы и традиции, складывавшиеся на качественно различных этапах его существования.

Следует учитывать, что социальная идентификация казачества всегда выступала основой его политической самоидентификации, фиксирующей в групповом сознании основные принципы, правила отношений к власти и с властью. Так, сложившись на определенном этапе как поселенческая и субэтническая социальная группа, казачество обладало политической идентификацией «казачьей вольницы». Будучи в имперский период сословием — идентификацией государевых людей, хранителей государства (жандармов), — считая себя коренным населением, казачество стало идентифицировать себя с хозяевами, политически доминирующим на определенной территории классом. При этом отличительной чертой политической самоидентификации казачества являлось то, что оно всегда осознавало себя социальной группой, находящейся в особых отношениях с властью, пребывающей вне рамок правового поля, обладающей особым социальным и правовым статусом.

Так, в начале своего исторического пути казачество находилось буквально «за» пределами (вольница) правового поля, на определенном этапе даже пытаясь противостоять и разрушать правовые порядки и установления империи (восстания С. Разина и К. Булавина). Затем казачество выполняло особые функции «вне» его (покорение новых территорий), было «над» ним (полицейские, жандармские функции). Вольные при крепостном праве, своеобразный этнос внутри этноса, сословие в классовом обществе, коренное население как группа населения с особыми правами — так складывалась и укреплялась политическая традиция особых способов легитимизации казачества в структуре российского общества на всех этапах его существования.

В результате воздействия объективных факторов расказачивания (экономической и политической консолидации нации), а также в процессе целенаправленной советской политики само казачество утратило статус внутренне

¹ Костылева Н.В. Бренд как социокультурный феномен (социологический анализ): дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2006. Продвижение бренда // http://marketsite.narod.ru/brand_promotion.html

² Там же.

структурированной и организованной социальной группы. Тем не менее казачья самоидентификация сохранилась на уровне малых групп и как индивидуальная самоидентификация. На этой основе в постсоветский период начался процесс возрождения казачества как социальной группы.

Но его особенностью является то, что основой возрождения стало не создание современных, адекватных эпохе экономических, культурных, социальных технологий внутреннего структурирования группы. Ее основой была избрана идея восстановления исторической справедливости через политическую и правовую реабилитацию группы, т. е. возвращение утраченных ею статусных характеристик.

Это объясняет, почему ядром современной политической культуры казачества выступает политическая самоидентификация в форме репрессированной социальной группы. В частности, признание утраты этнических, сословных, культурных характеристик (черт, свойств) рождает желание возрождения, но не за счет собственных ресурсов, а за счет государства, разрушившего прежние формы социальной общности. Как отмечает один из лидеров донского казачества П. Барышников, «для нас краеугольным камнем является, безусловно, Федеральный закон “О государственной службе российского казачества”, из которого вытекает идеология государственной поддержки казачьих обществ»¹.

Следует сказать, что федеральная власть в течение всего периода возрождения казачества была озабочена формированием правовой основы этого процесса и держала в поле зрения феномен казачества и его роль (функции) в социально-политической жизни России, но отношение власти к казачеству концептуально менялось. Первоначально в нормативных актах казачество считалось одним из репрессированных народов, культурно-этнической общностью людей, за которой признавалось право возрождения и сохранения своего культурного наследия путем восстановления национально-государственных образований в границах, сложившихся до их упразднения; возрождения традиционных форм землевладения и землепользования, несения воинской службы. На практике за казачеством в местах его традиционного проживания признавались права контроля над миграционными процессами, а на международном уровне — вмешательство в политические процессы в бывших советских республиках.

Всего с 1990 по 2005 годы было принято около 120 государственных актов, относящихся к казачеству, последним из которых является Федеральный закон от 5 декабря 2005 г. № 154-ФЗ «О государственной службе российского казачества»². Принятие этого Закона преследовало цель «закрыть» на феде-

¹ Донские Войсковые ведомости. 2006, 10 июля. № 10 (172).

² Федеральный закон от 5 декабря 2005 г. № 154-ФЗ «О государственной службе российского казачества» // vif-s.narod.ru/iz/03/05_154.html

ральном уровне проблемы политизации казачества, его претензии на особый этнический или «сословный» статус, а также реабилитацию казачества как репрессированного народа. В отличие от предыдущих нормативных актов, в нем содержатся следующие основные определения:

- 1) российское казачество — граждане Российской Федерации, являющиеся членами казачьих обществ;
- 2) государственный реестр казачьих обществ Российской Федерации — информационный ресурс, содержащий сведения о казачьих обществах;
- 3) казачье общество — добровольное объединение граждан Российской Федерации в форме некоммерческой организации, образованное в соответствии с федеральным законодательством, внесенное в государственный реестр казачьих обществ Российской Федерации, члены которого в установленном порядке приняли на себя обязательства по несению государственной или иной службы.

Но закон, обошедший вопросы самоидентификации казачества как специфической социальной группы, не решил всех связанных с ними проблем, прежде всего проблемы обладания особым статусом на определенной территории. Различаясь в подходах к тому, является ли казачество этнической группой или сословием, разные группы казаков единодушны в том, что казачество — это коренное население, выступающее «хозяином на своей земле». Так сложился определенный образ, политический бренд.

Кроме того, при всех разногласиях между «реестровыми» и «нереестровыми» казаками на протяжении 1990—2000-х годов существовало согласие как по вопросу о политическом статусе (бренде) казачества — это репрессированная социальная группа, — так и по вопросу о форме его возрождения (брендинга) — политическая и правовая реабилитация, требования которой в совокупности включают в себя и этническую, и сословную, и территориальную, и имущественную, и культурную реабилитацию, а также восстановление казачьего самоуправления, способов хозяйствования и общинного землепользования.

Статус казачества как репрессированного народа выступал доминантой в политических оценках и требованиях. Проблема заключалась в том, что логически следующее отсюда требование восстановления исторической справедливости относилось к группе, а не личности, что закрывало путь встраивания в модернизируемое общество.

Действительно, если в качестве основных индикаторов модернизации общества рассматривать частную собственность как основу личной свободы, формирование и деятельность политических партий как объединений свободных граждан, обладающих схожими личными политическими интересами и целями, и использование информационных технологий во всех сферах общественной жизни, в том числе во властной сфере, то также придется констатировать сложное отношение казачества к модернизационному процессу.

Во-первых, его политические требования исходят из неприятия частной собственности на землю и ориентаций на восстановление общинного землепользования. Но тенденции развития социально-экономических процессов направлены по другому вектору.

Во-вторых, казачество из-за сегментированности политической культуры так и не смогло стать политической партией, ведущей легитимную борьбу за власть, а осталось (и в перспективе будет оставаться) группой по интересам, в основе которой лежат идеалы и нормы общинных взаимоотношений, ориентации на признание ее особого статуса (этнического или сословного), специфическое понимание демократии, ограниченной казачьим кругом, а не всеми гражданами государства или территориального сообщества. Очевидно, что и эти ориентации не вписываются в русло современных общественно-политических процессов.

В-третьих, конкретизация политических требований казачества о привлечении их к специфическим видам государственной службы, в частности пограничной и природоохранной, не учитывает того факта, что в ближайшей перспективе (3–5 лет) эти службы будут осуществлять свои функции с использованием новейших информационных технологий (GPRS и/или ГЛОНАСС), предполагающих сведение к минимуму людских ресурсов. Следует отметить, что уже сегодня идет процесс ликвидации традиционных пограничных застав и замена их пунктами космического слежения (подобное будущее ожидает и природоохранную службу), на которых работают высококлассные профессионалы, специалисты в сфере информационных технологий. Предполагать, что в список должностных требований к ним будет включен пункт о принадлежности к казачеству, по меньшей мере наивно и попросту недемократично.

Политическое позиционирование, иными словами, продвижение политического бренда казачества как «хозяев своей земли» сочеталось с убеждением, что как «хозяева» казаки имеют право на самостоятельные решения о «наведении порядка» и соответствующие действия. Наиболее яркими примерами, иллюстрирующими эти установки, являются требование Схода казаков ВКО ВВД (2006 г.) о создании комиссии по «оказанию помощи в переселении турок-месхетинцев в США» или Решение о поручении «атаманам всех уровней обратиться к главам муниципальных образований с инициативой проведения референдумов о пребывании на их территориях мигрантов». Уже после принятия закона неоднократно принимались решения о введении в Войске военного положения (?!) или об объявлении «состояния похода». К деятельности, явно выходящей за рамки закона, можно отнести и публичное обсуждение предложений о создании казачьих миротворческих сил в Абхазии, Приднестровье и Южной Осетии, а также официальные заявления о возможности самостоятельных действий «в связи с недружественными мерами сопредельных государств».

Все перечисленные формы политической активности противоречили нормам Конституции РФ и Федеральному закону «О государственной службе российского казачества», но принимались рядовым казачеством в качестве легитимных. Таким образом, казачество, с одной стороны, постоянно заявляло претензии на государственную поддержку своего развития, декларировало стремление к государственной службе, но с другой — выходило за рамки правового поля, демонстрировало неуправляемость со стороны федеральной и региональной власти, особенно в ситуациях межэтнических конфликтов.

Если вычленять мировоззренческие (идеологические), гражданские и политические ориентации казачества, то можно охарактеризовать первые как ориентации на миф о «восстановлении исторической справедливости» (по мнению авторов, «восстановление исторической справедливости» выступало политическим мифом, который представлял глубинное измерение политической самоидентификации казачества и регулировал его политическое поведение); вторые — как прагматические ориентации на достижение своих целей любыми, в том числе нелегитимными способами; третьи — как ориентации на ситуативное взаимодействие с органами власти и оппозицией в зависимости от признания последними особого статуса казачества.

Сочетание политического мифа, прагматизма и «политической всеядности» (от монархизма до демократии) определяли внутреннюю противоречивость политической самоидентификации казачества. Такой политический образ, или бренд казачества, и способы его продвижения вызвали соответствующую реакцию федеральной власти.

Указом Президента РФ Д. Медведева 3 июля 2008 г. была утверждена новая Концепция государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества¹. В Концепции заявлено, что реализация государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества преследует цель сохранения социально-экономического, культурного и духовного потенциала российского казачества.

Принципиально важно, что Концепция не содержит упоминаний о «восстановлении исторической справедливости» по отношению к казачеству. В число новых задач государственной политики в отношении российского казачества включены:

- использование казачества в реализации масштабных национальных проектов, федеральных и региональных программ;
- обеспечение объединительных процессов в казачьем движении (совместной деятельности реестрового и нереестрового казачества);

¹ Концепция государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества. Утверждена Указом Президента России 3 июля 2008 г.// archive.kremlin.ru/text/docs (дата обращения: 07.03.2008).

- формирование единой инфраструктуры государственной и иной службы российского казачества;
- сохранение единого культурного пространства и развитие культурных связей российского казачества;
- участие российского казачества в возрождении принципов общегражданского патриотизма;
- участие российского казачества в обустройстве и развитии инфраструктуры сельских территорий;
- содействие возвращению на историческую Родину реликвий российского казачества.

Концепция ориентирует на единство казачьего движения, обеспечиваемого общими культурными характеристиками, единым символическим пространством, внутри которого находятся все казаки, входящие в различные организационные структуры.

В свою очередь, такая ориентация предполагает не только понимание целей и выбор адекватных средств достижения поставленных задач, но и выработку конкретных способов их воплощения на практике, т. е. применение определенных технологий решения задач. Как отмечает известный российский политолог А. Соловьев, «политические технологии направлены на нахождение средств и способов практического решения проблем, возникающих в сфере власти и управления государством»¹.

Новые технологии должны основываться не на иррациональном мифе о «восстановлении исторической справедливости», а на историческом опыте, целесообразности, реалиях сегодняшнего дня, опыте взаимодействия казачества с федеральным центром и субъектами федерации. Их роль заключается в том, что они должны ориентировать казачество на отказ от политической самоидентификации как репрессированной группы и на нахождение легитимных способов определения своего места в социально-политическом и правовом пространстве.

Образуя особый ракурс понимания политических процессов, технологии показывают, что от применяемых способов решения той или иной задачи может кардинально зависеть сущность этого явления. Поскольку перед казачеством встала задача отказаться в ближайшей исторической перспективе от значительной части своих традиционалистских ориентаций, возникла потребность в новых технологиях формирования и продвижения образа казачества как этнокультурной общности.

Авторам представляется, что наиболее перспективной в этом плане выступает технология этнокультурного брендинга казачества. Следует согласиться

¹ Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 44.

с А.А. Озеровым в том, что нынешнее казачество в профессионально-деятельностном отношении не является прямым преемником дореволюционного казачества, не имеет четко выраженной эмпирической идентификации с ним. Поэтому возрождение казачества, с нашей точки зрения, по сути своей является процессом его социальной конструкции, основанной на сознательной реставрации его исторических характеристик с учетом современных государственных и общественных потребностей и имеющихся для этого политических, финансово-экономических и социокультурных возможностей. Основу этой конструкции, с одной стороны, составляют идеи возрождения казачества, а с другой — принцип культурной эстафеты¹.

Несомненным новшеством в современном этнокультурном брендинге казачества является то, что продвижением образов казачьей культуры занимаются не только казачьи организации, финансируемые за счет бюджетных средств, но и носители «специфической формы социальной идентификации, основывающейся на осознании представителями одного этноса единства своего происхождения, традиций, ценностей, верований, исторической преемственности»². Это частные предприниматели и коммерческие структуры, так или иначе идентифицирующие себя с казачеством.

При рассмотрении используемых ими технологий формирования этнокультурного бренда современного казачества принципиально значимой является интерпретация бренда, предложенная А. Ульяновским, который рассматривает бренд как коммерчески ориентированную форму социального мифа³. Соединение усилий по сохранению, развитию и популяризации казачьей культуры с коммерческой выгодой в настоящее время становится основным трендом этнокультурного брендинга казачества.

Примеров можно привести уже десятки, а то и сотни по всей стране. Но мы ограничимся одним — это создание туристического комплекса «Петровский причал» и этнографического и культурно-развлекательного комплекса «Казачья станция Черкасская» в Ростове-на-Дону, которые построены по инициативе предпринимателя А.Г. Киблицкого.

Первым был построен комплекс «Петровский причал», который, если основываться на слогане «Кто в причале не бывал, тот Ростова не видал», стал визитной карточкой города⁴.

¹ Озеров А.А. Институт казачества в политических процессах современного российского общества (на материалах Юга России): дис. ... д-ра полит.н.: 23.00.02. Ростов н/Д, 2006.

² Идентичность этническая // Этнология: учебный словарь / А. Садохин. М., 2002.

³ Ульяновский А. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб., 2005.

⁴ Ресторан «Петровский причал» — один из лучших в Ростове-на-Дону. URL: <http://www.rostovout.ru/eda/restaurants/266227>

К реализации проекта «Казачья станица Черкасская» владельцам комплекса удалось подключить кафедру архитектуры и градостроительства Ростовского государственного строительного университета, выполнившую работы по изучению, сбору и анализу материалов о народной архитектуре донского края (натурные фотосъемки, обмеры оригинальных построек XVIII, XIX, начала XX веков, в частности донских казачьих куреней, православных храмов, хозяйственных построек, ветряных и паровых мельниц), а также разработавшую Генеральный план этнографического и культурно-развлекательного комплекса «Казачья станица Черкасская».

Во время проведения Госсовета в Ростове-на-Дону 29 июня 2007 г. Президент России В.В. Путин одобрил и подписал проект этнографической станицы Черкасской, после чего он был успешно реализован благодаря личному участию губернатора Ростовской области В.Ф. Чубу. Участники юбилейного 25-го саммита Россия – ЕС, который проходил в Ростове-на-Дону 31 мая – 1 июня 2010 г., в частности Президент РФ Д. Медведев, председатель Еврокомиссии Ж.М. Баррозу и глава Европейского Совета Х. Ван Ромпей, посетили комплекс¹.

С казачьей культурой на территории комплекса знакомятся не только высокие гости. Еженедельно здесь организуются познавательные экскурсии для школьников, проходят встречи представителей различных профессиональных ассоциаций и общественных объединений.

Очевидно, что такой этнокультурный брендинг казачества качественно отличается от политического брендинга в предшествующие годы, его социальные функции многообразны и подлежат дальнейшему детальному изучению. Но зафиксированный в статье феномен позволяет сделать вывод о новой тенденции в трансформации самоидентификации современного казачества.

¹ Медведев, Баррозу и Ромпей ведут беседу под блюда донской кухни // Единый российский портал. URL: <http://old.er.ru/about/text.shtml?13/8813>

1.8. БРЕНД КАЗАЧЕСТВА: МЕМОРИАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ

Е.Ф. Кринко

Вопросы конструирования и восприятия образов российских территорий в последние годы стали активно обсуждаться представителями различных научных специальностей: политологами, социологами, историками, культурными антропологами и социальными психологами, а также политехнологами, специалистами в области маркетинга и рекламы. В условиях обострения межгосударственной и межрегиональной конкуренции за инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки возрастает роль привлекательного имиджа региона как фактора, от которого в значительной степени зависит возможность приобретать дополнительные ресурсы, обеспечивающие развитие социальной и экономической инфраструктуры, появление новых рабочих мест. В данной связи возникает проблема определения содержания главных символов, отличающих один регион от другого и легко узнаваемых массовым сознанием. В качестве такого «фирменного бренда» юга России нередко рассматривается казачество, что обуславливает необходимость осмысления существующих практик мемориализации его истории и культуры, особенностей их формирования и значения.

Следует отметить, что в начале XX в. именно на юге России существовали наиболее крупные казачьи войска — Донское, Кубанское и Терское. К 1916 г. на Дону проживало 1 495 тыс. казаков (33,7 % от их общей численности), на Кубани — 1 367 тыс. казаков (30,8 %), на Тереке — 255 тыс. казаков (5,8 %). Всего на юге в это время проживало 3 117 тыс. казаков, или более 70 % казаков России. Однако после революции 1917 г. казачьи войска были расформированы. Репрессии, выселение, расказачивание, коллективизация вели к ликвидации казачества как определенной социальной группы со своими нормами, ценностями и традициями. Процесс растворения казачества в советском социуме особенно усилился после Великой Отечественной войны. Только с 1989 г. началось возрождение казачества, однако в нем существует немало противоречий, связанных с неопределенностью самих целей и задач данного процесса. Следует согласиться с исследователями, считающими, что возрождение российского казачества во многом являлось процессом конструирования социального института¹. Безусловно, в современных условиях невозможно полностью воссоздать казачество, существовавшее столетие назад.

¹ См.: *Озеров А.А.* Методологические проблемы исследования возрождения казачества // *Казачество России: прошлое и настоящее: сб. науч. статей.* Ростов н/Д, 2008. Вып. 2. С. 348–361.

В настоящее время территория прежних казачьих войск Дона, Кубани и Терека входит в состав сразу нескольких субъектов Российской Федерации, а также Украины. Главными территориями компактного расселения казачества на юге России являются Ростовская и Волгоградская области, Краснодарский и Ставропольский края, Республики Адыгея и Карачаево-Черкесия. По итогам Всероссийской переписи населения 2002 г. казаками себя идентифицировали 140 тыс. чел., из них 95,5 % расселено на юге. Большинство проживает в Ростовской области (62,5 % всех казаков России), значительная часть — в Волгоградской области (14,7 %), Краснодарском (12,5 %) и Ставропольском (2,8 %) краях. На Ростовскую и Волгоградскую области — основную территорию бывшей Области войска Донского — приходится более 108 тыс. чел.

Политика государства в отношении казачества не раз менялась, но оно неизменно выступало и продолжает выступать важнейшим фактором развития южного макрорегиона. Проблемы истории, культуры, зарождения, становления и современного положения казачества юга России разрабатываются в десятках коллективных трудов, монографий, сборников¹, сотнях статей, очерков и других публикаций. Они стали предметом обсуждения десятков научных форумов разного уровня². Вопросы возрождения казачества систематически освещаются в печатных и электронных средствах массовой информации, включая специальные сайты и другие информационные ресурсы.

¹ Вопросы казачьей истории и культуры. Майкоп, 2002—2004. Вып. 1—3; Очерки традиционной культуры казачеств России: в 2 т. М.; Краснодар, 2002—2005; Памяти Ивана Диомидовича Попки: Из исторического наследия северокавказского казачества. Краснодар, 2003; *Матвеев О.В.* Историческая картина мира кубанского казачества (конец XVIII — начало XX в.): категории воинской ментальности. Краснодар, 2005; Казачество России: прошлое и настоящее. Сб. науч. ст. Ростов н/Д, 2006—2010. Вып. 1—3; *Трут В.П.* Дорогой славы и утрат. Казачьи войска в период войн и революций. М., 2007; *Скорик А.П.* Многоликость казачества Юга России в 1930-е годы. Очерки истории. Ростов н/Д, 2008; *Казачий Дон: Пять веков воинской славы.* М., 2010 и др.

² Кубанское казачество: три века исторического пути: материалы междунар. науч.практ. конф. Краснодар, 1996; Проблемы изучения и пропаганды казачьей культуры: материалы науч.-практ. конф. Майкоп, 1998; Казачество в южной политике России в Причерноморском регионе: тезисы междунар. науч. конф. (11—14 октября 2006 года). Ростов н/Д; Азов, 2006; Российское казачество: проблемы истории и современность (к 310-й годовщине Кубанского казачьего войска): материалы Всерос. науч.-практ. конф. (г. Тимашевск, 2—5 октября 2006 г.). Краснодар, 2006; Казачество Юга России в процессах становления и развития российской государственности: тезисы регион. науч.-практ. конф. (г. Урюпинск, 26—29 апреля 2007 г.). Волгоград, 2007; Из истории и культуры линейного казачества Северного Кавказа: материалы седьмой междунар. Кубанско-Терской науч.-практ. конф. Армавир, 2010; Казачество в социокультурном пространстве России: исторический опыт и перспективы развития: тезисы Всерос. науч. конф. (28—29 сентября 2010 г.). Ростов н/Д, 2010 и др.

Достаточно широко тема казачества отражена и в мемориальной культуре юга России. Памятники и мемориалы выступают системообразующими факторами в организации пространства исторической памяти общества. Помимо выполнения собственно мемориальной функции, выражающейся в увековечивании имен, дат и событий, они закрепляют в массовом сознании ту или иную версию прошлого. Историческая память всегда избирательна, общественное внимание акцентируется на отдельных исторических фактах, и другие события игнорируются. Практики мемориализации истории казачества юга России во многом определялись изменениями в политике памяти, общими для всей страны, но имевшими здесь свою специфику¹.

Дореволюционные памятники закрепляли прежде всего образ казачества как защитника Отечества и православной веры. В частности, мемориальное пространство столицы Области войска Донского Новочеркасска в начале XX в. определяли памятники основателю города атаману М.И. Платову (1853), покорителю Сибири Ермаку (1904) и активному участнику Кавказской войны Я.П. Бакланову (перенесен с прахом генерала из Санкт-Петербурга в 1911 г.).

Триумфальные арки и монументы воздавали должное памяти казаков, участвовавших в различных войнах, которые вела Российская империя: Отечественной 1812 г., Кавказской, русско-турецких, русско-японской и других. Нередко в них наряду с государственными и военными атрибутами (знаменами, пушками, ядрами, саблями) присутствовала и религиозная символика (православный крест).

Противоречивое отношение кубанского казачества к Екатерине II, разгромившей Запорожскую Сечь, но предоставившей черноморцам новые земли, отразили памятники, установленные в честь 100-летнего юбилея их переселения на Кубань. Скульптурную группу памятника в Екатеринодаре (1907) составили помимо самой императрицы и Г.А. Потемкина первые атаманы Черноморского казачьего войска С. Белый, З. Чепига и А. Головатый, а также слепой кобзарь с поводырем, за спиной которого приводился внушительный список побед, одержанных при участии кубанских казаков. Казаку на памятнике в честь первых черноморцев на Тамани (1911) также первоначально хотели придать облик А. Головатого, но затем изобразили в виде рядового запорожца, что придало ему более «демократический» вид и спасло в годы советской власти, когда началась борьба с символами прежней эпохи.

Большевистская программа монументальной пропаганды отразила социально-политический заказ новой власти. Не случайно, что широкий характер

¹ См.: Кринко Е.Ф. Политика памяти и практики мемориализации истории казачества юга России // Казачество в социокультурном пространстве России: исторический опыт и перспективы развития. С. 180–184.

получил снос культовых сооружений, разрушавший прежнее идеологическое пространство. Только в Новочеркасске были разрушены пять церквей и шесть часовен, а также старообрядческая и единоверческая церкви. В целом на Северном Кавказе за десять лет, с 1926 по 1936 гг., были закрыты 966 церквей¹. К началу Великой Отечественной войны в Ростовской области действовала только одна церковь — в селе Обуховка Азовского района². На территории Краснодарского края осталось 7 православных церквей³.

Пострадали и светские памятники. Уже в 1920 г. демонтировали памятник Екатерине II, а в 1931 г. его сдали на переплавку. Похожая судьба ожидала и памятник М.И. Платову: в 1923 г. его сняли и передали в музей, а в 1933 г. переплавили. Символично, что место М.И. Платова на постаменте заняла статуя В.И. Ленина. С памятника Я.П. Бакланову сорвали бронзовые детали — бурку, папаху, шашку и баклановский значок в виде черепа со скрещенными костями.

На смену монументам царям и генералам должны были прийти памятники выдающимся революционерам, в качестве предтеч которых рассматривались вожди народных восстаний. Уже в 1919 г. в центре Москвы был открыт памятник С.Т. Разину. Но простоял он всего 25 дней, после чего «не вписавшийся» в ландшафт Красной площади памятник отправили в музей. Намного позже многофигурная скульптурная композиция «*Степан Разин со дружиною*» появилась на набережной Ростова-на-Дону (1972). Однако она так и не стала значимым «местом памяти» для ростовчан, многие из которых сегодня не имеют представления о том, кому посвящен данный памятник. Монумент Е.И. Пугачеву был установлен в Саранске.

Вскоре главное место в новом пантеоне заняли герои революции и Гражданской войны. Хотя, по разным подсчетам, от 70 до 80 % казаков выступило в годы Гражданской войны против большевиков, и только 20–30 % оказало им поддержку, именно их жизнь и судьба была увековечена в камне и бронзе. Еще в 1938 г. памятник 1-й Конной армии планировалось установить в Ростове-на-Дону на Театральной площади, а в 1950-е гг. — на площади Советов. Однако главные памятники, посвященные казакам, сражавшимся в составе Красной армии в годы Гражданской войны, появились на Дону только через несколько десятилетий после ее окончания. В 1972 г. в центре Ростова-на-Дону, на площади Советов,

¹ *Беликова Н.Ю.* Русская православная церковь и религиозная политика советского государства в 30-е гг. XX в. (на материалах Юга России) // Война в истории и судьбах юга России (к 70-летию начала Великой Отечественной войны): материалы междунаро. науч. конф. (Ростов-на-Дону, 1–2 июня 2011 г.). Ростов н/Д, 2011. С. 68.

² *Табунщикова Л.В.* Изменение государственно-церковных отношений в годы Второй мировой войны (на примере Ростовской области) // Там же. С. 93.

³ Государственный архив Краснодарского края. Ф. Р-1519. Оп. 1. Д. 3. Л. 14.

был установлен памятник Е.В. Вучетича в честь воинов Конной армии, освободивших город, как было выгравировано на постаменте, «от белогвардейских банд». Центральной фигуре монумента — коннику с обнаженной саблей — придали черты С.М. Буденного, которому в 1966 г. был установлен специальный бронзовый бюст на проспекте, носившем его имя. На въезде в Ростов-на-Дону выросла крупномасштабная скульптурная композиция «Тачанка-ростовчанка» (1974), ставшая одним из главных символов донской столицы.

В Каменске-Шахтинском в 1974 г. возвели памятник председателю Донского ревкома и Совнаркома Донской советской республики Ф.Г. Подтелкову, секретарю Донского ревкома и комиссару по делам управления Донской советской республики М.В. Кривошлыкову, погибшим в 1918 г. Еще один памятник им был установлен в Новочеркасске, на Троицкой площади (до этого там стояла разрушенная большевиками Троицкая церковь).

Участие казачьих соединений Красной армии в Великой Отечественной войне также получило закрепление в мемориалах. На автострате Ростов — Баку, в нескольких километрах от станицы Кущёвской, в 1967 г. был воздвигнут памятник, посвященный действиям созданного на добровольческой основе 17-го кавалерийского казачьего корпуса, в рядах которого сражались вместе кубанские и донские казаки. В Ростове-на-Дону памятник героям 5-го Донского корпуса был установлен на одноименной площади в 1974 г. Тесную связь событий и участников революции, Гражданской и Великой Отечественной войн подчеркивали общие братские могилы и монументы павшим героям.

В свою очередь казачья эмиграция стремилась увековечить действия казаков, воевавших с «другой стороны» в годы Гражданской и Великой Отечественной войн. В первую очередь это касалось трагической выдачи казаков в Лиенце в 1945 г. В 1971 г. в их память была возведена часовня на Свято-Владимирском кладбище штата Нью-Джерси в США. Еще до этого у казаков-эмигрантов возникла идея построить часовню в самом Лиенце, но австрийское правительство отказало им в земельном участке. Позже на казачьем участке кладбища все же появились памятники с надписью: «*Казаки — казакам*».

Очередной резкий поворот в политике памяти в России произошел в 1990-е гг. При этом общие практики современной мемориализации истории казачества можно свести к нескольким тенденциям. Во-первых, это восстановление прежних памятников: М.И. Платову в Новочеркасске (1993), Екатерине II в Краснодаре (2006). Во-вторых, отказ от героизации наиболее одиозных персонажей и событий и связанных с ними откровенно надуманных оценок, порой сопровождающийся сносом или «исправлением» прежних памятников. Так, с постаamenta памятника 1-й Конной армии исчезла бронзовая доска с прежней формулировкой, признанной «некорректной». В-третьих, создание новых памятников и мемориалов. В 2001 г. памятный крест казакам, павшим за Отечество,

был установлен вблизи Преполовенской церкви в поселке Нижнегниловском. В 2003 г. в честь 250-летия со дня рождения М.И. Платова памятники ему были возведены в Новочеркасске и в Каменске-Шахтинском (по инициативе атамана была заложена станица Каменская). В 2007 г. в Новочеркасске на Троицкой площади, недалеко от памятника Ф.Г. Подтелкову и М.В. Кривошлыкову, был установлен поклонный крест в память о казаках, погибших во время массового террора в ходе Гражданской войны.

Противоречивость идеологии казачьего возрождения отражает стремление совместить разные и порой противоположные исторические персонажи в новом пантеоне. Так, рядом с памятником советскому *«Казаку-гвардейцу»* недалеко от станицы Куцевской появился новый мемориальный комплекс *«Поле казачьей славы»* с часовней. На полукруглой 12-метровой стене изображены наиболее важные моменты истории казачества, включая освоение запорожцами Кубани, жалованную грамоту Екатерины II, участие казаков в различных войнах. Этим найдена своеобразная форма «снятия» противоречий между дореволюционным и советским периодом в истории казачества. Объединяющим началом выступает воинская служба казаков во славу Отечества, вне зависимости от ее идеологической направленности, что, впрочем, устраивает не всех участников казачьего возрождения.

В последние годы установлены памятники во многих населенных пунктах, посвященные казакам — их основателям. Главным в этом ряду следует отметить монумент *«Казакам — основателям земли Кубанской»* перед зданием администрации Краснодарского края (2005). Подобные памятники появились также в городах Эссентуки, Невинномысск, Новоазовск, станице Старощербиновской и других населенных пунктах. В них отражается стремление закрепить права на определенные территории — своеобразный ответ идеологов казачества на вызовы современности, связанные с развитием этнического самосознания.

Попытка достижения исторического компромисса выразилась в участии официальной российской делегации в установлении на острове Лемнос мемориального креста с изображенным на нем терновым венцом (2004), а затем и специального памятника (2009) похороненным здесь казакам. В Новочеркасске установлен памятник согласия и примирения, на котором изображены с одной стороны буденовка и винтовка, с другой — казачья фуражка и шашка, символизирующие раскол казачества в годы Гражданской войны (2005). Вокруг памятника находятся мемориальные плиты с названиями всех казачьих войск России и Ближнего Зарубежья, а впереди на мемориальной плите написаны слова *«Во имя памяти о прошлом. Во имя настоящего и будущего казачества мы пришли к примирению и согласию. Слава Богу, мы — Казаки»*.

Однако достичь полного согласия пока не удается, что отражают новые *войны памяти*, сопровождаемые новыми «войнами с памятниками». В Москве

у храма Всех Святых была установлена мемориальная плита, посвященная Г. фон Паннвицу, А.Г. Шкуро, П.Н. Краснову, Султану Клыч-Гирею, Т.Н. Доманову и другим «воинам русского общевойскового союза, русского корпуса, казачьего стана, казакам 15 кавалерийского корпуса, павшим за веру и отечество» (1994). Считавшийся местом сбора неонацистских группировок, памятник был разрушен антифашистами (2007), но позже восстановлен. В станице Еланской в Ростовской области освящен мемориальный комплекс «*Донские казаки в борьбе с большевиками*», в центре которого возвышается памятник П.Н. Краснову (2007). Однако у инициатора его установления В.П. Мелихова возникли серьезные сложности во взаимоотношениях с органами власти¹.

Все это свидетельствует о стремлении руководителей современного казачьего движения использовать памятники для реализации текущих политических задач. Отражая коллективные представления и интересы отдельных социальных групп и политических организаций, памятники могут способствовать как социальной консолидации, основанной на коллективных воспоминаниях, так и нарастанию конфронтации в обществе.

В настоящее время в мемориальной культуре Юга России *приоритет получают такие традиционные качества казачества, как его военная служба, преданность православной вере, а также специфика казачьей культуры*. Они широко представлены в экспозициях ведущих региональных музеев — Краснодарского государственного историко-археологического музея-заповедника им. Е.Д. Фелицына (далее — КГИАМЗ), Ростовского областного музея краеведения, Волгоградского областного краеведческого музея, а также местных (районных, городских) краеведческих музеев. Помимо этого, казачью тему представляет ряд специальных музеев.

Особенностью мемориализации истории и культуры казачества в Ростовской области является то, что главные музейные объекты, посвященные данной теме, располагаются за пределами областного центра. Ростов-на-Дону никогда не являлся столицей донских казаков, которая на протяжении столетий несколько раз меняла свое расположение. В 1571—1610 гг. она находилась близ станицы Раздорской, в 1610—1637 гг. — в Монастырском городке (в 6 км от станицы Старочеркасской), во время Азовского сидения в 1637—1642 гг. — в Азове, в 1644—1806 гг. — в Черкасске (в настоящее время — станица Старочеркасская), а с 1806 г. — в Новочеркасске.

С 1880-х гг. Общество любителей донской старины собирало материалы по данной теме, первоначально выставлявшиеся в Древлехранилище при Войсковом правлении в Новочеркасске. В 1899 г. коллекция была преобразована в музей,

¹ Уголовное дело и его продолжение в отношении Мелихова В.П. URL: <http://old.elan-kazak.ru/arrest.htm>

ставший первым на Дону и на юге России в целом. В феврале 1941 г. Донской музей был переименован в Музей истории донского казачества. В 1946 г. в его фонды из Пражского национального музея возвратились 2,7 тыс. предметов, вывезенных за границу в 1920 г. С этого момента и по настоящее время он является главным в стране специальным музеем по истории казачества, который ежегодно посещают более 150 тыс. чел.¹

Основные фонды музея насчитывают 120 тыс. единиц хранения. Наибольшую ценность представляют коллекции войсковых казачьих клейнодов, войсковых и полковых знамен XVIII—XIX вв., казачьего военного и бытового костюма XIX — начала XX вв., наградного, жалованного, холодного и огнестрельного оружия, жалованных грамот, документов войсковой канцелярии и станичных правлений. Музей также располагает обширным собранием живописи, включая донской парсунный портрет конца XVIII — начала XIX вв., портреты наказных атаманов Войска Донского, военные казачьи портреты.

В качестве филиала в Музей истории донского казачества входит Атаманский дворец (1863). Вплоть до 1920 г. он являлся резиденцией атамана Всевеликого войска Донского. В Новочеркасске насчитывается немало и других «мест памяти», связанных с историей и культурой донского казачества. Среди них необходимо отметить Вознесенский кафедральный собор (1905), в котором захоронены останки М.И. Платова, В.В. Орлова-Денисова, И.Е. Ефремова, Я.П. Бакланова.

В 1970 г. по инициативе М.А. Шолохова был открыт историко-архитектурный музей-заповедник в станице Старочеркасской. В настоящее время Старочеркасский музей-заповедник занимает площадь в 180 га, включает более 100 архитектурных памятников XVII—XIX вв., около 50 тыс. экспонатов. Наибольшую ценность представляют коллекции из 363 икон XVIII — начала XX вв., 133 старопечатных церковных книг, 23 донских портретов XVIII—XIX вв.² Фонды музея также содержат уникальные коллекции рыболовных крючков XVII—XIX вв., предметов культовой металлопластики XVII—XX вв., металлических пуговиц XVII—XIX вв., а также одежды казаков-некрасовцев.

Главной архитектурной достопримечательностью станицы Старочеркасской считается войсковой Воскресенский собор (1719) — первая на Дону каменная церковь, до 1805 г. являвшаяся главным храмом Войска Донского. Девятиглавый собор в стиле украинского барокко имеет богатый интерьер, в котором выделяется позолоченный резной иконостас из 149 икон XVIII в. Надписи на металлических плитах перед алтарем сообщают о том, что на этом месте молились русские императоры и великие князья. При входе в храм

¹ Музей истории Донского казачества. URL: <http://www.doncossacks.ru/index.htm>

² Старочеркасский историко-архитектурный музей-заповедник. URL: <http://www.museum.ru/m845>

на стене висят массивные кандалы и цепи, в которые, по преданию, был закован С. Разин, неподалеку находится могила выдавшего его царским властям войскового атамана К. Яковлева.

Единый комплекс с собором составляет двухъярусная шатровая колокольня высотой 45,8 м, рядом с которой выложены трофеи, захваченные в Азовском сидении (створки крепостных ворот, две калитки и коромысло торговых весов и т. д.). Из других культовых сооружений выделяются церковь Петра и Павла (1751), в которой был крещен М.И. Платов, Преображенская церковь (1740) со старинным кладбищем, где захоронены многие известные представители донского казачества. Из памятников светского зодчества наиболее известны атаманское подворье — усадьба атаманов Ефремовых XVIII—XIX вв. и курень атамана Кондратия Булавина. Охранными зонами музея также являются Монастырское урочище в 6 км вниз по Дону, остатки оборонительных бастионов XVII—XVIII вв. и Аннинская крепость в 5 км северо-восточнее станицы — единственная сохранившаяся земляная крепость в России.

Значительная часть экспозиции Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника посвящена взятию донскими казаками турецкой крепости Азова в 1637 г. Оружие, ядра, доспехи, турецкие миниатюры и картины напоминают о героической обороне Азова, во время которой 5-тысячный казачий гарнизон почти четыре месяца вел борьбу с 300-тысячной турецкой армией.

В 1984 г. было принято решение о создании в станице Вёшенской Шолоховского района Ростовской области Государственного музея-заповедника М.А. Шолохова. В настоящее время в его фондах хранится более 70 тыс. предметов, он включен в Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации. Несмотря на значительную удаленность от железной дороги и крупных городов, ежегодно его посещают 70 тыс. чел.¹ Основными музейными объектами являются мемориальный дом в хуторе Кружилинском, где М.А. Шолохов родился и жил с родителями; дом-музей в станице Каргинской Боковского района, где он написал большинство «Донских рассказов»; дом в станице Вёшенской, в котором писатель жил в 1930-е гг., работая над третьей книгой «Тихого Дона» и «Поднятой целиной»; мемориальная усадьба, где М.А. Шолохов жил с семьей в 1949—1984 гг. и написал вторую книгу «Поднятой целины», рассказ «Судьба человека» и главы романа «Они сражались за Родину»; историко-литературная экспозиция в здании бывшей гимназии; экскурсионно-выставочный центр «Народный дом» и конюшня. В 1995 г. в Вёшенскую перевезли из Ростова-на-Дону скульптурную группу,

¹ Государственный музей-заповедник М. А. Шолохова. URL: <http://www.sholokhov.ru/museum>

которая была установлена на левом берегу Дона, изображающую Григория Мелехова и Аксинью.

Раздорский этнографический музей-заповедник (станция Раздорская) возник в 1988 г. при поддержке писателя А. В. Калинина из школьного краеведческого музея. Его выставки знакомят с историей первой донской казачьей столицы — Раздорского городка. В станице расположены казачьи курени, флигели и другие памятники архитектуры конца XIX — начала XX вв. В музейный комплекс также входят юртовые казачьи хутора Пухляковский и Каныгин с прилегающими историко-природными ландшафтами. С *хутором Пухляковским* связаны жизнь и творчество писателя А.В. Калинина, автора романа «Цыган». О виноградарских традициях жителей хутора рассказывается в Музее истории виноградарства и виноделия на Дону. Главным памятником *казачьего хутора Каныгина* является Рождество-Богородицкая церковь (1879)¹.

Музей казачьего войска в Екатеринодаре был создан в 1909 г. на основе коллекции, которую секретарь Кубанского областного статистического комитета, историк и краевед Е.Д. Фелицын собирал с 1879 г. В 1936 г. музей был переименован в Краснодарский историко-археологический, а в 1977 г. преобразован в КГИАМЗ. В настоящее время это самое крупное музейное объединение Северного Кавказа. Ежегодно музей посещают около 600 тыс. чел., а его фонды насчитывают около 400 тыс. памятников материальной и духовной культуры². В постоянной экспозиции КГИАМЗ немалое место занимают материалы, посвященные заселению в XVIII в. Кубани запорожскими казаками, истории и культуре кубанского казачества. К числу наиболее ценных экспонатов относятся возвращенные из-за рубежа регалии и реликвии Кубанского казачьего войска.

В состав КГИАМЗ в качестве филиалов входят Темрюкский историко-археологический музей и Таманский музейный комплекс. В Темрюкском историко-археологическом музее специальный зал посвящен истории заселения Тамани и Кубани черноморскими казаками. Специальный отдел истории казачества также располагается в станице Старотитаровской — одной из старейших в Темрюкском районе. В трех его залах проводятся экскурсии по истории казачества и казачьего быта станицы, продолжающиеся на казачьем подворье при участии фольклорного ансамбля «Хуторяночка». Таманский музейный комплекс включает Литературный музей М.Ю. Лермонтова, образованный на базе подворья казака Ф. Мысника, у которого поэт останавливался во время поездки на Тамань. Подворье представляет собой расположенные на самом

¹ Раздорский этнографический музей-заповедник. URL: <http://www.razdory-museum.ru>

² Государственное учреждение культуры Краснодарского края «Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник им. Е.Д. Фелицына». URL: <http://www.museum-felicina.ru>

берегу моря две хаты, крытые камышом, внутри которых выставлены предметы казачьего быта XIX в.

В 2000 г. в г. Ставрополе по инициативе руководства Терского казачьего войска был открыт Ставропольский казачий культурный центр с выставкой «Казачество возрождается». В 2002 г. она была преобразована в отдел истории казачества Ставропольского государственного краеведческого музея им. Г.Н. Прозрителева и Г.К. Пправе. В основу экспозиции «Казачья старина» легла частная коллекция потомственного казака, атамана городского казачьего общества В.А. Есаулова. Она содержит собрание шашек и кинжалов XIX в., образцы наградного и огнестрельного оружия, ордена и медали, форму терских и кубанских казаков, предметы, связанные со службой казаков в Императорском конвое. В экспозиции также представлены подлинные иконы, походные складни, образы, старинные издания Библии и Часослова, характеризующие особенности духовной жизни казаков. Стилизованная кунацкая демонстрирует внутреннее убранство главной комнаты в доме казака.

В 1939 г. в станице Буденновской Пролетарского района Ростовской области был открыт дом-музей С.М. Буденного. Основным объектом является дом-землянка, где жила семья Буденных, в которой воссоздан интерьер начала XX в. из подлинных вещей, сделанных отцом маршала: деревянных столов, табуретов, посудного шкафа, дивана, кровати, а также деревянной утвари и посуды. В павильоне вокруг дома расположена экспозиция, рассказывающая об установлении советской власти в станице Платовской (Буденовской), создании 1-й Конной армии, ее боевом пути. В ней представлены фотографии, личные вещи, памятные подарки С.М. Буденного.

Событиям Гражданской войны посвящены и экспозиции Волгоградского мемориально-исторического музея. Он был создан в 1937 г. как Музей обороны Царицына имени товарища Сталина. В 1962 г. переименован в Волгоградский государственный музей обороны, а с 1993 г. носит современное название. Музей содержит уникальные коллекции холодного и огнестрельного оружия, личные вещи и документы И.В. Сталина, К.Е. Ворошилова, С.М. Буденного, Ф.К. Миронова, С.К. Тимошенко, Л.Г. Корнилова, П.Н. Краснова и других участников Гражданской войны на юге России, периодические издания русской эмиграции. Одним из наиболее ценных экспонатов является штандарт 4-го Донского казачьего графа Платова полка, состоявшего из казаков станиц Качалинской и Иловлинской¹.

В 2003 г. с целью сохранения природных и культурных ценностей Прихоперья в западной части Волгоградской области на территории Кумылженского,

¹ Волгоградский мемориально-исторический музей. URL: <http://www.museum.ru/M1470>

Алексеевского и Нехаевского районов был организован природный парк «Нижнехоперский». Общая площадь парка составляет более 230 тыс. га, он представляет собой естественный музей под открытым небом с сохранившимися участками Дикого поля. Историко-культурный компонент представлен музеем в станице Букановской, содержащим предметы казачьего быта и экспонаты, связанные с судьбами поэта А.В. Максаева и героя Отечественной войны 1812 года И.К. Краснова, музеем казачьего быта «Казачье подворье» и основанной в XVII в. церковью Знамения в станице Зотовской¹.

Создание в 1992 г. Аксайского военно-исторического музея в г. Аксае позволяет сохранить облик одного из первых казачьих городков, упоминавшегося в документах с 1570 г. В состав музея входят памятник военно-оборонительного искусства «Крепость с таможенной заставой XVIII века», постоянная экспозиция «Домик почтового смотрителя», знакомящая посетителей с историей почтовой службы на Дону и домашним бытом донских казаков XIX в., постройки торгового ряда ярмарочной площади с винными подвалами донских атаманов Ефремовых XVIII в.

На основе этнографического комплекса «Казачий курень начала XIX века» в станице Красноярской Волгодонского историко-экологического музея в 2003 г. открылся Музей истории донской народной культуры, ремесел и быта. К наиболее ценным экспонатам в нем относят терракотовую изразцовую печь конца XVIII – начала XIX вв., старинные ковры, изделия монастырского шитья, оружие и награды донских казаков. Подворье музея используется при проведении этнографических праздников.

Каменский музей декоративно-прикладного искусства и народного творчества, преобразованный из городского краеведческого музея (г. Каменск-Шахтинский), располагает коллекцией из 2,5 тыс. единиц оружия, одежды, предметов быта, наград, фотографий, документов донских казаков. Самые ранние предметы – походный чайник Лейб-гвардейского казачьего полка (XIX в.), награды и печати различных казачьих полков, поступившие из частных коллекций. Раритетами музея являются насека XVIII в., женский костюм, седло и конская сбруя с резьбой и инкрустацией серебром, зыбка для младенца XIX в., парадная казачья сабля с серебряными украшениями на эфесе и ножнах.

Если экспозиции ряда музеев сохраняют приверженность к советской мемориальной традиции, что, в частности, выражается в прославлении боевых действий казаков в составе Красной армии в годы Гражданской и Великой Отечественной войны, то совершенно противоположный идеологический характер носит концепция Музея антибольшевистского сопротивления. Он входит в состав мемориала «Донские казаки в борьбе с большевиками», расположенного

¹ Природный парк «Нижнехоперский». URL: <http://www.gunhpp.narod.ru/index.htm>

в подмосковном городе Подольске и станице Еланской Ростовской области. В экспозиции представлены история казачества с момента возникновения, его роль в Первой мировой войне, события Гражданской войны на Дону, исход казаков из Крыма и жизнь в эмиграции. О позиции музея говорит само стремление рассматривать Вторую мировую войну как Вторую Гражданскую, апология участников антибольшевистского движения, особенно П.Н. Краснова как последовательного противника большевиков. Главное внимание уделено Донскому казачьему войску, но в экспозиции и фондах встречаются оружие, обмундирование, форма, исторические документы кубанских и терских казаков.

Многие музеи юга России выпускают собственные научные и научно-популярные издания, сборники трудов, буклеты и другую печатную продукцию. Значительно сложнее они осваивают новое виртуальное пространство и новые формы презентации и популяризации историко-культурных знаний. Сами музейные работники отмечают, что в экспозиционных и выставочных залах посетители могут видеть не более 10 % музейного фонда. В запасниках музеев «мертвым грузом лежит масса интересных экспонатов, которые из-за объективного недостатка площадей никогда не выставлялись для публичного показа»¹. Эти задачи вполне разрешимы путем создания виртуальных тематических выставок на электронных носителях. Однако далеко не все музеи обладают необходимым мультимедийным оборудованием, некоторые даже не имеют выхода в Интернет, тем более специальных сайтов. В Ростовской области только Музей истории донского казачества смог издать компакт-диск, рассказывающий о своих возможностях².

Тем не менее все чаще в музеях практикуются активные формы работы с посетителями. С 1985 г. в станице Вёшенской постоянно проходят праздники «Шолоховская весна», а в 2010 г. состоялся первый литературно-этнографический праздник «Осень в Кружилине». Сотрудниками Раздорского музея разработаны этнографические программы «Песни казачьего застолья», «Песни и игры раздорских казаков», «В казачьем курене». В природном парке «Нижнехоперский» ежегодно проводится казачий праздник «Хоперские зори Михаила Шолохова», посвященный дню рождения знаменитого донского писателя, работавшего в станице Букановской инспектором по продналогу. Для участников праздника устраиваются традиционные казачьи игры, конные состязания, готовятся блюда казачьей кухни.

В последнее время получили распространение реконструкции исторических событий. В частности, Донской военно-исторический клуб имени атамана графа М.И. Платова при поддержке Министерства экономики, торговли,

¹ *Иноземцева Р.Е.* Музеи и современные информационные технологии // Известия Ростовского областного музея краеведения. Ростов н/Д, 2006. Вып. 13. С. 7, 13.

² Музей истории Донского казачества. URL: <http://www.doncossacks.ru/index.htm>

международных и внешнеэкономических связей и Министерства культуры Ростовской области, Азовского историко-археологического и палеонтологического музея-заповедника ежегодно проводит военно-исторические фестивали «Азовское осадное сидение». На них приглашаются делегации военно-исторических клубов, занимающиеся воссозданием костюма, доспеха, воинского снаряжения конца XVI — начала XVIII вв., историческим фехтованием, стрельбой из лука, метанием сулицы.

Еще дальше пошли на Кубани, где краевые власти создали настоящую «этнографическую станицу». В сентябре 2009 г. в Темрюкском районе прошел казачий фестиваль «*Легенды Тамани*», в рамках которого состоялось открытие этнотуристического комплекса «*Казачья станица Атамань*». Место строительства в районе Лысой горы на Тамани было выбрано не случайно: именно здесь в сентябре 1792 г. высадилась первая группа запорожских казаков-переселенцев. На территории в 20 га появились улицы, центральная площадь, рынок, сторожевые вышки, мельница, мост, колодцы, пасека, харчевня, церковь, трактир, школа. Выстроены хаты кузнеца, шорника, винодела, рыбака, пожарного, дома станичного правления и войскового атамана, писаря. Предметы быта в хатах и на подворьях собирали по всему краю: посуду, кружева, вышивку, фотографии, образа, сундуки, люльки, инструменты, брочки. Каждый объект создан и содержится одним из муниципальных образований: Туапсинский район отвечал за дом войскового правления, Кореновский район построил дом писаря, Анапа — хату винодела, Армавирский — ткача, Приморско-Ахтарский — рыбака, Выселковский — пекаря. В Атамани проводятся фестивали фольклорной музыки и тематические выставки, обучают верховой езде, ремеслам и народным танцам. Разработан ряд программ для школьников и студентов, позволяющих изучить историю казачества посредством интерактивных игр. В 2010 г. Атамань посетили более 100 тыс. чел. «*Атамань стала брендом Кубани, и мы стараемся соответствовать этому уровню*», — заявил руководитель ГУ «Атамань» А. Черный¹.

Однако у профессиональных историков и фольклористов реализация подобных проектов вызывает серьезные сомнения. Директор Государственного республиканского центра русского фольклора Роскультуры России член-корреспондент РАН А.С. Каргин подверг резкой критике «“прелести” показательной казачьей культуры, где все смешалось: коммерция, пиар, настороженность местных жителей, картинный быт для богатых и т. д. По существу создана резервация казачьей традиционной культуры». По его мнению, такие поселения и хутора — «это активная профанация национальной культуры», поскольку она воспринимается

¹ *Шеуджен Ф.* «Атамань» приглашает снова. Проект стал брендом Кубани // *АиФ-Юг.* 2011, 18 мая. № 20.

не как органичная часть бытия, а как развлекательный элемент: «повеселился, посмотрел — и забыл»¹.

Культурно-познавательный (этнографический) туризм пока не может претендовать на роль самостоятельной отрасли экономики, однако вполне состоятелен в качестве одного из важнейших направлений в развитии туристическо-рекреационного комплекса юга России. Во многом его успехи зависят от правильной маркетинговой и рекламной стратегии, способствующей продвижению данного вида туристических услуг, а она, в свою очередь, тесно связана с эффективным брендингом, обеспечивающим создание имиджа юга России как макрорегиона с богатым культурно-историческим наследием. Существенное значение при этом имеет компонент казачества. В мемориальной культуре и музейном комплексе южного макрорегиона, несмотря на все существующие противоречия, широко отражены вопросы зарождения, становления и развития казачества, особенности его воинской службы, духовной и материальной культуры, основных хозяйственных практик и систем жизнеобеспечения, традиций и обычаев. Особенно важным представляется то, что объекты историко-культурного наследия гармонично «вписаны» в природный ландшафт.

Однако использование бренда казачества нередко приобретает «попсовый» характер. Это выражается, в частности, в выступлениях многочисленных фольклорных ансамблей, исполняющих популярные песни и демонстрирующих публике приемы владения холодным оружием, но являющихся казачьими только по названию. В еще большей степени это демонстрирует практика «принятия в казаки» многочисленных «высоких гостей», в реальности не имеющих никакого отношения к казачеству и его культуре и нередко даже не выражающих особого желания «оказаться». В результате современные казаки стали восприниматься в общественном сознании как «ряженные». Немалую долю ответственности за это несут современные руководители казачества, благосклонно допускающие подобные инициации. Видимо, поэтому в апреле 2011 г. атаман Всевеликого войска Донского В.П. Водолацкий выразил резкое возмущение по поводу «принятия в казаки» французского актера П. Ришара².

Разумеется, казачья культура не может быть сведена к имитации нескольких обрядовых действий. Подобная редукция серьезно угрожает существованию

¹ Каргин А.С. Традиционная культура казачества. Теоретико-методологические аспекты ее сохранения и реконструкции. URL: <http://www.zimovaya.ru/kazachestvo-vistorii-rossii/traditsionnaya-kuljtura-kazachestva.-teoretiko-metodologicheskie-aspektyee-sohraneniya-i-rekonstruktsii.html>

² Степанов А., Лукьянов А. Пьера Ришара приняли в донские казаки, а через две недели разжаловали // Комсомольская правда. Ростов н/Д, 2011. 25 апреля. С. 3.

самой казачьей культуры и порождает скептическое восприятие казачества в целом, что вряд ли может считаться успешной имиджевой стратегией. Обращение к казачеству как символу юга России с использованием новых информационных и интерактивных технологий, напротив, должно способствовать сохранению традиционной казачьей культуры как важнейшей составляющей российского историко-культурного наследия, и создавать новые возможности для развития макрорегиона. Но обеспечить решение указанных задач пока достаточно непросто.

Раздел 2

Историко-культурные ценности, бренды и имиджи северокавказских республик

2.1. СОЦИАЛЬНЫЙ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ СКФО: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

М.А. Аствацатурова, Т.А. Казиев

Образование Северо-Кавказского округа выводит на авансцену не только проблему политико-управленческих техник и технологий, но и проблему социального и политического имиджа округа. Это в полной мере соответствует позициям *Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года* (далее — Стратегия), которая предполагает «формирование общегражданской идентичности и межэтнической толерантности, а также формирование позитивного имиджа Северо-Кавказского федерального округа...»¹

Проблема социального и политического имиджа СКФО важна с точки зрения очевидных процессов, прежде всего таких как упрочение вертикали власти, осуществление административной реформы и реформы местного самоуправления. Социальный и политический имидж округа также значим в контексте реформы федеративного устройства, объединения и укрупнения субъектов. Реформа задумана как преобразование не только национально-государственного устройства, но и политико-административного управления в условиях конституционно-договорной Российской Федерации.

Вместе с тем формированию и упрочению позитивного социального и политического имиджа СКФО мешает несколько обстоятельств.

Первое. Идея федеральных округов не имеет широкого отражения в общественном пространстве и не имеет хождения среди населения. Граждане слабо представляют себе, каково назначение федеральных округов и каковы функции полномочных представителей Президента РФ в федеральном округе². Граждане

¹ Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. № 1485-р.

² Указ Президента РФ от 13 мая 2000 г. № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе» // Южный федеральный округ. Информационно-аналитический бюллетень. № 1. Август, 2000 г.

в своем большинстве считают, что федеральные округа существуют формально, что они созданы для трудоустройства чиновников, а также для их «размножения». Чаще всего задачи полномочного представителя Президента РФ воспринимаются жителями как задачи главного организатора доступа к услугам ЖКХ, организатора повышения качества функционирования хозяйственных структур, т. е. в упрощенном, обыденном виде.

Второе. Идея Северо-Кавказского федерального округа связывается в общественном дискурсе с неблагоприятной ситуацией на Северном Кавказе, что акцентировалось в Послании Президента РФ Федеральному собранию РФ в 2009 г. Жители субъектов СКФО рассматривают выделение СКФО из ЮФО как вынужденную управленческую инициативу руководства страны, и даже как реализацию крайнего политического решения. При этом, как свидетельствуют опросы населения субъектов СКФО, граждане не ожидают скорых и существенных позитивных перемен от образования округа, в том числе и в достижении безопасности, стабильности, в улучшении материального положения¹.

Третье. Образование СКФО привело к кризису культурного, социального, политического и управленческого концепта «Юг России», который выстраивался со дня образования федеральных округов, с 2000 года. Юг России рассматривался на уровне органов власти и управления как целостное пространство, объединенное многими общими показателями, несмотря на существенную социально-экономическую, этнокультурную и этнополитическую дифференциацию. Термин «южане», а также такое определение, как «южнороссийский полиэтничный макрорегион», стали популярными не только в экспертном контексте, но и в СМИ, и в общественном мнении².

Четвертое. Образование СКФО привело к «разъединению» межрегионального сообщества русского населения, которое наиболее широко представлено в Ростовской области, Краснодарском и Ставропольском краях. Русские «русских» субъектов Юга России стремятся поддерживать единство, которое самоценно и значимо с учетом этнокультурных и этнополитических реалий СКФО. Можно говорить и о некотором разобщении казачества Юга России, в котором выделяются своими сходными характеристиками и общей позицией в отношении проблем межэтнических отношений Всевеликое войско Донское, Кубанское казачье войско, Терское казачье войско.

¹ Результаты социологического исследования на тему: «Социальное самочувствие населения в современной России». Программа фундаментальных исследований Президиума РАН «Адаптация населения Юга России к современным трансформациям», май–август 2010 г.

² Современное состояние и сценарии развития юга России / отв. ред. Г.Г. Матишов. Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2006.

Пятое. Образование СКФО рассматривается диаспорными группами (азербайджанцами, армянами, болгарами, греками, грузинами, евреями, немцами, поляками, туркменами и др.) как мера, адресованная исключительно северокавказским народам. Среди диаспор бытует мнение о том, что образование СКФО создаст некие привилегии для коренных народов в межэтнической конкуренции и общем социальном соревновании, в том числе демографическом, экономическом, политическом, конфессиональном.

Образование Северо-Кавказского федерального округа обозначило некоторые социальные и политические тенденции, учет которых важен при разработке имиджа округа. Прежде всего, это усиление северокавказского компонента в социально-демографической структуре населения. Это усиление происходит в первую очередь за счет разного уровня рождаемости, которая существенно дифференцирована по субъектам и по этническим группам. На первом месте по рождаемости представители коренных титульных народов СКФО: ингуши, народы Дагестана, чеченцы. Одновременно уменьшается детность русских семей, а также семей, представляющих диаспорные сообщества. Именно среди этнических групп коренных народов региона отмечаются такие явления, как долгожительство, крепость семейно-родственных, фамильных, родовых связей. Это также и использование в обыденных и неординарных социальных и политических практиках маркера этнической и конфессиональной принадлежности. Такие обстоятельства, как принадлежность к коренному, титульному, доминирующему этносу, к репрессированному народу, к национальному меньшинству, к группе этнических мигрантов активно применяются в экономической, социальной конкуренции, в политическом противостоянии.

Кроме того, это проблемы владения, пользования, распоряжения землей, недрами, водными и природными ресурсами, что весьма чувствительно в Северо-Кавказском федеральном округе. И хотя СКФО составляет всего 1 % территории РФ, тем не менее он густо населен и отличается постоянным устойчивым ростом населения как за счет естественного, так и за счет миграционного прироста.

Новым явлением институционализации этнических и этноконфессиональных интересов является конкуренция двух основных конфессий — православия и ислама, которые активизируются не только в духовных и мировоззренческих процессах, но и в социальном служении, в обеспечении светских интересов жителей региона (безопасность, миротворчество, противодействие социальным бедам и порокам, образование, культура, образ жизни, досуг).

Новым явлением выступает также и конкуренция светской и клерикальной частей северокавказского сообщества, которая проявляется как в Ставропольском крае, так и в республиках. Воцерковленность и приверженность религиозному мировоззрению становятся дополнительным позитивным обстоятельством,

которое декларируется в общественных, профессиональных, родственных, соседских отношениях¹.

В известном смысле всеобщий характер имеет противоречие между консерватизмом и модернизацией, между новыми, новейшими и старыми слоями северокавказского сообщества. Несмотря на традиционализм многих социальных институтов, северокавказскому сообществу свойственна высокая динамика, изменчивость социокультурных тенденций и ситуаций. Так, на современном этапе проявляются новые обстоятельства общественно-политических отношений, прежде всего конкуренция этнических групп, которая приобрела дополнительную остроту в ходе мирового экономического и финансового кризиса. В этих условиях трансформируется условная «иерархия» народов и этнических групп, меняющаяся в связи с тенденциями социально-экономического и политического развития².

Вместе с тем очевидно, что образование нового округа как раз и направлено на решение «старых» проблем, которые вредоносны не только для региона, но и для всего юга России и всей России. Поэтому в системе мероприятий по развитию СКФО существенное место уделено созданию «доброго имени» округа, что актуализирует его социальный и политический имидж как позитивный.

Позитивный имидж СКФО чрезвычайно важен с точки зрения смягчения негативов межэтнических отношений, которые проявляются в округе и имеют как международные, так и российские и региональные детерминанты. Прежде всего отмечается усиление конкуренции этнических групп в социально-экономической сфере. Оно вызвано в том числе мировым экономическим и финансовым кризисом. Можно также фиксировать расширение номенклатуры негативных этнических стереотипов, причем далеко не только в регионе. События конца 2010 г. в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону продемонстрировали существенный потенциал бытового национализма, ксенофобии, этнического экстремизма, внутри которых явно выделяется антикавказский и антисеверокавказский вектор.

Позитивный имидж СКФО важен также для системы внутрироссийских и международных отношений как составляющая человеческой, национальной и региональной безопасности. Позитивный имидж региона, в котором наблюдаются локальные этнополитические конфликты и противоречия, террористиче-

¹ Ислам на Юге России. Вопросы возрождения и развития: материалы международной научно-практической конференции (21–22 ноября 2008 г.). Ростов н/Д; Пятигорск, 2008.

² Вектор идентичности на постсоветском пространстве: материалы международного круглого стола (Ставрополь, 2 октября 2006 г.). Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2007; Гражданская идентичность и патриотическое воспитание в полиэтничном регионе. Ставрополь; Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2007.

ское воздействие на население, бытует религиозный экстремизм, крайне важен для стабилизации общественно-политических отношений между этническими группами региона, а также в целом для населения сообществ других субъектов РФ. Позитивный имидж СКФО важен также как неотъемлемая часть позитивного образа всей России, поскольку эта территория и ее население многими событиями издавна связаны с историей и культурой России. Северный Кавказ как часть России, безусловно, добавляет общероссийскому социокультурному образу оригинальные черты.

2.2. РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИСТОРИЙ В СОЗДАНИИ НОВЫХ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ БРЕНДОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА¹

Т.П. Хлынина

Необходимость выработки нового позитивного образа Северного Кавказа — региона, традиционно позиционируемого в сложных конфликтологических категориях, — осознается не только официальной властью, но и профессиональным научным сообществом. Предпринимаемые в данном направлении усилия, в частности появление концепта Юга России и генеративной метафоры Кавказа как «солнечного сплетения Евразии», свидетельствуют о наметившейся положительной динамике решения этой далеко не однозначной и крайне болезненно воспринимаемой проблемы. Обсуждаемые проекты возвращения региону былого облика советской туристической Мекки и плавильного тигля культур представляют собою по сути легитимацию той историко-культурной самобытности, посредством которой на протяжении всего постсоветского периода оправдывались особенности социально-экономического развития Северного Кавказа и его взаимоотношений с федеральным центром.

При этом то, что ранее истолковывалось в качестве серьезных и негативных препятствий на пути обретения регионом «мира, стабильности и процветания»², на сегодняшний день воспринимается если и не сугубо положительным, то, во всяком случае, лишенным отрицательных коннотаций обстоятельством. Наглядным примером тому могут служить развернувшиеся в последние годы общественно-политические дискуссии, посвященные проблемам обустройства Северного Кавказа. В них все чаще звучит мысль о необходимости приведения его в соответствие с традициями горского самоуправления. В вышедшей несколько лет тому назад и получившей скандальную известность книге Х.-А. Нухаева «Мир по формуле “победа — победа”» содержалось развернутое обоснование «исконного права горских народов жить по заветам великих предков». Изложенные в ней идеи получили сочувственную поддержку части

¹ Работа выполнена в рамках Подпрограммы фундаментальных исследований Президиума РАН «Проблемы социально-экономического и этнополитического развития южного макрорегиона» Программы «Фундаментальные проблемы пространственного развития Российской Федерации: междисциплинарный синтез» на 2009–2011 гг.

² Речь прежде всего идет о начавшемся процессе реставрации у народов региона традиционных патриархальных отношений, характерных для XVIII–XIX вв. Подробнее см.: *Дегоев В.* Северный Кавказ и будущее государства Российского // Россия, Кавказ и постсоветский мир. М., 2003.

научного сообщества, увидевшего в установлении на местах власти традиционных институтов возможность оптимизации межэтнических отношений и снятия предпосылок конфликтов.

Сегодня федеральный центр делает ставку на не менее значимый институт традиционного самоуправления кавказских народов — совет старейшин, решения которого не имели юридической силы, но являлись своеобразным нравственным императивом для общины или рода. Несмотря на то что джамааты никак не представлены в структуре нынешней власти, их влияние остается весьма значительным. Местные политики и общественные деятели опираются на поддержку тех из них, где сосредоточены их родственники и разнообразная клиентела. В мае 2007 г. была создана Ассоциация Совета старейшин народов Кавказа, принявшая деятельное участие в урегулировании грузино-абхазского и грузино-южно-осетинского конфликтов. В Карачаево-Черкесии совет старейшин привлечен к выдаче кредитов населению. Высоко оценивая социальный потенциал традиции, Президент РФ Д. Медведев поручил полномочному представителю в Северо-Кавказском федеральном округе проработать вопрос о создании совета старейшин региона.

Столь существенные перемены, произошедшие в понимании имплицитной логики развития Северного Кавказа, не в последнюю очередь обязаны деятельности и профессиональных имиджмейкеров от истории, прежде всего ее национальной разновидности. Появление новых национальных историй на постсоветском пространстве стало ответной реакцией не только на исчезновение координирующего научного центра и сложившихся институциональных взаимосвязей в области изучения прошлого, но и откликом на болезненно переживаемые народами процессы модернизации. Именно их интенсификация, пришедшаяся на годы постперестроечного обновления общества, создала реально ощущаемую угрозу исчезновения историко-культурного своеобразия российских этносов. Отчасти порождением осознаваемой угрозы предстоящей утраты оказались и авторы новых национальных историй, которые видят свое предназначение в возрождении зачастую вольно трактуемого «былого величия и героического прошлого» своих народов.

Распад Советского Союза и отказ новой власти от позиций монополиста во всех сферах общественного развития привели, в частности, к плюрализации истории. В складывающихся новых постсоветских условиях, когда «голос получили как различные социальные, так и этнические группы, имевшие свои собственные представления о событиях прошлого, отстаивать прежнюю унифицированную картину исторического развития стало невозможно»¹. При этом

¹ Шнирельман В.А. Российская школа и национальная идея // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/sh21.html>

осознание необходимости внутреннего обновления науки существенно уступало потребностям политической конъюнктуры. Дискредитация преимуществ советской административно-политической системы в условиях обострившихся межэтнических противоречий, множасьихся исторических обид и претензий народов друг к другу в конечном итоге привели к регионализации, а по сути — к этнизации профессиональной историографии.

Процесс регионализации исторического знания в содержательном отношении свелся к преимущественному изучению истории отдельных территорий и их народов, длительное время не замечаемой большой наукой. Наиболее сложной и неоднозначной оказалась ситуация в полиэтничных районах страны, где история региона зачастую произвольно подменялась историей ее титульных народов. Следствием такого переосмысления региональной истории стало усиление этноцентризма и в науке, т. е. исследовательского подхода, для которого характерны сочувственная фиксация черт своей этнической группы вплоть до выделения этнонационального фактора в качестве основного критерия исторического познания¹. Его доминирование в новой региональной истории позволило исследователям заговорить о сформировавшемся специфическом феномене — этническом историзме, применение которого к изучению прошлого привело к тому, что у многих народов обозначились собственные приоритетные темы исследований². Так, «народы Северного Кавказа по своему генетическому складу всегда тяготели к прошлому, бережно сохраняя его “осколки” в современной обыденной жизни». Прошлое никогда не исчезало из коллективной памяти и со временем приобрело некоторую специализацию. Чеченцы сосредоточились на изучении создания государственности — имамата Шамиля; адыги — на последствиях махаджирства и трагедии этноса; репрессированные народы — на преступлениях эпохи сталинизма³.

В пространстве новых исследовательских приоритетов региональная история постепенно трансформировалась в историю национальную, которая нередко ставит под сомнение правомерность своего бытования в качестве предмета серьезных научных изысканий. На одном из представительных общественных форумов, посвященных «настоящему прошлому», была высказана довольно эпатажная мысль о том, что «национальную историю вообще писать нельзя. Это ложная идея, поскольку история бывает только контекстуальной... Национальная история — это не пространство науки, это не пространство истины... это пространство спекуляций, фантазий, баснословия, мифологии»⁴. Раздающиеся в данной связи

¹ Национальные истории в советском и постсоветских государствах. М., 2003. С. 5.

² Орлова И.Б. Этнизация исторического знания в постсоветских государствах // Социологические исследования. 2009. № 10. С. 126.

³ Гагагова Л. Чему мы учим // Родина. 2000. № 1–2: «Россия на Кавказе». С. 204.

⁴ История настоящего: как обходиться с историей и памятью? Материалы коллоквиума (Москва, 19–20 июня 2008 г.). М., 2008. С. 87.

призывы к избавлению от исторического солипсизма связывают понимание собственной истории со знанием «истории хотя бы соседних стран»¹.

При этом в пылу полемики с обезличенным оппонентом, ангажированным «некими национальными ценностями», нередко теряется изначальный смысл и высокое предназначение национальной истории быть рупором прошлого народов, ставших единой нацией. Любое национальное государство не только легитимизирует свое существование посредством обращения к прошлому, но и заинтересовано в такой его версии, которая «консолидирует народ в нацию, обосновывает его территориальные границы и оправдывает политику. Аналогичную роль различные версии этнической истории играют в этнофедеративном государстве, обосновывая существование отдельных автономий и политические права их титульного населения»².

В этом своем стремлении «не забывать истоков прошлого» национальная история и порождает разнообразные мифологемы, распадающиеся на множество этнически окрашенных версий. Особенности их нынешнего проявления становятся тесная взаимосвязь с текущими политическими преобразованиями и потребность в институционализации особенного взгляда на историю народов страны. Как показал в своих исследованиях В.А. Шнирельман, этнически окрашенные версии прошлого исходят из «вполне конкретных сиюминутных этнополитических целей» и включают в себя достаточно универсальные компоненты. Наиболее востребованными из них на сегодняшний день оказываются мифы об автохтонности народов, о наличии у них исторической прародины и славных предков, позволяющих претендовать на политическую и культурную гегемонию в том или ином регионе³.

Популярной формой мифотворчества стала и экстраполяция древних культур на современные этносы. Так, карачаевцы и балкарцы стали «наследниками» шумерской цивилизации, адыги — хеттской, чеченцам и ингушам в качестве почетных предков «достались» древние египтяне и этруски, осетинам — арийцы⁴. Особенно острые дискуссии вызвало «аланское наследие», на которое одновременно претендуют осетины, карачаевцы и балкарцы. Политико-правовым способом решения данного исторического вопроса в Северной Осетии стало

¹ История настоящего: как обходиться с историей и памятью? Материалы коллоквиума (Москва, 19–20 июня 2008 г.). М., 2008. С. 87.

² Шнирельман В.А. Российская школа и национальная идея // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/sh21.html>

³ Шнирельман В.А. Национальные символы, этноисторические мифы и этнополитика // Македония — проблемы истории и культуры / отв. ред. д.и.н. Р.П. Гришина. М., 1999 [Электронный ресурс]. URL: http://www.kroaina.com/knigi/is_ran/is_ran_2.html

⁴ Национальные истории в советском и постсоветских государствах. С. 264–265.

официальное закрепление соответствующего термина («Алания») в самом названии республики. Еще до этого в ее государственной символике стали использоваться аланские изображения (барс на фоне гор). В свою очередь, герб Кабардино-Балкарии украсил хеттский орел.

Активная апелляция к прошлому характерна для многих российских народов, вовлеченность которых в модернизационные преобразования последних трех столетий поставила под угрозу саму возможность сохранения и передачи историко-культурного наследия последующим поколениям. Ощущение этой угрозы, нередко воспринимаемой массовым сознанием как «этнический геноцид и культурная ассимиляция» со стороны более успешных и численно превосходящих соседей, активно обсуждается профессиональными сообществами регионов. Помимо вполне обоснованной обеспокоенности судьбой этнических культур, они пытаются прояснить и причины нынешней обостренности массового исторического сознания, состояние которого во многом определяется развитием и достижениями все той же профессиональной историографии.

В предложенном несколько лет тому назад опыте системного анализа северокавказского общества историческая память и массовое историческое сознание названы в ряду величин, обеспечивающих устойчивость любой общественной системы, а также прямо или опосредованно влияющих на социально-политическую практику. Наиболее заметным результатом этого воздействия признается формирование и рост национального самосознания народов, претендующего на «создание “своей”, “подлинной” истории»¹. В ее построении принимают участие не только национальные идеологи и лидеры общественных движений, но и историки. По мнению авторского коллектива, исследователями сделано очень многое для формирования как коллективной памяти, так и идентичности народов региона. Тем не менее особенности развития исторического знания в нашей стране, его «русскоцентризм», выразившийся в том, что начиная с XIX в. российские историки «писали “русскую”, а не российскую историю», несмотря на «попытки советской историографии с большим или меньшим успехом его преодолеть», привели к тому, что «история России вновь стала русской историей. Даже в учебную литературу входят лишь отдельные специфические сюжеты, формирующие в сознании россиян восприятие исторического прошлого по известной формуле “свой – чужой”. При таком подходе Россия предстает как этнически гомогенное государство, в котором другие народы, в частности этносы Северного Кавказа, играют лишь незначительную роль, а межнациональные противоречия объясняются, в лучшем случае, “происками” деструктивных сил»². Ответной

¹ Шадже А.Ю., Шейджен Э.А. Северокавказское общество: опыт системного анализа. М.: Майкоп, 2004. С. 129.

² Там же.

реакцией на столь очевидное игнорирование многонациональной российской истории и оказалась «этническая революция в историографии», ставшая выразительницей чаяний тех, кто «хочет быть наконец-то услышанными», т. е. современных этносов.

Трудно не согласиться с авторским суждением относительно желания этносов иметь не только собственную историю, но и самостоятельную историографию. К сожалению, опыт все тех же последних десятилетий, лишивших прошлое России ее «этнокультурного многообразия», свидетельствует об обратном. Подобного рода истории нередко становятся реализацией этнических амбиций, стремящихся к воссозданию того, что не имеет какой-либо овеществленной материализации и тем самым как бы выключает народы из потока всеобщей истории. Отсутствие письменности и грандиозных археологических памятников обрекает региональную историографию на изобретение величественного и древнего прошлого, «восполняя недостаток фактов собственной, защищающей народы мифологией»¹. Новая, или так называемая третичная, мифология уже стала предметом заинтересованного обсуждения историков и рассматривается в качестве социальной конструкции, создаваемой самими учеными. По справедливому замечанию И.М. Дьяконова, было бы неверно толковать такого рода «вымыслы» как исключительно сознательную ложь, так ее создатели искренне верят в то, что исповедуют². В литературе отмечается и важная социально-воспитательная функция современного исторического мифа³. Однако из этих вполне объяснимых попыток иметь достойную историю своего народа рождаются далеко идущие и небезопасные политические проекты. Этнизация прошлого становится мощным средством социального влияния, которое формирует историческое сознание у граждан постсоветских государств и национальных регионов в России, а также активно используется властью.

Вместе с тем отношения истории (исторической памяти) и современности могут иметь разное измерение. Одним из таких измерений выступают предложенные французским историком П. Нора «места памяти». «Места памяти» — «это красивое выражение, ставшее золотой жилой, находкой, благодаря его способности удовлетворить потребности коллективных переживаний»; это «всякое значимое единство, материального или идеального порядка, которое

¹ Шадже А.Ю., Шеуджен Э.А. Северокавказское общество: опыт системного анализа. М.; Майкоп, 2004. С. 129.

² Дьяконов И.М. Архаические мифы Востока и Запада. М., 1990. С. 62.

³ Шнирельман В.А. Национальные символы, этноисторические мифы и этнополитика // Македония — проблемы истории и культуры / отв. ред. д.и.н. Р.П. Гришина. М., 1999 [Электронный ресурс]. URL: http://www.kroraina.com/knigi/is_ran/is_ran_2.html

воля людей или работа времени превратили в символический элемент наследия памяти некоторой общности»¹. Для народов Северного Кавказа ими на сегодняшний день оказываются Кавказская война и ее последствия, мухаджирство и вызванная им трагедия адыгского этноса, депортация народов Северного Кавказа, советская национальная политика и репрессии 1920–1930-х гг.

По характеру и силе воздействия на современное развитие народов региона «память о прошлом» (в основном концентрируемая в «местах памяти») представляется возможным условно подразделить на ту, которая постоянно присутствует в жизни народов и все происходящее как бы пропускает через себя, и ту, которая действует избирательно, актуализируясь только при определенных обстоятельствах. Общества с первым типом воздействия памяти являются «горячими». С определенной долей условности к ним можно отнести:

- Кабардино-Балкарию, наличие двух «титulyных» этносов в которой провоцирует столкновение двух типов памяти и осложняется синдромом «репатриации» (начавшимся в конце 1990-х гг. возвращением на историческую родину косовских адыгов и воспринимаемым в качестве посягательства на интересы балкарского населения);
- Адыгею, где «титulyное» меньшинство ощущает постоянную угрозу «утраты национальной идентичности» со стороны русскоязычного большинства и нуждается в не менее постоянном подтверждении своего исторического преимущества на этой территории;
- Карачаево-Черкессию, где один из «титulyных» этносов (адыги — черкесы) полагает себя дискриминируемым со стороны другого «титulyного» этноса (карачаевцев) и рассматривает историческое прошлое в качестве обоснования самостоятельного существования (проект третьей адыгской республики в составе Российской Федерации);
- Северную Осетию, находящуюся в состоянии разделенного этноса и нуждающуюся в исторической легитимации его воссоединения.

Общества со вторым типом воздействия памяти являются «холодными». К ним с такой же долей условности можно отнести:

- Чеченскую Республику, где «жизнь по заветам великих предков» подчинена решению насущных проблем развития этноса;
- Республику Ингушетию, для которой «торжество исторической справедливости», в частности возвращение Пригородного района и самостоятельное существование, имеет сугубо прагматическое значение;
- Республику Дагестан, где «горная страна» породила «горы памяти», а необходимость сохранения этнического мира отодвинула прошлое на периферию общественного сознания;

¹ Нора П. Франция — память. СПб., 1999. С. 76, 79.

– Республику Калмыкию, где историческая память (в основном о пережитой депортации) актуализируется лишь в ситуации социально-экономического кризиса, становясь оправданием самостоятельной неспособности его преодоления.

Об этноцентричности и пагубном воздействии новых национальных историй на формирование самосознания народов региона и динамику его современного развития написано немало количество различного рода работ. Свою лепту в позиционные бои с мифотворчеством национальных историков в свое время внес и автор. Однако в данном случае хотелось бы обратить внимание профессионального сообщества на те возможности национальной истории, которые могут быть активно использованы в создании позитивного образа региона и его этнокультурных брендов.

В своем неумолимом поиске искажений прошлого северокавказских народов национальная история не только обозначила круг довольно болезненных вопросов (управляемости региона, судьбы культурного наследия великих цивилизаций древности, исторического опыта совместного проживания разных этнических и конфессиональных групп), но и по большей части положительно ответила на них. Создаваемые ею образы Северного Кавказа как края великих культур и могущественных цивилизаций, на протяжении всей своей истории отстаивающего самобытность и автономность существования, свидетельствуют прежде всего о стремлении его народов к сохранению историко-культурного наследия и поиску своего достойного места в открытом мире. Настойчиво артикулируемые сюжеты, связанные с глубокой древностью и событиями, насильственно прервавшими поступательное развитие региона, постепенно замещаются демонстрацией значимости кавказской специфики для выработки внешней и внутренней политики России. Они демонстрируются и показом особенностей духовного склада и образа жизни северокавказских народов, их не всегда простых, но тем не менее все чаще положительно оцениваемых взаимоотношений с Россией.

Несмотря на множество, казалось бы, принципиальных разногласий в оценке и трактовке национальными историками прошлого региона, оно предстает перед нами «единством разнообразия» и говорит о том, что на протяжении всей своей истории народы Северного Кавказа являлись не только объектами истории, но и ее полноправными творцами. В ситуации прогрессирующей глобализации национальная история становится незаменимым спутником жизни народов в открытом и усложняющемся пространстве культурного взаимодействия. В этом своем качестве она обеспечивает не только их достойное прошлое, но и приемлемое настоящее, ограниченное рампой исторических достижений. Таким образом, историко-культурное наследие народов региона, получившее свою новую огранку в пространстве национальной истории, оказывается не только визитной карточкой региона, но и его опознавательным знаком на карте страны.

2.3. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОБРАЗЫ ВЛАДИКАВКАЗА

З.В. Канукова

С середины XIX века Осетия стала миграционным ареалом для представителей российских губерний, ряда европейских, закавказских и ближневосточных этносов. Основная масса мигрантов осваивала городское пространство, которое становилось зоной культурного пограничья, пересечения и взаимодействия разных культур, конфессий, социумов. Современники отмечали, что «во Владикавказе Россия стоит лицом к лицу с Азией, и потому здесь царствует оригинальная смесь азиатского с русским»¹.

Владикавказ — город, возникший в зоне географического (между равниной и горным хребтом), геополитического (между Россией и Кавказом) и культурного пограничья. Толерантность, общая открытость к контактам создавали своеобразный этнокультурный ландшафт и во многом определили особенности города как «пространственной модели, создаваемой культурой»². Концептуальная позиция настоящей статьи определяется методологическим подходом В.А. Тишкова к изучению культурного пространства³, в котором объектом исследования является «уровень значений (смыслов), а также сама пространственная среда и ее изменения под воздействием человека: культурные ландшафты, поселения, здания и комнаты, организация интерьера и множество других визуальных проявлений пространственной организации». Наряду с визуальными В.А. Тишков включает в понятие культурного пространства и «воображаемые пространства»⁴.

Архитектурно-планировочное наследие города Владикавказа можно рассматривать как реализованный опыт организации поликультурного пространства. Город структурирован по классической схеме градостроительства XIX века. Топографически он представлен прямыми линиями-улицами, которые проходили параллельно реке Терек с севера на юг, а второстепенные улицы и переулки располагались перпендикулярно главным.

Исторический центр Владикавказа — тоже линия, параллельная реке. Это Нестеровский бульвар, переименованный в Александровский проспект, ныне —

¹ *Владыкин М.* Путешествие по Кавказу. М., 1885. Т. 1. С. 152, 153.

² *Лотман Ю.* Архитектура в контексте культуры // Семиосфера. СПб.: Искусство, 2000. С. 334.

³ *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая: Образы российских республик в Интернете. М., 2009.

⁴ *Тишков В.А.* Культурный смысл пространства // V Конгресс этнографов и антропологов России: тезисы докладов. М., 2003. С. 19.

проспект Мира. Это место, которое олицетворяет город для его жителей, главная точка городского ландшафта. Горожане многих поколений Владикавказа ностальгически вспоминают и считают духовным центром городской культуры именно эту «парадную улицу», к которой как нельзя лучше подходит определение А. Высоковского: «Парадная улица — это линейное протяженное пространство с просчитанной перспективой, продуманным фасадом домов, согласованных по высоте, материалу и деталям. Главное в парадной улице — это то, что она всегда к чему-то подводит и замыкается в перспективе главным композиционным акцентом»¹. Ориентируя главные улицы с севера на юг, зодчие прошлого создали главный композиционный акцент — вид на Столовую гору и сияющую вершину Казбека, некий природный Храм². Эта улица протяженностью около километра является физическим и ментальным выражением организации пространства, а процесс ее освоения позволяет проследить динамику пространственных и временных связей.

Полиэтничность как главная идея города визуально зафиксирована в памятниках архитектуры, возведение которых начиналось с проспекта и близлежащих территорий. Речь идет прежде всего о культовых зданиях — Осетинской церкви Пресвятой Богородицы, Армяно-григорианской церкви, Римско-католического костела, православного кафедрального собора, суннитской и шиитской мечетей, синагоги, немецкой кирхи; греческой, грузинской и других церквях. Однако нам интересна не архитектурная специфика и не факт «окаменения» идеи города. Как указывал Г.З. Каганов, город историчен не потому, что в нем много памятников прошлого, а потому, что «есть некто, для кого эти памятники и их участие в текущей городской жизни составляют предмет специальных переживаний и специальной рефлексии»³.

Известно, что для этнической группы, оказавшейся в инокультурном окружении, главной и обязательной составляющей адаптационного процесса является основание «своего» храма. В инокультурном окружении религия выполняет этнодифференцирующую функцию. Осознание принадлежности к своей нации в таких группах тождественно осознанию принадлежности и к своей религии. В общественном сознании складывалась модель: армяне — григориане, евреи — иудаисты, персы — шииты и т. д. Изучение истории храмов приводит к выводу о специфике национальных церквей. Они выполняли для своих прихожан не только религиозно-культурную функцию, но были средством сохранения этнической идентичности. Религиозный символизм, обряды и обычаи, тесно вплетенные в этническую культуру, способствуют сплоченности диаспорной

¹ *Высоковский А.* Места активных действий // [kAk).ru — портал о дизайне. URL: <http://kak.ru/columnsurbanenvironment/a3194>

² Не случайно эти символы стали составными элементами герба города.

³ *Каганов Г.З.* Среда обитания и образы истории // Человек. 1997. № 1, 2.

группы. Именно вокруг храма появлялись первые национальные школы, призванные осуществлять наряду с образовательными целями межпоколенную трансляцию этноконфессиональных традиций.

Осетины, поселение которых располагалось рядом с военной крепостью Владикавказ, начали освоение центральной линии на правом берегу Терека.

Осетинская церковь Рождества Пресвятой Богородицы (рис. 1) была основана в 1815 году Осетинской духовной консисторией для удовлетворения нужд поселенцев крепости и для миссионерской деятельности. Эта церковь более 50 лет обслуживала все православное население независимо от его этнической принадлежности. Небольшое деревянное здание церкви неоднократно подвергалось расширению, перестройке.

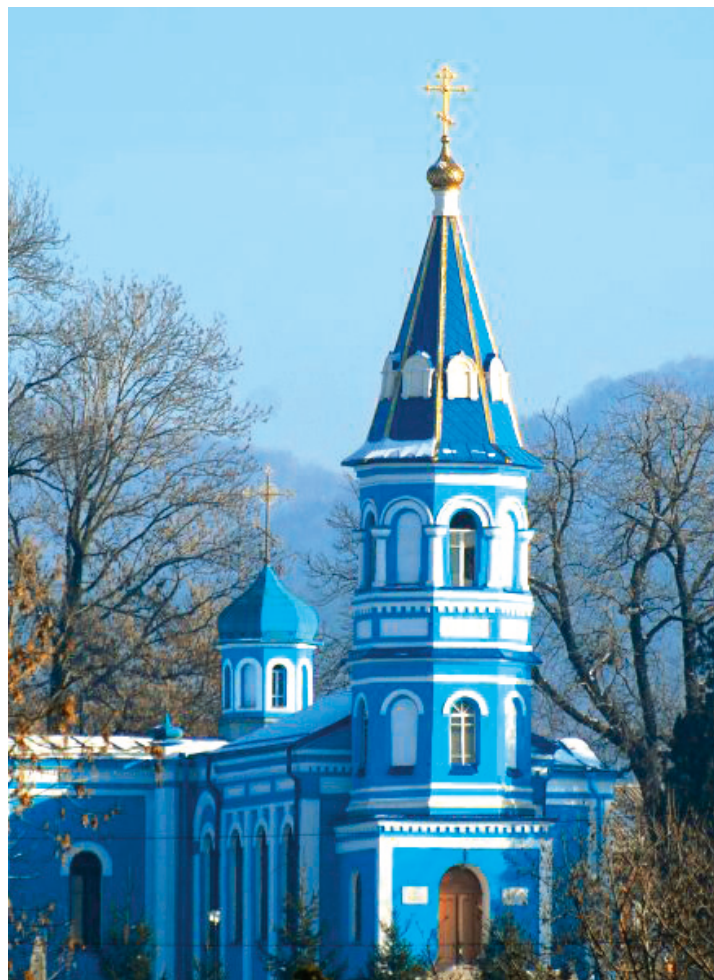


Рис. 1. Осетинская церковь Рождества Пресвятой Богородицы

В 1823 году на месте деревянной церкви была построена каменная. Освящение ее состоялось 24 марта 1824 года. Очевидно, что, располагаясь в центре города, на самом возвышенном месте Осетинской слободки, эта церковь исполняла роль архитектурной доминанты над юго-восточной частью города. Осетины — горожане первого поколения — вели активную приходскую жизнь.

Следующий храм, расположенный на «парадной улице», в начале проспекта, был возведен армянской общиной. Армяно-григорианская церковь (рис. 2) была построена в 1843 году. Это знаменательное событие произошло при Его Святейшестве Нерсесе V — Верховном Патриархе и Католикосе всех армян. Деревянная церковь просуществовала двадцать один год. В 1862 году Астраханская армянская консистория подняла вопрос о строительстве каменного храма. Численность армянского населения неуклонно росла, небольшая по своим размерам церковь с трудом вмещала всех верующих, особенно в дни религиозных праздников. В июле 1867 года армяне обратились к начальнику Терской области М.Т. Лорис-Меликову с просьбой разрешить постройку каменной церкви Григория Лусаворича Просветителя за счет самих прихожан. Со временем появилась необходимость в расширении и перестройке церкви, которую осуществили строители, приглашенные в 1897 году из Святого Эчмиадзина. Вначале церковь представляла собой крестово-купольную трехнефную базилику с трехъярусной колокольной на западном фасаде.



Рис. 2. Армяно-григорианская церковь

При перестройке колокольню убрали, появилась пятинефная базилика. Архитектура церкви выдержана в духе армянской церковной культуры XVII—XVIII веков. Средства на перестройку были выделены Астраханской армяно-григорианской епархиальной консисторией по повелению Верховного Патриарха и Католикоса всех армян Мовсеса I, а также местными прихожанами¹.

Следующим храмом на центральной линии был Спасо-Преображенский собор, построенный по распоряжению Екатерины II и принадлежавший Терскому казачьему войску. В нескольких метрах выше этого собора располагалось здание грузинской школы. Грузины создали в 1898 году свою церковь во имя святой Нины Провосветительницы при училище. Это была первая грузинская церковь на всем Северном Кавказе. Преосвященный Владимир, епископ Владикавказский, с большим пониманием отнесся к желанию грузин иметь свою церковь. Для строительства церкви он выделил личные деньги и выхлопотал у Синода одну тысячу рублей. Часть школьного здания была перестроена в церковь, а для школы было возведено новое здание. Официально она получила статус домово́й (школьной), но вскоре к ней были приписаны все городские грузины (их было около 10 тыс.), а священник — учитель Георгий Натадзе — получил право совершать все «требы», необходимые для удовлетворения нравственно-религиозных потребностей грузинской паствы². Грузинская школа существует до сих пор, в настоящее время она перестраивается, местная община планирует создание на ее территории национального подворья.

В небольшом отдалении от нее располагался православный Михаило-Архангельский кафедральный собор, самый популярный в городе.

На следующей, перпендикулярной к проспекту улице располагался польский квартал, где в 1868 году поляки построили Римско-католический костел св. Антония Падуанского (рис. 3). Его постройка началась при содействии военного священника, окружного капеллана Каменецкого (Каменского). Сегодня в этом квартале создан «Дом Польский» — национально-культурный центр поляков.

В нескольких метрах от этой улицы располагалась еврейская синагога. В 1864 году проживавшие в городе евреи обратились с просьбой к начальнику Терской области об открытии синагоги. Лорис-Меликов выделил им участок земли и дал в долг деньги из фонда Штаба войск Терской области. Община собрала и свои средства. Был построен деревянный молитвенный дом. В 1865 году синагога была освящена, в нее внесены «по закону израильскому» божествен-

¹ Канукова З.В. Старый Владикавказ. Историко-этнологическое исследование. Владикавказ: ИПО СОИГСИ, 2009.

² Грузинская церковь во Владикавказе // Новое обозрение. 1898. № 5088.

ные книги¹. Синагога снесена в годы советской власти, а на ее месте построено здание, которое сегодня занимает Союз композиторов. Еврейская община в настоящее время ставит вопрос о передаче ей этого здания для еврейского национально-культурного общества «Шолом».

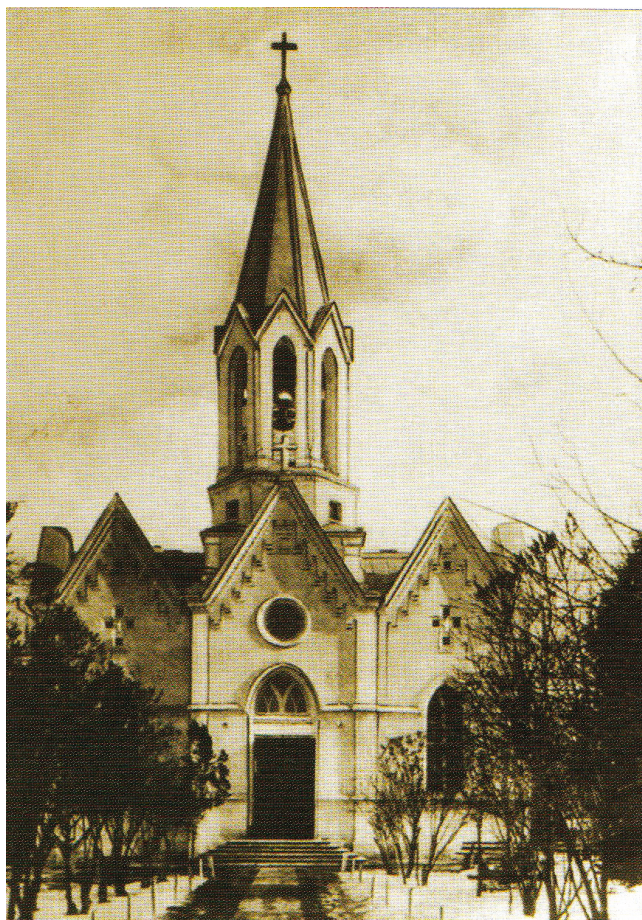


Рис. 3. Римско-католический костел св. Антония Падуанского

«Парадная улица» Владикавказа завершается выходом на одну из главных автотрасс — улицу Кирова, на которой в 1870 году была возведена шиитская мечеть² (рис. 4). Это здание восточно-мусульманского стиля, построенное персами. Прихожанами этой мечети были персы — переселенцы из Тавриза,

¹ ЦГА РСФСР-А. Ф. 12. Оп. 1. Д. 484. Л. 1–7.

² Приазовский край. 1915. № 172.

а также азербайджанцы из Закавказского края – Елизаветпольской, Бакинской, Эриванской и Тифлисской губерний.



Рис. 4. Шиитская мечеть

В настоящее время разгорелись споры вокруг здания шиитской мечети между Духовным управлением мусульман Осетии и азербайджанской общиной, которая просит передать ей здание для размещения национально-культурного центра «Азери». Привлеченные к этому вопросу в качестве экспертов, мы поддерживаем последнее по многим причинам, главная из которых – соответствие идее города.

На той же улице в 1886 году была построена на народные пожертвования Братская (Свято-Троицкая) купеческая церковь, здание которой, к сожалению, не сохранилось.

Завершается центральная линия немецкой кирхой (рис. 5). С 1861 года немцы вели переговоры с городской администрацией по поводу земельного участка для будущей церкви. В прошении к начальнику Терской области в декабре 1864 года немцы писали: «Проживающие во Владикавказе военные и граждане лютеранского исповедания, не имея здесь своей церкви, всякий раз при приезде пастора для совершения духовных треб встречают большие затруднения в приискании помещения, в котором бы все общество могло собираться для присутствия при богослужении. А потому у нас явилось искреннее желание построить себе на добротные пожертвования первоначально молитвенный дом, а со временем, когда при помощи божьей соберутся достаточные средства, и церковь красивой архитектуры»¹.

¹ ЦГА РСО-А. Ф. 12. Оп. 1. Д. 374. Л. 3–6.

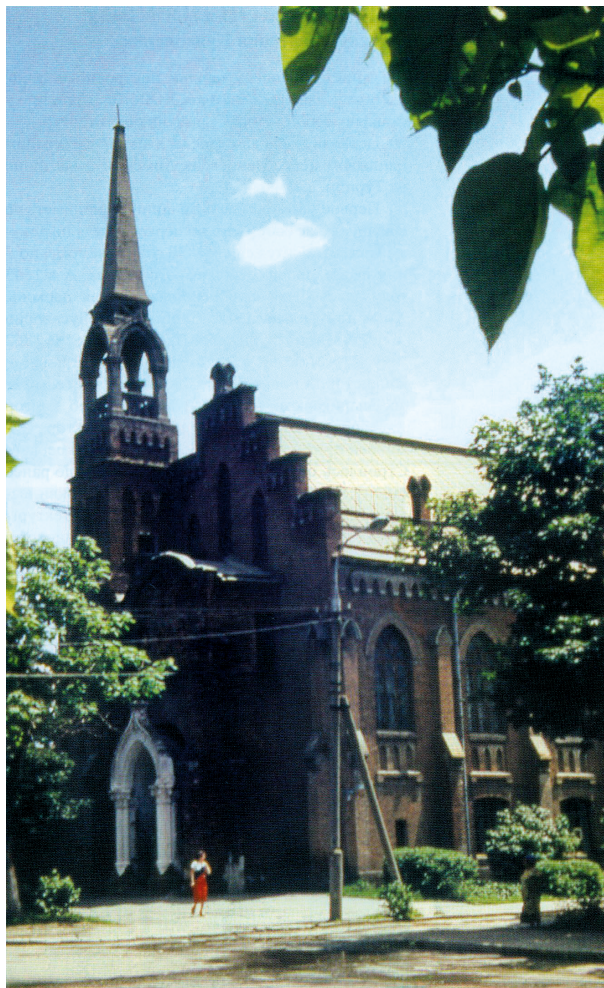


Рис. 5. Немецкая кирха

Здание кирхи было выстроено в духе поздней церковной готики и является единственным памятником подобной архитектуры на Юге России. Сегодня немецкая культурная автономия получила возможность проводить в здании кирхи евангелическо-лютеранские проповеди, пастырские беседы, собрания, выступления хора немецкой песни «Лорелей» и национально-инструментального ансамбля.

Со временем горожане стали маркировать и левый берег Терека. На параллельной от набережной Терека линии были построены Тенгинский (Апшеронский) собор, бывший собственностью одноименного полка, и Константино-Еленинская церковь (рис. 6). В 1879 году газета «Терские

ведомости» сообщила о строительстве еще одного храма: «В понедельник 21 мая в городе Владикавказе праздновалось заложение греческого храма во имя св. Константина и Елены, память которых греко-российская церковь чтит в этот день. Храм заложен на той стороне Терека, где уже давно заготавливались материалы для его постройки. Строитель храма Харлампий Муратанов возводит его за свой счет, для чего им ассигнован весьма значительный капитал. Таким образом, еще одним храмом во Владикавказе будет больше. После молебствия, совершенного Преосвященным Иосифом, на котором присутствовали высшие власти и именнейшие граждане, строителем дан был обед в клубе»¹.



Рис. 6. Константино-Еленинская церковь

¹ *Разумовский В.Ф.* Большое пространство малого города (Проблема сохранения исторического и природного ландшафта Серпухова, Тарусы, Каширы) // Наше наследие. 1989. № 12.

Строительство продолжалось около десяти лет. 14 сентября 1890 года церковь была освящена и получила название Константино-Еленинская, а в народе — «Харламовская» — по имени строителя»¹. Позднее к ней была приписана православная Ильинская церковь. В годы советской власти из 19 православных храмов Владикавказа сохранилась только Ильинская церковь — самая маленькая, кладбищенская часовня.

В начале XX века на набережной Терека появилась знаменитая суннитская мечеть (рис. 7). Впервые вопрос о строительстве этой мечети был поднят татарской общиной в феврале 1863 года. Татары внесли весомый вклад в строительство мечети. Они стояли у истоков переговорного процесса с различными инстанциями, начали сбор денег, в котором приняли участие татары из Пензы и Казани. Их роль признавала и местная пресса, отмечавшая, что «в постройке мечети большую помощь оказала местная колония казанских татар, которых здесь порядочное число»². При мечети функционировала татарская начальная школа, велось гражданское делопроизводство прихожан. В августе 1900 года Владикавказская духовная консистория сообщила в Терское областное правление, что «на построение в г. Владикавказе магометанами-кумыками и казанскими татарами мечети препятствий не имеется»³.



Рис. 7. Суннитская мечеть

¹ Канукова З.В. Старый Владикавказ...

² ЦГА РСО-А. Ф. 11. Оп. 62. Д. 325. Л. 1.

³ Там же.

Архитекторы-эксперты Института архитектуры и искусства РАН установили, что здание мечети сооружено русским архитектором, поляком по происхождению, И. Плошко, который и был автором проекта, выполненного по поручению известного мецената и нефтепромышленника — азербайджанца М. Мухтарова. Именно он взял на себя большую часть расходов и посвятил мечеть жене Лизе Тугановой¹. Здание было задумано в арабском стиле, оно напоминает каирские мечети X—XII веков и даже известную Аль-Азхар. Сегодня Суннитская мечеть является центром владикавказских мусульман, в ней проходят богослужения, совершаются праздничные и пятничные молитвы.

Чуть выше Суннитской мечети, по улице, перпендикулярной набережной Терека, появилась еще одна греческая церковь. Существует легенда, что в 1900 году от имени городских греков к Его Преосвященству Владимиру обратились уполномоченные от греческого общества с просьбой разрешить грекам приспособить часть здания греческого начального приходского училища под церковь для греков. Денег на строительство церкви у них не было, поэтому они просили разрешения временно приспособить зал греческого училища в здании, которое строил горожанин Марандов на свои деньги.

О своих планах греки сообщили и королеве Греции Ольге Константиновне, которая во время своего пребывания в городе Тифлисе в 1900 году просила епископа Владикавказского и Моздокского, находившегося в эти дни там же, удовлетворить просьбу владикавказских греков. Его Преосвященство Владимир выделил две тысячи рублей на внутреннее обустройство греческой церкви. Церковь была освящена 3 июня 1902 года в честь Успения Пресвятой Богородицы. Об этом знаменательном событии епископ известил королеву Греции телеграммой: «Заветное желание проживающих во Владикавказе греков иметь для себя отдельный храм, в котором совершалось бы богослужение на их родном языке, осуществилось. Согласно моему ходатайству, Святейшим Синодом открыт для владикавказских греков самостоятельный приход и мною назначен священник из греков. Сегодня мною освящен для греческого населения города приходский храм-школа в честь Успения Божией Матери, построенный на средства местного купца Панаиотия Марандова. В этот знаменательный день, вознесши усердные молитвы о благоденствии Государя Императора, Царствующего дома и Вашего Королевского Величества, от себя, строителя и греческого населения г. Владикавказа считаю приятнейшим долгом довести до Вашего сведения об этом радостном событии в глубокой уверенности, что духовные нужды греков, где бы они ни были, всегда будут близки сердцу Вашего Величества». Сегодня греческая община города превратила эту территорию

¹ Владикавказ. Краткий историко-краеведческий справочник. Владикавказ, 2007. С. 132.

в национальное подворье, где есть церковь, воскресная школа, различные кружки, таверна, гостиница.

Таким образом, во Владикавказе сформировалась своеобразная храмовая структура, отличающаяся необычайной конфессиональной пестротой. На небольшой по размерам «Парадной улице» с прилегающими переулками были представлены едва ли не все известные миру конфессии. Как отмечает В.Ф. Разумовский, «не в “памятниках культуры” дело, а в образе всей среды... Основополагающие бытийно-философские категории подвергались пространственному претворению в наглядно конкретном ландшафтном зрелище. Пространственные образы проповедовали, свидетельствовали об Истине, наставляли на Путь и склоняли к добру, в них доминировало руководительное начало. Отсюда и глубина воздействия зрелища города»¹.

История всех этнических групп Владикавказа, независимо от их конфессиональной принадлежности, подтверждает, что главным и обязательным событием в ходе адаптационного процесса и дальнейшего этнокультурного развития было строительство своего религиозного храма. Не оспаривая общепринятого тезиса о том, что поводом к организации религиозного учреждения для последователей какого-либо вероучения является потребность в отправлении религиозного культа, отметим, что не менее серьезным мотивом становилась особенность религии, которую принято определять как психотерапевтическую или иллюзорно-компенсаторную функцию. Люди, пережившие тяжелые исторические потрясения, потери, бытовые, языковые и другие адаптационные сложности, испытывали неуверенность в завтрашнем дне, находили утешение в «своем» Боге, в своей вере. Церковь становилась для них местом удовлетворения потребностей в национальном, земляческом общении, средством внутриэтнической консолидации, способом сохранения своей этничности.

К церквям со временем примыкали школы, благотворительные общества, культурно-просветительские организации. Этнические и этноконфессиональные общины выработали различные формы приобщения детей к храму: пение в церковном хоре, посещение церкви по воскресным и праздничным дням, участие в праздничных действиях. Все национальные храмы заботились об образовании и занимались школьным строительством: при лютеранской кирхе было основано евангелическо-лютеранское училище; при польском костеле — римско-католическое; греки и армяне имели свои церковно-приходские школы; татары — школу при суннитской мечети; персы — новометодное училище «Навруз» — единственное на Северном Кавказе.

Уникальные и своеобразные по конструктивным и стилевым решениям памятники культовой архитектуры являются вкладом многих народов в сокровищницу городской культуры, своеобразной каменной летописью города.

¹ Разумовский В.Ф. Большое пространство малого города... С. 43.

Советский период жизни «парадной улицы» нанес сокрушительный удар по ее храмовой культуре. Были снесены здания всех православных храмов. Удивительно, но меньше всего пострадали национальные храмы: Осетинская церковь Рождества Пресвятой Богородицы была передана Министерству культуры, Армяно-григорианская стала действующей в годы Великой Отечественной войны, в здании шиитской мечети разместился планетарий, в немецкой кирхе — филармония, в суннитской мечети — музей, в здании польского костела — Управление связи и радиотрансляционный узел. На проспекте появилось здание обкома партии, памятник В.И. Ленину, Дом офицеров и другие визуальные образы эпохи. Этнические маркеры надолго покинули город.

Общественные и этнополитические трансформации перестроечных и постперестроечных лет, «взрыв» этничности и последующие за ним процессы нашли визуальное отражение в городе. Сегодня диаспорные и этнические группы создали свои национально-культурные центры (армянское «Эребуни», азербайджанское «Азери», ассирийское «Ниневия», греческое «Прометей», грузинское «Эртоба», еврейское «Шолом», татарское им. Г. Тукая и др.), восстановили свои храмы. Они ставят и решают проблемы изучения родного языка, создают ансамбли национального танца и песни, проводят совместные фестивали, конференции, возрождают обрядово-праздничную культуру, изучают свои корни, занимаются благотворительностью, восстанавливают утраченные контакты с родиной. Стало традицией проведение Дней города и Дней Республики. Подобные праздничные действия имеют яркую полиэтничную маркировку: на «парадной улице» появляется многоцветье национальных костюмов, обилие традиционных угощений и других этнических символов.

В результате реставрации стала действующей Осетинская церковь, к ней примыкают некрополь, осетинская школа. Армянская община визуально усилила свое присутствие на «парадной улице», соорудив на территории Армяногригорианской церкви традиционный армянский Хачкар — крест как памятник погибшим во время Великой Отечественной войны. Территория церкви практически превратилась в национальное подворье.

Современный культурный ландшафт демонстрирует нарастание национальной специфики, что связано не только с ростом этнической консолидации, но и с угрозой «восточной экспансии», приведшей к тяжелому межэтническому конфликту. Территориальные претензии экстремистских сил на историческую часть города вызвали репрезентацию изначального присутствия осетин в городском пространстве и внедрение в культурно-символический ландшафт города знаков своей укорененности. Например, в начале «парадной улицы» установлен памятник осетину Дзаугу Бугулову как основателю города. Изящный и легкий, классической формы фонтан, расположенный в центре проспекта, уступил место десятиметровому бронзово-гранитному герою нартовского эпоса

Сослану. Появился традиционный для осетин, но новый для города визуальный образ: всадник на коне и на фоне гор, который вызывает ассоциации с образом почитаемого в Осетии святого Георгия. Именно так выглядит памятник Иссе Плиеву, расположенный в символическом пространстве нового Владикавказа — благоустроенной набережной.

Наряду с этническими образами, культурный ландшафт города включает символы глобализационных перемен. К их числу можно отнести мастерские Мариинского театра, планируемое создание Кавказского музыкального культурного центра имени Гергиева; торгово-развлекательные мегацентры, где представлены всемирно известные бренды; популярные европейские и восточные рестораны и бары, интернет-клубы и пр. Визуальное проявление глобализации — рекламные щиты и названия магазинов на иностранных языках.

Постановлением Правительства РФ от 1991 года Владикавказ внесен в перечень исторических городов России. Но сегодня историческая городская среда включает черты времени, которые создают ощущение дисгармонии между историей и современностью и в сущности не имеют отношения ни к истории, ни к культуре. Безоговорочным правилом в архитектуре старого города должно быть понимание образа.

Федеральная целевая программа «Восстановление исторического центра г. Владикавказа как историко-культурного памятника на Северном Кавказе и улучшение его экологического состояния» предусматривает необходимые и вполне разумные мероприятия по планировке и благоустройству рекреационной зоны Терека, объектов садово-паркового хозяйства, развитию туризма, по реконструкции и ремонту городских музеев, строительству объектов, обеспечивающих улучшение экологического состояния городской среды. К ее реализации привлечены архитекторы, художники, дизайнеры, чиновники. Хотелось бы указать на необходимость участия в программе и других специалистов — этнологов, историков, культурологов, — задача которых должна заключаться в сохранении традиционной идеи города, его символического ландшафта, поликультурных образов и, наконец, статуса города культурного пограничья.

2.4. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ БРЕНДИНГ: ОТ ТРАДИЦИОННОГО ОБРАЗА К ТОРГОВОЙ МАРКЕ

Л.Б. Гацалова, Л.К. Гостиева

В современном мире успешное управление экономикой невозможно без введения новых технологий, обеспечивающих ее реструктуризацию от рынка сырья к рынку высокотехнологичных товаров. Немаловажную роль при этом играет наука. Однако, декларируя этот общеизвестный тезис, российский политический истеблишмент обычно имеет в виду негуманитарные отрасли науки, как, скажем, математику, физику, химию, биологию и их междисциплинарные инварианты. Все они традиционно ориентированы на реализацию тех или иных макроэкономических задач, актуальных для страны в определенный период времени. Сейчас такой приоритетной задачей является развитие нанотехнологий. Но и в гуманитарных науках в настоящее время идет формирование новых полидисциплинарных направлений, способных положительно повлиять на развитие экономики страны. Одним из таких направлений является концепция этнокультурного брендинга, объединяющая историю, этнологию, культурологию, филологию и социологию с маркетингом.

Впервые идея выявления, моделирования и маркетингового продвижения этнокультурных образов российских регионов выдвинута академиком В.А. Тишковым; большую концептуальную значимость имеют теоретические подходы и методологические принципы, предложенные им по проблеме взаимодействия пространства и культуры. В своих монографиях В.А. Тишков заложил основы исследования взаимодействия природно-географической среды, государственно-политических образований и этнической мозаики в контексте понятий «граница» и «культура»¹. Дальнейшее развитие идеи этнокультурного брендинга получили в монографии В.К. Мальковой и В.А. Тишкова, основным тезисом которой является мысль о том, что «нет культуры вне пространства, а пространство есть всегда культурно осмысливаемая субстанция»².

Действительно, каждый антропогенный ландшафт имеет следы исторического развития и культуры этносов, обитающих на этом географическом пространстве, а также особенности взаимодействия их с природной средой.

¹ *Тишков В.А.* Очерки теории и политики этничности в России. М., 1997; *Его же.* Этнология и политика. Научная публицистика. М., 2001; *Его же.* Реквием по этносу. Исследования по социально-культурной антропологии. М., 2003 и др.

² *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в Интернете. М., 2009. С. 4.

Освоенные человеком ландшафты во многом представляют собой продукт истории населяющих их народов, их материальной и духовной культуры¹. Задача состоит в том, чтобы перевести этот стихийный процесс взаимовлияния в русло осознанных, системных мероприятий, при которых фоновые историко-культурные образы становятся одной из главных составляющих инвестиционного проекта. Нет сомнений в том, что такой подход вполне применим для субъектов Юга России. Этому способствуют живописный природный ландшафт, богатые историко-культурные и этнографические традиции, полиэтничность, и самое главное — беспрецедентная мотивированность, детерминированная недостаточно развитой налогооблагаемой базой и, как следствие, зависимостью от федерального бюджета, высоким уровнем безработицы и пр.

Одной из республик ЮФО, для которых исследования этнокультурных образов не только актуальны, но и необходимы, является Северная Осетия. Отмечая широкий спектр ассоциаций, вызываемых политическими, историко-культурными и этнографическими образами Республики Северная Осетия — Алания, мы разделили их на три типологические группы:

- 1) положительные образы: многоконфессиональность и полиэтничность, скифо-сармато-аланское наследие (язык, нартовский эпос, история), кобанская культура, осетинские пироги, осетинский сыр. По широко известным персоналиям — это представители дирижерской школы Валерий Гергиев, Вероника Дударова, Туган Сохиев; футболисты и тренеры Валерий Газзаев, Станислав Черчесов, Алан Дзагоев, Владимир Габулов, Вячеслав Мандрыкин и др.;
- 2) амбивалентные образы, т. е. те, которые нельзя охарактеризовать только положительно или только отрицательно. К ним мы отнесли горный ландшафт, отношение к которому из положительного стало неоднозначным после схода ледника Колка в Кармадонском ущелье. Различные эмоции вызывает и образ «Цхинвал», что обусловлено событиями пятидневной войны: с одной стороны, это негативное отношение к войне и агрессии против мирных жителей, с другой — сострадание и милосердие. Из известных людей в этой группе представлен образ Виталия Калоева; одни видят в нем убийцу, другие — героя, отомстившего за свою семью;
- 3) отрицательные образы, мешающие внедрению каких-либо инвестиционных программ. Среди них, например, «осетинская водка», «Беслан» и др.

¹ См. по этой теме: *Возиянова И.С.* Историко-культурные и экологические особенности Цейского ущелья: экологический аспект // Историко-культурное и природное наследие народов Юга России: состояние, перспективы сохранения и развития: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Грозный, 25–26 июня 2009 г.). Грозный, 2009. Т. 2. С. 136–142; *Баканаев Р.С.* Туристско-рекреационный потенциал Чеченской Республики // Там же. С. 57–62.

Для выявления образа и определения того, к какой из приведенных групп он относится, важную роль играют следующие критерии: 1) история (предыстория) его появления; 2) общее описание, включающее в том числе и его номинативные характеристики; 3) степень известности. Необходимость типологической классификации имеющихся в регионе этнокультурных образов вызвана тем, что без этого трудно определить, может ли в принципе тот или иной концепт стать брендом, имеющим инвестиционные перспективы. В этом смысле вызывает сомнения утверждение некоторых чеченских ученых, что культивируемый в Чеченской Республике суфизм — одно из самых ортодоксальных направлений ислама — может сделать ее второй туристической Меккой¹.

Одним из возможных вариантов для развития именно туристического бизнеса на Юге России является использование *уникального природного ландшафта*. Это *морские курорты на берегу Черного, Каспийского и Азовского морей, здравницы Кавказских Минеральных Вод, Кавказские горы* и т. д. К примеру, в Северной Осетии разрабатывается несколько инвестиционных программ использования горных территорий, самой крупной из которых является проект «Мамисон». Горнолыжные возможности и курортно-туристские ресурсы Мамисонского ущелья (рис. 1) известны с давних пор и связаны с Военно-Осетинской дорогой, которая уже в середине XIX века активно использовалась как наиболее удобный маршрут из Северного Кавказа в Закавказье, а позднее — в торгово-экономических, военных и культурных связях. Причем популярна эта транскавказская дорога была не только среди российских туристов, но и у зарубежных гостей.

Так, в 1884 г. венгерский альпинист Мор Дечи (Мориц Деши, Mог Dechy, рис. 2) совершил свое первое большое путешествие по Кавказу. Вместе со швейцарскими проводниками и сопровождавшим их переводчиком, учителем Долбышевым, он побывал во многих долинах Центрального Кавказа, совершил восхождения на Мамисон-хох («хох» по-осетински «гора») (считая, что взшел на высшую вершину района Адай-хох, рис. 3) и Эльбрус. Венгерский путешественник, к слову, богатый железнодорожный магнат, был очарован красотой этого края и решил посвятить себя его изучению.

¹ *Сербиева З.Ш.* Туристические ресурсы Чеченской Республики // Историко-культурное и природное наследие народов Юга России: состояние, перспективы сохранения и развития: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Грозный, 25–26 июня 2009 г.). Грозный, 2009. Т. 2. С. 241–246.

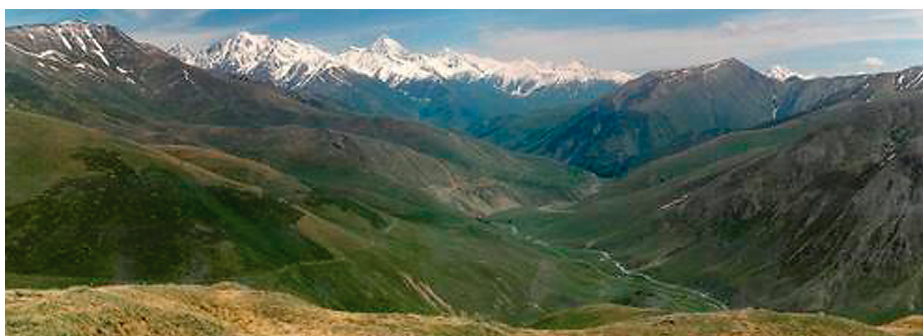


Рис. 1. Виды Мамисонского ущелья



Рис. 2. Мор Дечи¹

В 1885 году М. Дечи уже не ставил альпинистских задач, только научные. Поэтому его сопровождали не альпийские гиды, а профессор ботаники Хуго Лойка. Не нужен был и переводчик — за год М. Дечи неплохо освоил русский язык. По дороге на Кавказ путешественники надолго задержались в Крыму, бродили по горам, собирая гербарий. Многие оригинальные растения этого гербария, впервые открытые Хуго Лойкой, стали затем называться латинскими именами, включающими компонент *Loikae*. На Кавказе, уладив формальности во Владикавказе, начали работу с посещения Цейского ущелья. Там М. Дечи

¹ Мамисон точка ру. URL: <http://www.risk.ru/users/ayelkov/1618/>

нашел свои отметины на леднике и определил динамику его наступления (посетив еще раз то же место в 1886 году, он заметил, что длина ледника увеличилась за два года на 11 метров). Х. Лойка в это время нашел ряд уникальных экземпляров растений. 26 июля путешественники проехали теснину Кассарского ущелья, остановившись на время в селении Зарамаг, затем последовали дальше вверх по Военно-Осетинской дороге.

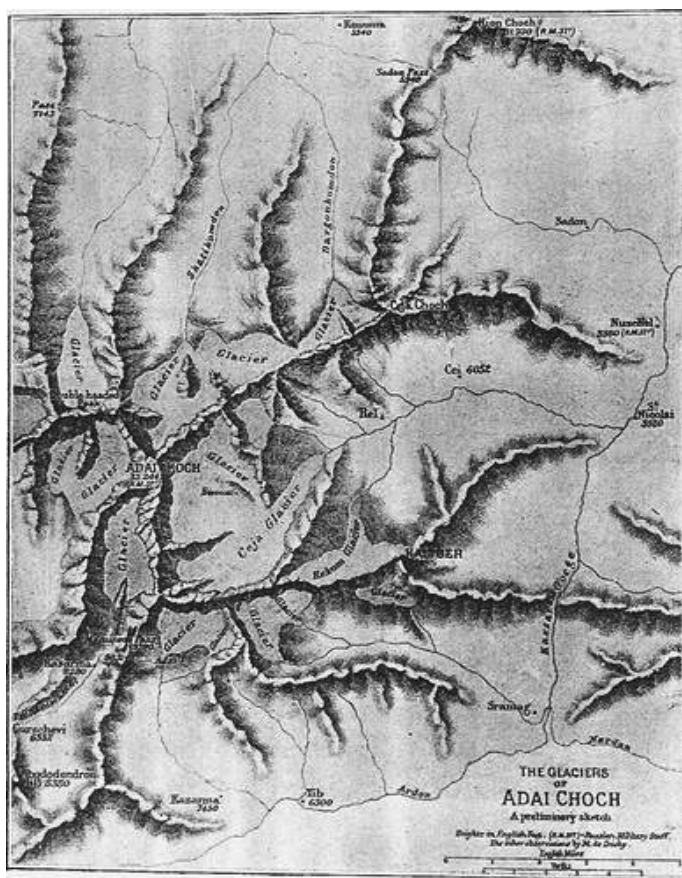


Рис. 3. Сохранившаяся карта М. Дечи

Ночевали в палатке, рядом с убогой дорожной хижинкой — Северным приютом. Утром следующего дня их небольшой караван последовал через Мамисонский перевал и по крупным серпантинам спустился в казарму Гуршеви (около 1900 метров). 28 июля М. Дечи вышел на наблюдательное восхождение, целью которого было обследование травянисто-осыпного пика к югу от казармы. Для этого ему пришлось пройти пару горных ручьев,

затем продираться сквозь сплошные заросли рододендронов, карабкаться по заросшим густым мхом камням и некрутым осыпям. Наградой за весьма неприятный подъем был чудесный панорамный вид, ради которого и были предприняты усилия. В центре композиции стояла изумительная по красоте горная вершина Чанчахи, с этой точки ее было видно от подножия до верху. Как опытный альпинист, М. Дечи сразу же оценил сложность подъема, вспоминая одну за другой альпийские вершины Юнгфрау, Эйгер, Эгюий Вер; обычно ему удавалось найти аналогию, как, например, в параллели Ушба — Маттерхорн. Так и не найдя в своей памяти ничего похожего, М. Дечи сфотографировал вершину и вернулся в палатку (см. рис. 4).



Рис. 4. Фото М. Дечи¹

Профессора Лойку он застал тяжело больным; по-видимому, у того началась дизентерия, нужно было срочно возвращаться во Владикавказ. В тот же день они поднялись до казармы Риони под самым Мамисонским перевалом. По дороге, глядя на красоту открывшегося пейзажа, М. Дечи опять сравнивал его с Альпами, думая о том, что когда-нибудь эти вершины тоже будут покорены, на них можно будет подняться по канатной дороге, а непривычные уху названия Ушба и Дыхтау станут такими же узнаваемыми, как Юнгфрау, Ортлер, Эгюий Вер.

¹ Мамисон точка ру. URL: <http://www.risk.ru/users/ayelkov/1618/>

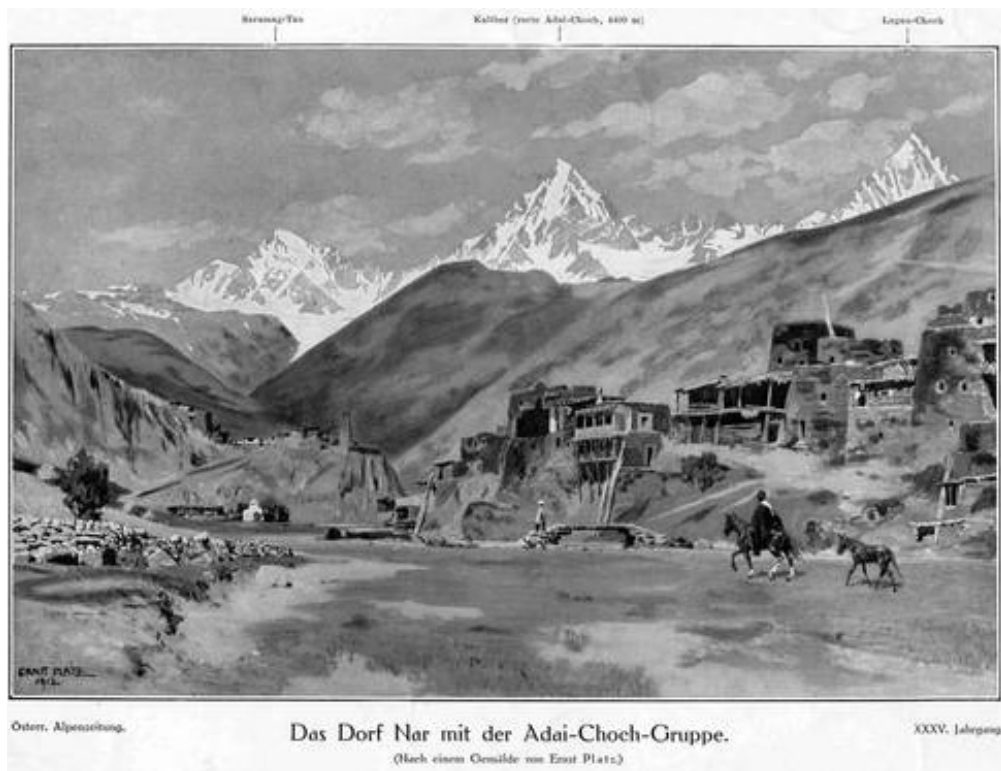


Рис. 5. Вид на Адай-Хох из Нарского ущелья (селение Нар)¹

Особой популярностью Мамисон как горнолыжный район стал пользоваться в довоенные годы. В 1940 году любители горнолыжного туризма И. Захарченко, В. Тимилин, Г. Кинсбург и Н. Копельман совершили поход на Мамисонский перевал через курорт Шови. В их путевых записях отмечено, что северные и южные склоны Мамисонского перевала — замечательные места для катания на горных лыжах. Военные события 1942–1943 гг. подтвердили это, по Военно-Осетинской дороге через заснеженный Мамисонский перевал осуществлялась связь стратегического характера, для этого сюда направлялись военнослужащие, имеющие навыки в горнолыжном спорте.

Сразу же после окончания войны началось функционирование всесоюзного туристического маршрута № 42 «По Военно-Осетинской дороге», инструкторы которого давали очень высокую оценку как северным, так и южным лыжным склонам Мамисонского перевала (рис. 6).

¹ Мамисон точка ру. URL: <http://www.risk.ru/users/ayelkov/1618/>



Рис. 6. Мамисонский перевал на карте

В начале 1960-х годов успешно осваиваются для горных лыж Приэльбрусье, Домбай, Архыз, Красная Поляна, которые затем уже не вмещали всех любителей катания на горных лыжах. Поэтому по поручению Центрального Совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС началось изучение новых районов Северного Кавказа для использования под строительство канатных дорог и подъемников. Тогда были детально изучены горнолыжные возможности Мамисона, Куртата, Уаллагкома, Даргавса и Дигории. Позднее, в начале 1970-х годов, по инициативе известного ученого-географа М. Залиханова вновь вернулись к проблеме освоения горнолыжных ресурсов Мамисонского ущелья. М. Залиханов и председатель Федерации горнолыжного спорта СССР В. Захарченко прилетели в горы вместе со спонсорами из Франции. Французы, ознакомившись с местностью и увидев переполненные туристами склоны, стали предлагать помощь в строительстве горнолыжной базы со всей необходимой социальной и индустриальной инфраструктурой с условием последующей эксплуатации в течение 10 лет, а затем — безвозмездной передачи ее СССР. Мамисон казался им особенно привлекательным из-за хороших физико-географических характеристик.

Однако эти планы не осуществились, и в следующий раз на Мамисон обратили внимание уже только в начале XXI века. По инициативе осетинского

предпринимателя Тимура Туаева экспертизу Мамисона проводили известные французские специалисты горнолыжного спорта Жерар Бовье и Пьер Потто. Они сделали заключение, что Мамисон — уникальный район для развития многопрофильного рекреационного обслуживания с преимуществом горнолыжного спорта любых видов и сложности. Здесь мощный снежный покров, который сохраняется с конца ноября до начала мая, а в ряде мест, на отдельных затененных склонах, можно кататься даже в июне. Общая площадь катания составляет 1000 га, одновременно здесь могут находиться до 7–10 тысяч лыжников. Протяженность канатных дорог и подъемников может быть до 60–80 км; по этому показателю подобного места в России пока нет. На Мамисоне есть склоны длиной 12–15 км, на которых удобно проводить соревнования по слалому-гиганту. Таких мест во всем мире, в том числе и в Альпах, очень мало, но они необходимы по требованиям олимпийских игр. Кроме того, Мамисонское ущелье и проходящую рядом Военно-Осетинскую дорогу можно использовать и для туристско-экскурсионной работы в межсезонье. Здесь масса мест с минеральными водами, в которых можно организовать лечебно-рекреационную деятельность, есть условия и для водного слалома, верховой езды, дельтапланеризма, горного экстрима и т. д.

Высокую оценку физико-географическим особенностям Мамисонского ущелья дал доктор географических наук, профессор Б.М. Бероев. Он отметил весьма существенные положительные факторы, благодаря которым можно осваивать большие площади района для самых различных форм рекреационной деятельности. По его мнению, она способна в корне изменить состояние экономики Северной Осетии¹. Мамисонское ущелье представляет собой широкую горную долину, хорошо выработанную четвертичными ледниками и реками в верхнеюрских светлых глинистых сланцах. Восточные склоны Мамисона более крутые, здесь множество оврагов и осыпей, со склонов в основную реку этого ущелья — Мамисондон — стекает несколько многоводных потоков. Западные склоны Мамисонского ущелья более пологие, покрыты травянистым покровом, это замечательные луга и пастбища. Общий профиль ущелья имеет спокойный характер, вершины окружающих гор округлые, долины рек, как самого Мамисондона, так и его многочисленных притоков, доступны, береговые террасы удобны для хозяйственной деятельности.

На широкой террасе левого берега реки Мамисондон расположено селение Тиб. Здесь разведаны, выведены из глубин 200–550 м и запущены в промышленное производство уникальные минеральные воды. Это гидрокарбонатная кальциево-натриевая вода Тиб-1 (аналог «Боржоми») и гидрокарбонатная

¹ Бероев Б.М. Мамисон — горный курорт будущего // Историко-культурное и природное наследие народов Юга России: состояние, перспективы сохранения и развития: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Грозный, 25–26 июня 2009 г.). Грозный, 2009. Т. 2. С. 112.

магниево-кальциевая вода Тиб-2 (аналог «Нафтуси»). Военно-Осетинская дорога ведет мимо остатков разрушенных горных аулов Тли и Калиат, постройки которых при незначительных восстановительных работах можно было бы использовать для показа туристам и даже для их проживания. На левом берегу Мамисондона удобно расположено селение Лисри, состоящее из недавно (после 1970 года) заброшенных жилых и хозяйственных построек, могильников, боевых башен, хорошо сохранившихся священных мест и церкви (рис. 7). У верховья Мамисондона — селения Камсхо, Калаки и Згид. Наиболее крупное из них — Калаки — до недавнего времени было местом пребывания туристов, останавливавшихся здесь на ночлег перед сложным переходом Мамисонского перевала (2829 м).

В последнее время туризм выделен в одно из приоритетных направлений развития экономики Северной Осетии. Восстанавливаются уже получившие известность базы в Цее и Дзинаге, но особое место отводится новому проекту «Мамисон». Многие политики и бизнесмены назвали комплекс беспрецедентным не только в масштабах республики, но и всего Юга России. Разрабатывается поэтапная модель создания имиджа Мамисонского ущелья. Важную роль здесь играет этимология самого топонима *Мамисон*. Трудно точно сказать, какая из версий о происхождении этого слова верна, но в ряду образных характеристик выделено несколько легенд-мифов. Так, одной из них является история о девушке, рано вышедшей замуж за парня из соседнего аула и постоянно тоскующей по отчужденности от дому и родителям (*ма мысон* — 'чтобы не вспоминать'). Другая этимология исходит из слова *намыс* «слава».

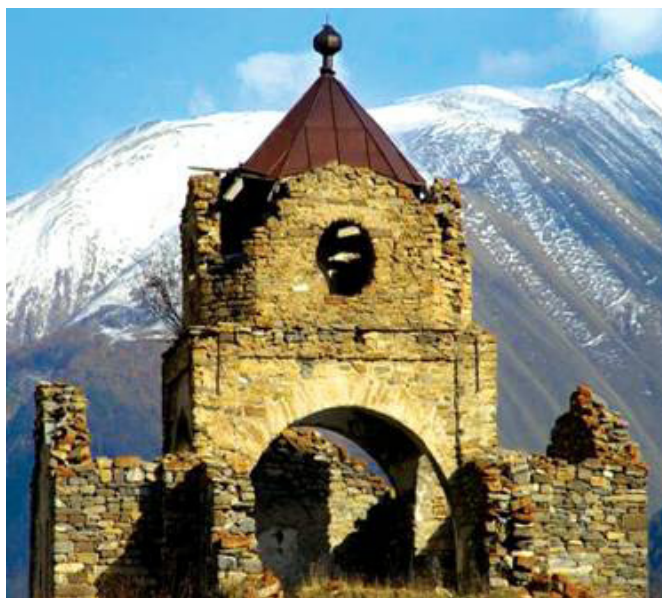


Рис. 7. Церковь в селе Лисри

Серьезное внимание уделяется и представлению проекта на различных конференциях, инвестиционных форумах и выставках. Впервые его презентация прошла на экономическом форуме в Сочи в 2006 году, затем в 2007 году на VI Международной конференции «Инновационные технологии для устойчивого развития горных территорий» во Владикавказе был представлен макет комплекса «Мамисон». После таких презентаций стало реальным финансирование проекта, начал формироваться инвестиционный портфель.



Рис. 8

Сегодня уже сделаны определенные шаги по улучшению инфраструктуры разрабатываемой местности, определен генеральный проектировщик — компания «Росинжиниринг», являющаяся одновременно проектировщиком проекта «Лаура» в Красной Поляне (Сочи). Общий объем инвестиций — 15,3 млрд руб., из них более 12 млрд руб. — частные средства. К «Росинжинирингу» в качестве соавтора подключилась и одна из австрийских компаний. Будущий горнолыжный комплекс приобрел вполне зримые контуры. Определены все объекты строительства, произведено зонирование территории, сделаны необходимые расчеты для прокладки инженерных сетей и энергетического снабжения. Разработана схема канатных дорог, намечены также будущие лыжные трассы всех категорий сложности. Мастер-планом

предусмотрены и противолавинные мероприятия, все необходимые меры безопасности. Есть все предпосылки для того, чтобы приступить к созданию генерального плана строительства горного курорта и начать затем его конкретную реализацию. В рамках федеральной программы «Юг России» на создание «Мамисона» до 2012 г. предусмотрено 3 млрд 200 млн руб. федеральных средств. Однако в связи с финансовым кризисом эти цифры и сроки, очевидно, будут корректироваться.

Немаловажным фактором инвестиционного продвижения проекта является то, что руководство республики наложило мораторий на отчуждение или любые юридические действия с землей в районе Мамисона. Одним из направлений по брендированию Мамисона является организация крупных спортивных турниров. Так, в Мамисонском ущелье уже проводились соревнования по альпинизму, водному слалому, чемпионаты России по ледолазанию и ски-альпинизму.

Для пиара *горнолыжного комплекса будущего* (именно такой рекламный слоган сопровождает новую торговую марку «Мамисон») привлекаются известные в России и за рубежом спортсмены, но самым удачным пиар-ходом было растиражированное одобрение комплекса самым популярным горнолыжником страны, политиком с неизменно высоким рейтингом — В.В. Путиным.

Совсем недавно в республиканских СМИ появился рекламный ролик о фирме «Мамисон» — изготовителе качественных стеклопакетов. Это, на наш взгляд, говорит о том, что торговая марка становится популярной и маркетинговая стоимость ее увеличивается.

2.5. АРГУНСКИЙ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ И ПРИРОДНЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК КАК КОМПОНЕНТ ЧЕЧЕНСКОГО БРЕНДА

Т.А. Мазаева

Создание музеев-заповедников как особо охраняемых территорий начинается, как правило, с осознания их ценности. И если речь идет не о чисто природном феномене, а об освоенной человеком историко-культурной зоне, то ценность избираемой территории должна быть актуальна в первую очередь для проживающего на ней или в непосредственной близости населения, и уже далее — для всех, кто интересуется древней культурой и уникальной природой. С другой стороны, именно представители местного населения, которые чаще всего являются потомками создателей этой культурно освоенной природной ниши, легко считают и маркируют ее историко-культурную значимость и ценность. Немаловажное значение для определения социально значимой ценности особо охраняемой территории имеют и преобладающие на конкретный период в этом конкретном регионе целевые установки в отношении к природному и культурному наследию.

Для изучения историко-культурной зоны, ее демогенеза и этногенеза привлекаются данные различных наук, таких как археология, лингвистика, антропология, культурология и др. Они позволяют реконструировать комплексные характеристики архетипов проживавшего здесь ранее населения, относящиеся к ментальности, самосознанию, нормам поведения. Однако далеко не всегда этот демогенез можно идентифицировать с этногенезом проживающего на этой территории в настоящее время народа. На это впервые обратил внимание в своих фундаментальных трудах по этногенезу Л.Н. Гумилев, высказав мысль о том, что культура не равна этносу и простым наложением обобщающих данных различных наук о человеке нельзя ретроспективно реконструировать этнос. Объектом демогенеза конкретной территории являются все народы, обитавшие на ней в разное время, и мы далеко не всегда можем однозначно отождествлять ту или иную археологическую культуру с конкретным, ныне живущим здесь этносом.

Однако в случае с Аргунским историко-культурным и природным музеем-заповедником мы имеем комплекс памятников, достоверно связанных с этнической историей и культурой чеченцев. Здесь речь идет о средневековой архитектуре, которую и наука, и живая традиция в пределах обозримой истории региона связывают с чеченским народом. Иными словами, на территории проживания современных чеченцев мы имеем уникальную зону, сохранившую весьма значимые монументальные сооружения, созданные гением их прямых предков.

Это обстоятельство сразу же придает сакральный характер обозначенной территории и облегчает ее культурологическую интерпретацию.

Благоприятствующим обстоятельством в освоении историко-культурного наследия особо охраняемой территории Аргунского музея-заповедника является и тот факт, что к национальному прошлому, изучению и возрождению национальной культуры в чеченском обществе проявляется сегодня большой и действенный интерес как на уровне отдельного человека, так и на уровне властных структур.

При определении основных целей-ценностей и мотиваций в ходе создания особо охраняемой территории приводят, как правило, аргументы научного характера (это такие ценности, как коллекционная, естественно-научная, культурная, эталонная, заповедная, историческая, ценность *in situ*), а также прагматические ценности (такие как оздоровительно-рекреационная, утилитарная, экологическая), этические (среди которых патриотическая, религиозная, этическая) и эстетические. Однако этот перечень индифферентен к «потребителю» ценности, к тому, для кого конкретно в момент пребывания на территории историко-культурной зоны или при непосредственном соприкосновении с памятником обозначенные ценности актуализируются. Стоя перед египетскими пирамидами или перед готическим собором, чеченец или русский испытывают целую гамму чувств, среди которых восторг и уважение, почтение и трепет, любопытство и эстетическое наслаждение. И только одного они испытывать не могут: чувства сопричастности к создателям этих шедевров, того самого трепетного чувства, которое испытывает, например, русский человек перед православным крестово-купольным храмом или рукописной иконой, а чеченец — перед мастерски высеченной в скалах тропой или перед башнями и склепами своей родины.

Таким образом, существует еще одна малоизученная, но по значимости первостепенная для создавшего историко-культурную зону народа ценность. Это ценность особо охраняемой территории как сакрального пространства актуализации и воспроизводства этничности, в данном случае в континууме Аргунского историко-культурного и природного музея-заповедника, чеченской этнокультурной идентичности. Безусловно, Аргунский музей-заповедник не единственный локус этнической истории чеченцев, сохранивший живую связь с прошлым, но один из наиболее изученных и освоенных в тезаурусе чеченской культуры. В конкретных реалиях особо охраняемая территория Аргунского музея-заповедника — это *средневековая башенная архитектура, склеповые некрополи и уникальная природа* с тесными ущельями рек Шаро-Аргун и Чанты-Аргун, а также горами, то покрытыми сплошь лесами, то громадящими отвесными скалами.

Горы составляют особую нишу в истории человечества. В горах спрессованное многообразие природных зон — от ледников высокогорья до субтропиков

предгорья — на протяжении существования человечества создавало условия для выработки адаптационных механизмов и семантики человеческого поведения и коммуникаций. А. Герд и Г. Лебедев определяют этот процесс как «монтоморфизм», что означает «подобие гор», и так раскрывают его смысл: «Культурные формы и нормы, выработанные человечеством в горных условиях, со времен начальных фаз антропогенеза и нижнего палеолита, по крайней мере с эпохи олдувея (2500—500 тыс. лет назад), тиражируются и распространяются как основа усложняющихся комбинаций, образуя при этом обязательные инварианты архетипов, системно связывающие все уровни последующих культур»¹. Археологи также утверждают, что в основании человеческой культуры, которая берет начало в пещерах первобытного человека, лежит т. н. горный модуль. Не случайно по мере расширения социокультурного опыта человечества древнейшие архаические этноконфессиональные архетипы и стереотипы сознания в наивысшей чистоте сохраняются именно в горах. И также не случайно, что процессы глобальной интеграции и универсализации культуры, происходящие в современном мире, встречают особенно резкое неприятие именно в горных районах, превращая их в зоны ожесточенных конфликтов. Достаточно вспомнить Тибет, Афганистан, Кавказ.

Для традиционной культуры чеченского народа вертикали гор, их порыв к небу — один из основополагающих компонентов этнического сознания, его мощнейший архетип. Здесь, в горах, наши предки переживали свой духовный опыт, здесь выкристаллизовывалось самосознание, формировалась культура. Для иллюстрации здесь и далее я буду цитировать *повесть молодого чеченского автора Германа Садулаева «Я чеченец»*. Произведения этого автора, с поразительной искренностью обнажившего ментальный мир чеченцев, получили широкий резонанс и признание. И вот цитата в подтверждение обозначенного нами ментального архетипа: *«Я расскажу вам про горы... Горы, они всегда рядом, утром до них можно достать рукой и вечером до них можно достать рукой. Только в летние дни, когда зной колышет воздух, они кажутся далекими... Горы охраняют нас... Горы ждут нас... мы стоим на равнине плечом к плечу, мы защищаем горы, но пыль слезит нам глаза и кровь заливают лица, тогда мы падаем, а те, кто останется, — уйдут в горы»*².

Чеченские башни — это построенные в горах рукотворные горы. Чеченская средневековая архитектура с ее идеей восхождения от каменной стены-ограды к жилой башне и затем — к устремленному к небу пику боевой башни — это алгоритм нашей культуры, ее основная матрица-концепт, смысл которой — уподобленное горам восхождение к небу. И вновь цитата: *«Если смотреть из Шали,*

¹ Основания регионалистики. Формирование и эволюция историко-культурных зон / под ред. А. Герда и Г. Лебедева. СПб., 1999. С. 90.

² Садулаев Г. Я чеченец. Екатеринбург, 2006. С. 25.

то Чёрные горы видны всегда. А дальние горы часто затянуты облачной пеленой горизонта. Но в ясный солнечный день это так похоже на чудо, сон, мираж, — вдруг появляются синие горы, волшебные и зовущие... Тогда я слышу, как поет мое сердце: иди, иди туда, в горы. Там, в горах, твоя родовая скала, на ней башня из камня, рядом склеп. Там небо становится ближе, там тишина и музыка чистых горных рек... И долго еще звучит во мне эта музыка»¹.

Этот ментальный архетип можно считать в различных проявлениях чеченской культуры: от устремленной ввысь к единению с богом суффийской ритуальной практики до излюбленных вертикалей народного искусства. Даже в быту чеченцы, порой неосознанно, на уровне подсознания, пытаются оторваться от земли. Так, например, в современной Чечне нередко можно наблюдать, как молодой чеченец, а зачастую и не молодой, очень необычно сидит на стуле: он взобрался на него ногами, которые поджал под себя, но не по-восточному, а так, как это делают птицы, сидящие на краю скалы.

Таким образом, горы Аргунского историко-культурного и природного музея-заповедника выступают, говоря современным языком, как «материнская плата» нашей культуры, как пространство, в котором индивидуальное сознание переживает сопричастность изначальным, доминантным матрицам своей истории и культуры. Камертоном этого переживания причастности, активизирующим нашу память и актуализирующим процесс самоидентификации, является генетически заложенный в нашем подсознании этнический код ментальности. И вот строки стихотворения чеченского поэта Апти Бисултанова, в которых на уровне этого архаического кода переживание гор:

«Deghasta, Deghasta.

Azallex dala sa vajn dune qollica

Stiglanas, lattanas hittina valca

Dunena lalamas nisdina latto

Dinacu leqacu xan lamni doxa»

«Родина, Родина.

Тысячелетия назад,

породив этот мир,

Разделив в нем небеса и землю,

Ради справедливости среди людей,

Бог поставил твои высокие горы»

Это переживание на уровне архетипа подобно тому, как из любого музыкального «многоголосья» наш этнический слух безошибочно улавливает родные мелодии и интонации.

Мобилизации этнического метакода способствует в пространстве заповедника и состояние медитации, которое переживает человек на границе мира живых и мира мертвых, т. е. при взаимодействии с трансцендентным. В Аргунском

¹ Садулаев Г. Я чеченец. Екатеринбург, 2006. С. 30.

музее-заповеднике на сравнительно небольшой территории мы имеем базовый для осознания культуры ансамбль, состоящий из поселения в виде жилых и боевых башен, а в непосредственной близости от него — некрополь в виде наземных и подземных склепов. Связь между поселением и некрополем не механическая, это особого рода корреляционная связь, которая обусловлена важнейшим компонентом этнической ментальности — отношением к смерти. С другой стороны, для нас, живущих сегодня, все пространство Аргунского заповедника составляет «некрополь», т. е. страну ушедших предков.

Судя по расположению склепов, наши предки имели самую непосредственную связь с миром мертвых: *«Если придет беда, мы всегда можем уйти в горы. Там у каждого рода есть своя скала, на скале стоит башня, она высокая, неприступная, в ней бойницы, широкие изнутри и сужающиеся к внешней стене, чтобы было удобно стоять лучнику, а рядом с башней стоит склеп, в нем живут наши предки; мы не закапываем их в землю, нет, мы кладем их на каменные плиты в склепе, и они всегда рядом с нами; вечером мы приходим к ним, чтобы поговорить о делах и выслушать их безмолвные советы, а когда появляется враг и каждый воин рода на счету, они тоже встают к бойницам; когда идет бой, ни один воин не будет лишним... Каждый чеченец должен уметь строить башни... потому что настанет время, когда мы уйдем в горы. И будем строить башни, чтобы остаться в живых»*¹.

Нам, живущим сегодня, для такого контакта надо специально попасть в пространство некрополя, каковым может служить любое кладбище, а в данном случае служит Аргунский заповедник. Однако и в том, и в другом случае соприкосновение с миром мертвых актуализирует в нашей генетической памяти их духовный опыт. Это состояние единения с миром предков, которое мы переживаем при соприкосновении с некрополем, с теми монументальными образами, в которых материализовались их души, позволяет отождествить свое сознание с их сознанием и тем самым побуждает нас, живых, соотносить свои ментальные ценности с завещанными нам образцами. И здесь мне хотелось бы привести более пространную цитату из книги Германа Садулаева. Это пронзительное по образности и эмоциональному накалу, раскрывающее особый пафос традиционного отношения чеченца к родине переживание войны и смерти: *«Мы примем бой на равнине и почти все умрем. Мы будем защищать тебя, мама! И ты будешь оплакивать каждого из нас горьким соком надломленного папоротника. А потом, когда нас останется слишком мало, ты скажешь нам: идите в горы. Оставьте меня здесь и не тоскуйте обо мне. Я притворюсь мертвой, или нет, я притворюсь живой, я оставлю здесь*

¹ Садулаев Г. Я чеченец. С. 26.

свой образ, лишенный крови, а сама, ночами, мимо костров дозорных, мимо ханских шатров, я прокрадусь вслед за вами, я найду вас в горах. И однажды в горном ручейке вы увидите мое лицо, вы услышите девичий смех и поймете, что вы не бросили свою мать и ваша мать не оставила вас, она с вами. Мы так и сделали. Я ушел в синие горы; там, на скалах, я построил башню из каменных глыб и рядом, на маленьком плато, я поставил склеп, в котором я жил, когда умер.

...Прошло триста лет, кочевники перебили друг друга и рассеялись в степях, и осели облака пыли, поднятой копытами конницы. Тогда я вернулся. Я помню, как тронул сохой твою грудь, впалую, утрамбованную копытами военных станов. И она была суха, безмлечна. Я упал на землю, я обнимал тебя и плакал, мама. Потом мы проводили обряды. В летний месяц мы отлавливали змей и вывешивали их на деревьях. Мы разорили вороньи гнезда. Мы вспахали русло пересохшей реки в ту и в другую сторону. И смотрели на горы. И ты вернулась к нам, мама. Другой весной ты стыдливо обнажила плечо, перевернулся пласт чернозема, и для нас снова потекло молоко. Не надо бояться, когда придет смерть, мы уйдем в горы и построим там башни»¹.

Раскрытие сущности двух сакральных ценностей в единстве — матери и родной земли — отражено с такой страстью, смысловым, эмоциональным и новым содержанием, что может служить ключом к постижению этнической культуры чеченцев в целом.

Метакультура, по образному выражению Даниила Андреева, это единение живых и мертвых во временном континууме Вечности. Культура в такой интерпретации предстает как материализованная воля предыдущих поколений, диктующая образ жизни живых. А неизбежность традиций в этнической культуре — это и есть не что иное как согласие с этой волей. «Может ли сохранить себя высокоразвитая культура без ориентации на смерть, — задается вопросом один из корифеев современной культурологии Хейзинга и формулирует однозначный ответ. — Культура должна быть метафизически ориентированной или ее нет»². Культ предков, согласие с ними — это условие стабильности этнической культуры, обеспечивающее адекватность самооценки и поведения «живых» — именно так реализуется связь поколений в культуре.

Как уже было сказано, тема этнокультурной самобытности (аутентичности), необходимости ее сохранять и страх ее утратить представляет собой сегодня стержень этнической активности и рядовых чеченцев, и чеченской интеллигенции, и чеченской власти. В последние годы, характеризующиеся на общероссийском уровне деполитизацией этничности, мы наблюдаем качественное изменение иде-

¹ Садулаев Г. Я чеченец. Екатеринбург, 2006. С. 10, 12.

² Хейзинга Й. Человек играющий: В тени завтрашнего дня. М., 1988. С. 264, 295.

ологии возрождения, утрачивающей свои политические черты и приобретающей культурные формы выражения. Изъятие политической составляющей из чеченской идеологии приводит к активизации усилий по укреплению культурной этносферы, включающей в качестве конституирующих элементов сохранение чеченского языка, обычаев, религии, развитие художественного творчества (его фольклорных и современных форм).

Эти изменения еще более повышают значимость Аргунского музея-заповедника. Особо охраняемая территория Аргунского музея-заповедника является сегодня для чеченцев не просто зоной туризма, это символ национального пространства, сакральная зона нашей культуры, способная формировать наше этническое сознание, актуализируя в нем имманентно присущие нам ментальные архетипы. Возрождение культуры — это и есть обращение времени в прошлое, сопровождающееся реализацией его духовного потенциала в настоящем. И вновь я цитирую весьма знаменательные строки молодого чеченского писателя: *«Может, где-то в далеких горах шальной снаряд разбил мою родовую башню. И на разлуку и скитания осужден весь мой род, пока я не найду это место, пока не соберу, не сложу вековые камни»*¹.

Создание историко-культурных особо охраняемых зон с их научными, познавательными, дидактическими и другими функциями является одной из насущных проблем современной культурной практики. При этом ценностные мотивации определяют функции учреждений, создаваемых на их территории, в нашем случае — функции историко-культурного музея-заповедника. И если для реализации научных, дидактических, этико-эстетических задач уже имеются и теоретические разработки, и практический опыт, то для выполнения обозначенной нами, жизненно важной для будущего нашего народа функции сохранения и воспроизводства этнической ментальности необходимы новые адекватные культурные технологии. В разработке и реализации подобных технологий по возрождению высоких образцов традиционной культуры чеченского народа и состоит важнейшая миссия Аргунского музея-заповедника.

¹ Садулаев Г. Я чеченец. С. 45.

2.6. БИОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ КАБАРДИНО-БАЛКАРИИ КАК БРЕНД В РАЗВИТИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

М.И. Аккиев

Развитие новых видов туризма — экологического, агрономического и этнокультурного — невозможно без современного понимания отношений общества, человека и природы. Понятие экологического туризма (как, впрочем, и агротуризма, и этнотуризма) появилось в последнее десятилетие, ранее эти виды туризма включались в содержание так называемого активного отдыха или просто туризма. Хотя до настоящего времени российское законодательство специально не раскрывает понятие экологического туризма, но само слово «экологический» подразумевает «щадящий», требующий бережного отношения к окружающей среде. В современном мире развитие экологического туризма неразрывно связано с особо охраняемыми природными территориями (далее — ООПТ) — национальными и природными парками, рефугиумами, природными заповедниками (в том числе биосферными), природными заказниками и др.¹ Биологическое разнообразие, богатство растительного и животного мира, уникальность ландшафтов предопределили организацию особо охраняемых природных территорий, в частности заповедников, национальных парков, памятников природы и т. д. Таким образом, биоразнообразие, охраняемые территории и экологический туризм — это звенья одной цепи. На охраняемых территориях занимаются сохранением биоразнообразия, а экологический туризм способствует пониманию природы человеком, помогая таким образом сохранению биоразнообразия.

Именно на охраняемых территориях следует развивать экотуризм, который должен быть обращен к природе, не наносить существенного ущерба природной среде, быть нацеленным на экологическое просвещение. Экотуризм также призван сохранять ценности и символы местной социокультурной среды, вносить существенный вклад в устойчивое развитие районов, где он развивается.

В Кабардино-Балкарии особо охраняемые территории занимают около 17 % площади республики. К ним относится Кабардино-Балкарский высокогорный государственный заповедник и национальный парк «Приэльбрусье», в которых эффективно ведутся природоохранные работы. Эти территории находятся

¹ *Аккиев М.И., Аккиева С.И.* Этноэкологический туризм на особо охраняемых территориях Центрального Кавказа: современное состояние и перспективы развития // Перспективы развития особо охраняемых природных территорий и туризма на Северном Кавказе: материалы междунар. науч.-практ. конф. Майкоп: ООО «Качество», 2008. С. 219–223.

на высокогорной части республики, причем заповедник занимает площадь 53 303 га, национальный парк — 100 400 га.

Видовой состав растительности очень богат. Он насчитывает более 1000 видов сосудистых растений. В их числе 74 кавказских эндемика, из которых 54 вида эндемичны для Центрального Кавказа, а 6 — для территории Кабардино-Балкарии. Как редкие и исчезающие виды занесены в Красную книгу береза Радде, колокольчик доломитовый, петрокома Гефта, камнеломки колончатая и Динника, стеллеропсис кавказский.

Животный мир включает в себя интересные биологические объекты, которые широко распространены, но вместе с тем ценны как объекты для наблюдения. Это бурый медведь, рысь, волк, кабан, косуля. Особого интереса как объекты наблюдения заслуживают представители животного мира и птиценаселения, эндемики, характерные для Большого Кавказа.

На территориях ООПТ имеются уникальные по своей поведенческой реакции группы животных. Это привыкшие к присутствию человека в местах биваков альпинистов группировки туров в заповеднике, а в национальном парке — еще и серны. Образы этих животных уже стали своего рода брендами на Северном Кавказе, символами природы, а также истории и культуры. Пока они служат только объектами наблюдения для немногочисленных исследователей, фотографов, телеоператоров и случайных туристов. В обычной ситуации туры и серны — очень осторожные и пугливые животные. При виде человека они пытаются скрыться, не подпуская к себе. Но в заповеднике и национальном парке этих грациозных животных можно увидеть вблизи.

Горный козел — тур (*джугутур*, как называют его балкарцы, «стоящий над бездной» в дословном переводе) — является символом кавказских гор. Это уникальный вид, приспособленный к жизни в суровых условиях высокогорий. Кажущаяся медлительность, громадные рога, массивное туловище и сравнительно короткие ноги, — все это создает обманчивое впечатление неуклюжести взрослых самцов. Но великолепное чувство равновесия, цепкость копыт и отличная реакция делают их замечательными скалолазами. Малейших зацепок и шероховатости скал достаточно им для передвижения по отвесам и карнизам. Более легкие и стройные самки в этом отношении превосходят самцов. Густой и теплый зимний пух позволяет турам выдерживать жестокие морозы высокогорья.

Туры очень неприхотливы: они поедают практически все растения высокогорья. Зимой животные вполне обходятся высохшими кочками овсяницы пестрой, которую овцы обходят и летом, настолько она груба. Зимой туры собираются вместе в большие стада и спускаются на более низкие участки гор и даже в ущелья, сбиваются на обращенных к солнцу склонах, где снег сдувается ветром и легче достать корм.

Грациозные кавказские серны обитают на границе альпийских лугов и лесов. Эта горная антилопа меньше тура, у нее маленькие, острые, круто загнутые назад рожки, темно-бурая, а зимой почти черная шерсть, голова и брюхо светлые; на голове две темные полосы окаймляют светлую лобную часть, и издали кажется, что она имеет белую «звезду» на лбу. Балкарцы дали ей название «кашха-эчки» — «коза со звездой на лбу». И туры, и серны представляют большой интерес для любителей фотоохоты и природы.

Разнообразие птиценаселения, наличие на территории путей миграции птиц делает возможным развитие такого вида экологического туризма, как *Bird watching* (наблюдение за птицами), распространенного в странах Европы и Северной Америки. Суть этого вида экологического туризма заключается в наблюдении за жизнедеятельностью птиц и в фотоохоте. Кавказский улар, кавказский тетерев, стенолаз, большая чечевича, краснобрюхая горихвостка (эндемики Кавказа) и другие могут также стать своего рода брендами и послужить объектами для развития экотуризма. Уникальны и интересны и представители крупных хищных птиц, таких как бородач-ягнятник, беркут, могильник, степной орел, сип, черный гриф и др.

Интересными в плане этнокультурной составляющей могут быть и элементы фольклора балкарцев, связанные с различными представителями местной фауны. Это поучительные истории в виде сказок, например «Сказка о Бате, сыне Бая». Главного героя сказки поочередно превращают в домашних и диких животных или птиц. Ему приходится сполна испытать на себе все тяготы, выпадающие на их долю по вине человека. Большой художественный смысл несут также героические песни, например «Песня о Бийнегере». Здесь главный герой платит высокую цену за нарушение неписанного закона балкарских охотников — никогда не преследовать самку с детенышем, — и даже высокая цель — спасение умирающего брата — не может оправдать охотника. Платой за нарушение табу является смерть после многодневных страданий.

Символическое значение имеет «Легенда о красавице Жумарукъ и хане Кара» (жумарукъ — балкарское название улара, а также имя собственное). Легенда повествует о том, что в одном ауле у трех братьев-храбрецов была красавица-сестра Жумарукъ. Не было равной ей по красоте. Прослышав о ней, могущественный хан Кара приехал с огромной свитой и дарами просить руки Жумарукъ, но девушка со смехом его отвергла. Тогда он решил хитростью и силой добиться своего. Хан Кара попросил братьев добыть и привезти ему в подарок табун степных ногайских лошадей. Законы гостеприимства не позволили братьям отказать хану, и, собрав дружину, они отправились в дальний и опасный путь (жортуул). Хитрый и коварный хан еще два дня гостил, ел, пил, веселился, а на третий день попытался со своими приспешниками выкрасть Жумарукъ. Но девушке удалось вырваться, и она, спасаясь от своих

преследователей, бросилась вверх в горы. Быстрая и ловкая девушка все выше поднималась в горы, пока не оказалась на краю пропасти. Хан приказал свите стоять на месте, а сам со злорадным смехом стал подбираться к красавице. Вот он схватил ее, но девушка с криком: «Будь ты проклят!» — ринулась в пропасть, увлекая хана за собой.

Наблюдавшие за этой сценой люди в ужасе замерли и закрыли глаза, чтоб не видеть, как тело девушки разобьется о камни. Вдруг гробовую тишину нарушил странный свист. Когда люди подняли головы, то увидели двух птиц: одна, белосерая, стремительно неслась вверх к солнцу, а другая, черная как уголь, камнем падала вниз на скалы, раскрыв крылья. И снова люди слышали странный свист, как будто кто-то говорит «я здесь», и увидели пеструю красивую птицу с белой, как снег, грудью, и все поняли: вот она их красавица Жумарукъ, это ее белоснежная шея и мелодичный голос. И тут же они слышали шум быющих крыльев, — это внизу пытался взлететь и добраться до Жумарукъ хан Кара. Но как он ни бил крыльями, как ни подпрыгивал, пытаясь взлететь, он только кувырчался и снова падал на землю. Его глаза стали красными от бессильной ярости, и он снова и снова пытался взлететь. Порой он бежал вверх по склону, слыша насмешливый свист Жумарукъ, и камнем бросался со склона, расправив крылья, но лететь он мог только вниз. И по сей день красавица Жумарукъ своим свистом с высоты сводит с ума хана Кара (кара таукъ — кавказский тетерев, буквально черная курица). Народная молва дала имена различным героям и различным географическим объектам. Так, в верховье Черека-Балкарского имеется скала Бийнегера, а гора Жумарукъ (Жемарукъ) — на западе Карачая.

Наличие уникальных горных ландшафтов, а также уникальной флоры и фауны, органично связанной с фольклором, позволяет планировать маршруты познавательного историко-культурного и этнокультурного туризма. Образы из легенд и сказаний выступают узнаваемыми брендами, находящими отклик в современных отношениях старших и младших, женщин и мужчин.

Национальный парк «Приэльбрусье» ежегодно посещают десятки тысяч человек; при этом экологическая нагрузка приходится в основном на участки вокруг горнолыжных трасс. Поток посетителей в заповеднике ограничен, их не более 2 тыс. в год. Состав рекреантов специфичен, в большей степени это представители альпинизма и горного туризма. Большая нагрузка на экосистемы в основном приходится также на район альплагеря «Безенги».

К сожалению, потенциал биоразнообразия ООПТ и республики используется крайне неэффективно, не получает распространения агротуризм и этнотуризм, хотя развитие этих видов туризма может способствовать решению многих проблем. Например, такой социально-экономической проблемы, как высокий уровень безработицы в Кабардино-Балкарской Республике, Северной Осетии — Алании, Ингушетии. Кроме того, наиболее богатые по биоразнообразию места

находятся не на охраняемых территориях, а на населенных аридных котловинах межгорных долин. Здесь же в основном концентрируются исторические и архитектурные памятники республики.

Традиционные формы хозяйствования балкарцев также могут быть использованы как элемент познавательного этнокультурного туризма. Они сохранились в значительно измененном виде, но при необходимости их можно во многом восстановить.

К традиционным видам животных, используемых в хозяйственной деятельности, добавились новые виды. К примеру, это завезенные в 70-е гг. XX в. яки, которые уже стали неотъемлемой частью хозяйствования в горах. Яки, наряду с местными овцами карачаевской породы и аборигенными лошадьми, также могут стать интересными элементами познавательного туризма. Все это на фоне горных террас и башенных укреплений будет привлекать любителей всех видов активного туризма и отдыха¹.

При этом существенной проблемой для Кабардино-Балкарии остается состояние инфраструктуры туризма, отдыха, курорта. Имеющиеся базы, построенные в советский период в расчете на массовый отдых граждан, не отвечают никаким, в том числе санитарным, требованиям. Их ветхие системы канализации приводят к загрязнению окружающей среды. Конечно, в планах развития туристического бизнеса намечено строительство современных высокочатратных объектов. Но пока поток посетителей в местах, не связанных с такими природными брендами, как горнолыжные трассы Приэльбрусья, Голубые озера и водопады, исчисляется лишь десятками или сотнями.

Классический познавательный туризм или экотуризм, связанный с контролируемым посещением конкретных брендовых маршрутов, представлен недостаточно. Развитие массового туризма, в большей массе неконтролируемого, как в национальном парке, так и на остальной территории республики, приводит к возникновению ряда проблем. Это замусоренность, варварское отношение к природе. Массовый бесконтрольный выход населения в предгорную часть в выходные дни приводит к возникновению свалок и угрожает состоянию окружающей среды. Нагрузка на экосистемы здесь такова, что говорить о сохранении биоразнообразия крайне сложно. Тем не менее планируется масштабное развитие массового туризма на территории национального парка «Приэльбрусье»², которое хрупкая горная экосистема не выдержит.

¹ Аккиева С.И., Аккиев М.И. Перспективы развития этноэкологического туризма и традиционная система природопользования балкарцев // Горские общества Кавказа: проблемы социокультурного, политического, исторического развития: мат-лы всерос. науч. конф. Карачаевск, 2008. С. 24–31.

² Вейнберг П.И., Аккиев М.И., Бучукури Р.Г. Туризм, альпинизм и горные полорогие: влияние и перспективы в экотуризме. М., 2010. С. 229–231.

Признавая пользу познавательного или экологического туризма, в котором существенное место должно быть отведено брендам – природным, историческим, культурным, стоит отметить, что:

- развитие познавательного, тщательно регламентированного туризма в республике с учетом специфики природно-климатического комплекса, традиций истории и культуры будет способствовать повышению значимости сохранения природы, биоразнообразия в целом;
- территории, вызывающие первоочередной интерес для развития познавательного, экологического туризма, представлены в основном горной частью республики, где экосистемы наиболее хрупки;
- в плане развития экологического туризма республика может в качестве бренда представить ООПТ в силу содержания их природоохранных задач;
- необходимо вовлечение местного населения в развитие экологического туризма, это в определенной степени позволит снять социальную напряженность.

Вместе с тем есть ряд системных проблем, тормозящих развитие экологического (познавательного) туризма в республике. К их числу относятся:

- исторически сложившийся массовый туризм, привязанный к классическим брендам республики: горнолыжные трассы Приэльбрусья, Голубые озера, Чегемские водопады;
- отсутствие ощутимых экономических стимулов для развития познавательного маршрутного туризма в силу его сложности и низкой финансовой емкости;
- экологический туризм требует высокопрофессионального подхода и, как любое серьезное дело, не терпит дилетанства, в то же время отсутствуют квалифицированные специалисты в этой сфере;
- незаинтересованность властных структур республики в развитии слабо-контролируемого малого бизнеса;
- отсутствие долгосрочного кредитования населения, без чего инициатива населения не имеет возможности развития.

2.7. ЗОЛЬСКИЕ И НАГОРНЫЕ ПАСТБИЩА КАК ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ БРЕНД КАБАРДИНО-БАЛКАРИИ

Д.Н. Прасолов

Историко-культурный бренд региона — это широкий комплекс реальных характеристик его потенциальных возможностей, имеющих историческое и культурно-психологическое значение для прошлого, настоящего и будущего развития территории, этносов, ее населяющих, и деятелей экономики, проявляющих к ней интерес. В современной социально-экономической жизни он представляет собой актуальный образ, складывающийся из узнаваемых природно-географических, этнокультурных, курортных и туристических, положительных и негативных знаков.

При формировании этнокультурных брендов важно учитывать не только собственно природный объект или объект культурного наследия, избираемый для продвижения на туристическом рынке, но и состояние среды, в которой он функционирует и которая обеспечивает возможность его сохранения и воспроизводства. Это состояние может характеризоваться комплексом экологических, хозяйственных, политических, нормативных, идеологических и множества других факторов. Не менее важным представляется и учет исторических обстоятельств формирования определенных культурных феноменов.

К примеру, известный в кавказоведческой литературе историко-культурный бренд «кабардинская лошадь» совершенно немыслим без выработанной веками системы селекции, выращивания и подготовки лошадей, а также без уникальной экологической среды, в которой функционировала культура первичного производства традиционного кабардинского общества. Одним из ключевых элементов этого природно-хозяйственного ландшафта являлись Зольские и Нагорные пастбища, расположенные в северной части современной Кабардино-Балкарии. Именно здесь в настоящее время предпринимаются попытки возрождения традиций коневодства, проводится комплекс мероприятий: от регулярного участия лошадей местных коннозаводчиков в региональных, всероссийских и международных скачках до организации конных пробегов, показательных выступлений, театрализованных празднеств и т. п. Вместе с тем в политическом и общественном дискурсе в последнее время регулярно возникает вопрос о режиме землепользования пастбищными угодьями.

Необходимо отметить, что на протяжении сотен лет сохранение этого объекта хозяйственного природопользования и соблюдение определенного порядка его эксплуатации оставалось актуальной задачей традиционной хозяйственной культуры местного населения. В этом плане изучение исторического опыта

сохранения традиционного природопользования и его учет при проведении ребрендинга с целью повышения экономической и туристической привлекательности региона становится необходимым условием поддержания целого ряда культурных феноменов. Именно они формируют в целом богатую палитру этнокультурного многообразия Кабардино-Балкарии.

Зольские и Нагорные пастбища издавна занимали важное место в поземельных взаимоотношениях народов Центрального Предкавказья, составляя важнейшую часть природно-хозяйственного комплекса кабардинцев и соседних с ними народов.

До второй четверти XIX в. все земли, лежащие по рекам Золке, Малке и Этоко, состояли в безраздельной собственности кабардинских князей¹. Земли на определенных условиях предоставлялись в пользование подвластным им крестьянам², а также соседним балкарцам и карачаевцам, находившимся в своеобразной поземельной зависимости от них³. Как отмечал С.И. Месяц, «предгорья и горные районы по условиям естественно-исторического характера оставались незаселенными... На протяжении многих веков кабардинский народ, несомненно, оберегал район летних пастбищ от всяких попыток заселения их со стороны кого бы то ни было»⁴.

Такую политику в отношении пастбищ продолжила и окончательно утвердившаяся в 1822 г. в Кабарде царская администрация, в компетенцию которой перешел вопрос о распределении земельных угодий. Так, в конце 20-х гг. XIX в. были отклонены притязания Волжского казачьего полка на земли по рекам Золка, Малка и Этоко⁵.

¹ Калоев Б.А. Земледелие народов Северного Кавказа. М., 1981. С. 105–108.

² Думанов Х.М. Социальная структура кабардинцев в нормах адата: первая половина XIX в. Нальчик, 1990. С. 207–211.

³ Клапрот Г.Ю. Описание поездок по Кавказу и Грузии в 1807 и 1808 годах. Нальчик: Эль-фа, 2008. С. 161–162; Гаврилов П.А. Устройство поземельного быта горских племен Северного Кавказа // Аграрные отношения у народов Северного Кавказа в российской политике XVIII – начала XX века. Архивные материалы и научные исследования в 2 томах. Нальчик, 2006. Т. I. С. 71; Лавров Л.И. Карачай и Балкария до 30-х годов XIX века // Кавказский этнографический сборник. М., 1969. Вып. 4. С. 91; Кожев З.А. Система землепользования в кабардино-горских отношениях (вторая половина XVIII в.) // Земельные отношения в Кабарде и Балкарии: история и современность: мат-лы науч.-практ. конф. Нальчик, 2005. С. 26–27; Кузьминов П.А. Аграрная и социальная политика российского правительства в Кабарде и Балкарии в 50–70-е годы XIX века // Аграрные отношения у народов Северного Кавказа в российской политике XVIII – начала XX века. Архивные материалы и научные исследования в 2 томах / сост. П.А. Кузьминов. Нальчик, 2008. Т. II. С. 488–489.

⁴ Месяц С.И. Население и землепользование Кабарды. Воронеж, 1928. С. 139.

⁵ Территория и расселение кабардинцев и балкарцев в XVIII – начале XX веков: сб. док-тов / сост. Х.М. Думанов. Нальчик, 1992. С. 40–41.

В предгорьях была возведена кордонная линия, состоявшая из цепи крепостей, пересечение которой кабардинцам запрещалось. Благодаря этому жители горских обществ получили возможность свободно занимать некоторые пастбища в предгорьях, но, выходя со стадами на плоскость, продолжали уплачивать кабардинским владельцам определенную ренту¹.

В 1840-х гг., несмотря на высочайшее согласие Николая I на утверждение за Кабардой Зольских и Нагорных пастбищ, эти угодья были оставлены «лишь в пользовании кабардинцев»². В 1859–1861 гг. после реорганизации Кавказской линии и разграничения Кубанской и Терской областей часть Нагорных пастбищ была передана временно Карачаю, а другая часть сдавалась в аренду по усмотрению «кордонного начальства» кабардинцам и карачаевцам, оставшимся в пределах Терской области³. В итоге сокращение кормовых площадей негативно сказалось на скотоводстве Кабарды⁴.

В результате Земельной реформы 60-х гг. XIX в. Зольские и Нагорные пастбища были предоставлены в совместное пользование Кабарды и пяти горских обществ. Между тем уже тогда из-за нехватки пастбищных угодий кабардинцы вынуждены были арендовать обширные угодья на плоскости в Ставропольской губернии⁵. В 1869 году также окончательно были устранены все претензии русских крестьян на получение участков из этих земель.

В течение 60–80-х гг. XIX в. доступ к пастбищам получал каждый, имевший лошадей, коров или овец и заплативший определенную поголовную плату в Кабардинскую общественную сумму⁶. Однако данный порядок не соответствовал принципам общинного пользования, и уже в 1877 г. царская администрация инициировала процесс выработки новых правил, обосновав свои действия стремлением упорядочить пастбищное землепользование⁷.

¹ Гаврилов П.А. Устройство поземельного быта горских племен Северного Кавказа // Аграрные отношения у народов Северного Кавказа в российской политике XVIII – начала XX века. Архивные материалы и научные исследования в 2 томах. Нальчик, 2006. Т. I. С. 72.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Месяц С.И. Население и землепользование Кабарды. Воронеж, 1928. С. 139.

⁵ Там же. С. 140.

⁶ Месяц С.И. Указ. соч. С. 158; См. также: Думанов Х.М. Обычное имущественное право кабардинцев во второй половине XIX – начале XX в. С. 38; Прасолов Д.Н. Пастбищное и лесное общинное землепользование в Кабарде во второй половине XIX – начале XX в. // Земельные отношения в Кабарде и Балкарии: история и современность. Нальчик, 2005. С. 81–82.

⁷ Думанов Х.М. Обычное имущественное право... С. 39.

В 1879 году по указу Кавказского наместника из Нагорных пастбищ балкарским обществам было выделено в пользование более 43 тыс. десятин¹. В том же году был составлен проект распределения между жителями Большой и Малой Кабарды Зольских пастбищных земель. Но когда в 1881 году приступили к межеванию угодий, начались пререкания по определению границ между кабардинскими депутатами с одной стороны и частными лицами — с другой, а также и пятью горскими обществами — с третьей. Границы же между горскими обществами и пастбищами были согласованы только 19 мая 1884 г.

После длительного процесса обсуждения и утверждения новых пастбищных правил 21 мая 1889 г. Зольские и Нагорные пастбища были дарованы в вечное пользование, пока население будет вести себя, как приличествует верноподанным. Пастбища распределялись между пятью «фамильными» группами кабардинских сельских обществ, а также пятью балкарскими обществами и тремя селениями — Хасаут, Абуковское и Гунделен — пропорционально количеству дворов. Впоследствии представители русской администрации неоднократно напоминали, что «запасные пастбищные земли... предоставлены кабардинскому населению и сопредельным с ним пяти горским обществам не в собственность, а в условное пользование, и что распределение этих земель между населением согласно его нужде может от времени до времени подвергаться изменению». Также признавалось «крайне неудобным производить формальное размежевание участков, предоставленных в пользование той или другой группы»².

Новые правила значительно стеснили свободу пользования пастбищами, к которой привыкли кабардинцы, и вредно отразились на скотоводстве, способствовали его сокращению. В отличие от предыдущего порядка пастбищного землепользования, новые правила распределяли пастбищные угодья пропорционально количеству дворов в каждом селении, не учитывая поголовье скота. Одно из положений Правил гласило, что только за удовлетворением нуждающихся в пастбищных местах жителей Кабарды и горских обществ оставшиеся свободными земли разрешается сдавать в аренду посторонним лицам. Однако это правило не соблюдалось и пастбища зачастую сдавались не кабардинцам и балкарцам, а овцеводам — карачаевцам и тавричанам, отары которых за сезон приводили пастбища в непригодность для выпаса лошадей³.

На рубеже XIX—XX вв. наметились симптомы качественного и количественного упадка кабардинского коневодства — важного поставщика русской армии. Царская администрация признала, что причинами кризиса стало распределение

¹ Территория и расселение кабардинцев и балкарцев... С. 8—9.

² Центральный государственный архив Кабардино-Балкарской Республики (далее — ЦГА КБР). Ф. 40. Оп. 1. Д. 736. Л. 34.

³ ЦГА КБР. Ф. 6. Оп. 1. Д. 608. Л. 49.

земли, не согласованное с хозяйственной необходимостью, и хищническая эксплуатация пастбищ арендаторами¹. Однако администрация сразу не решилась радикально изменить устоявшийся за десятилетие порядок.

Весной 1907 г. был утвержден порядок разверстания пастбищ пропорционально поголовью скота, также запрещалась сдача в аренду пастбищных угодий посторонним лицам в обход потребностей кабардинских коневодов². В 1911–1912 гг. Правила эксплуатации Зольских и горных пастбищ вновь пересматриваются. Лучшую часть Зольских равнинных пастбищ разделили на хуторные участки, которые стали сдаваться в аренду на 12 лет крепким кабардинским и горским хозяйствам, главным образом в интересах коневодства. Наиболее удобные горные пастбища на аналогичных условиях передали для «поддержания крупного и среднего скотоводства во всех его видах»³. Остальные были распределены между сельскими обществами пропорционально количеству дворов в каждом из них. Новые правила нарушили ключевой принцип общедоступности пастбищ, что только обострило социальные противоречия и привело к Зольскому восстанию 1913 г.⁴

Таким образом, в результате земельных преобразований царской администрации и обусловленной ими трансформации поземельных отношений к концу XIX в. Зольские и Нагорные пастбища были вовлечены в оборот развивающегося рыночного хозяйства народов Центрального Предкавказья на совершенно иных условиях, чем они эксплуатировались до середины XIX в. Нарушение устоявшегося баланса хозяйственного природопользования, допуск к эксплуатации пастбищ переселенцев-скотоводов, хищническая аренда и субаренда серьезно осложнили поземельные взаимоотношения в этом районе. Все пересмотры правил пастбищного землепользования привели к обострению пастбищного вопроса, решение которого продолжилось и в период революций и Гражданской войны в России в 1917–1920 гг.⁵

Несмотря на перераспределение земельного фонда в Центральном Предкавказье, происходившее в процессе становления здесь советских автономных республик, национализацию земельной собственности и коллективизацию,

¹ ЦГА КБР. Ф. 6. Оп. 1. Д. 608. Л. 18–20.

² *Думанов Х.М.* Обычное имущественное право кабардинцев во второй половине XIX – начале XX в. С. 44.

³ Цит. по: *Думанов Х.М.* Обычное имущественное право кабардинцев во второй половине XIX – начале XX в. С. 45.

⁴ История КБАССР. Т. 1. С. 391–393.

⁵ *Кармов А.Х.* Земельные отношения в ГАССР // *Земельные отношения в Кабарде и Балкарии: история и современность.* Нальчик, 2005. С. 107–112; *Кажаров А.Г.* Вопросы землевладения и землепользования в условиях становления и развития государственности Кабардино-Балкарии в 1920-е гг. // *Земельные отношения в Кабарде и Балкарии: история и современность.* Нальчик, 2005. С. 123–127.

землепользование Нагорными и Зольскими пастбищами сохранялось в рамках традиционной модели. Животноводческим хозяйствам Кабардино-Балкарии, нуждавшимся в альпийских пастбищах, предоставляли в пользование участки площадью, пропорциональной поголовью скота. Этот порядок распределения при соблюдении общедоступности пастбищного фонда до сих пор остается наиболее рациональной формой эксплуатации этого уникального природнохозяйственного объекта.

В современных условиях сохранение традиций землепользования, оправданных многовековым опытом совместного хозяйственного природопользования кабардинцев и балкарцев, насущно необходимо для поддержания мира и стабильности в нашей республике, для сохранения ее уникального этнокультурного ландшафта. Организация сезонного пастбищного производственного процесса имеет богатую, колоритную и подробно регламентированную традицию, отчасти сохранившуюся на практике и даже возрождаемую современными частными коннозаводчиками республики. Кроме того, географически Зольские и Нагорные пастбища являются предместьем северного склона Эльбруса, который в ближайшее время предполагается развивать в качестве горнолыжного и бальнеологического курорта. Таким образом, этот уголок Кабардино-Балкарии в перспективе может стать привлекательным местом этнического, аграрного, экстремального и других видов туризма.

2.8. АТАЖУКИНСКИЙ САД – МУЗЕЙ САДОВО-ПАРКОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Б.Х. Бгажноков

Предыстория Нальчикского парка

В середине XIX века находившийся вблизи Нальчикской слободы Атажукинский сад и примыкавший к нему в верхнем течении реки Нальчик культурный ландшафт были еще разнообразней и богаче. Он оставался тогда живым свидетельством традиционной черкесской, и в частности кабардинской, садово-парковой культуры, в центре множества разоренных и выселенных кабардинских аулов — Напцева, Выкова, Тлостанакова, Акзагова, Токуланова и других. Сейчас это не имеющий аналогов в мире Нальчикский парк, главная достопримечательность города. Его протяженность вдоль левого берега реки Нальчик около 9 км, начинающая от улицы Кешокова, заканчивая Волчьими воротами и Ботаническим садом. Если учесть, что по ширине парк охватывает в среднем более 2 км, то общая площадь парка составляет 200 гектаров, или 20 кв. км¹, — около четверти всей остальной территории современного Нальчика.

Впечатляют не только размеры парка, но и его природно-культурное содержание. Здесь преобладают деревья, которые согласно местным поверьям приносят удачу: дуб, граб, платан, самшит, кавказская сосна, липа, ясень, боярышник, грушевые, яблоневые, алычевые, тутовые деревья и т. д. Фактически это музей садово-парковой культуры кабардинцев, и в таком качестве он был задуман с самого начала, получив в 1847 году название казенного, а затем — Атажукинского сада.

Как музей, находящийся под контролем государства, следует расценивать его и в будущем, бережно сохраняя заданный традицией облик местности, исторически связанный с социальной и даже политической организацией урочища Нальчик.

Согласно архивным данным, в 1744 году на территории, где стоит сейчас город Нальчик, и в радиусе 6–8 км от этой местности было расположено 42 кабардинских поселения, носящих имя их владельцев — князей, знатных и менее знатных дворян. Из них 10 аулов на реке Чегем, 11 аулов и крепостей на Шалушке, 21 — на реках Псычох (Белая речка), Нальчик и Кенже². По дан-

¹ *Кушов А.Х., Ругузов И.А.* Нальчикский парк. Деревья и кустарники. Нальчик, 1979. С. 5.

² Кабардино-русские отношения в XVI–XVII вв.: Документы и материалы в 2 томах. М., 1957. Т. 2. Док. № 93, 143. С. 114, 195.

ным И. Барковского, относящимся к 1753 году, число этих поселений составило к этому времени более чем 50 аулов. В непосредственной близости друг от друга, фактически на территории современной столицы республики, находились, утопая в садах, крепость и деревня верховного князя Кабарды Асланбека Кайтукина, его верного сподвижника и советника Жабаги Казаного, а также деревни еще 20 подвластных Асланбеку дворян: «Таува, Лагырс (Багырс), Алепша, Шагапца, Амзеж, Багур, Магукова, Вуку, Тзулан (Тоглан), Кандур, Уку (Укау), Карабой, Мекеня, Жанюко, Аксай (Агзаг), Бей, Кошуурокова, Колишпеев, Тамов, Салтанаков»¹.

Вследствие такой концентрации населения данное место стало и в последующем оставалось политическим и административным центром Кабарды, сменив выступавшее в этой роли место на реке Баксан, в районе горы Махогапс. На берегах Нальчика проходили многие княжеские, княжеско-дворянские собрания – хаса. Вследствие этого был сформирован соответствующий данному назначению ландшафт с обилием культовых деревьев, прежде всего дуба, боярышника, грушевых и других плодовых деревьев, в окружении которых, согласно традиции, должны были проходить собрания и съезды народа. Одним словом, организация и развитие культурного ландшафта урочища Нальчик осуществлялись под большим влиянием социальной и политической организации данного пространства.

На этой фактически готовой основе при Нальчикском укреплении и был создан казенный фруктовый сад, о чем свидетельствуют некоторые публикации того времени. «В верстах 7–8 от слободы Нальчик, вверх по реке того же имени, — читаем мы в одной из них, — некогда был кабардинский аул, а при нем рос прекрасный сад, значительно превосходивший своими размерами Атажукин»². Речь идет об ауле Токуланова (Тогланова). В верховьях Нальчика это был последний уцелевший после Ермолова аул. Просуществовав до 1866 года, в ходе земельной реформы он без согласия его жителей был присоединен к аулу Мисостова (Урвань).

Личность Атажуко Атажукина

В начале 1880-х годов известный российский публицист и статистик Я.В. Абрамов (1858–1906), которому принадлежат цитированные выше строки, в течение трех лет изучал состояние Нальчикского парка. Особое внимание уделил он развитию, которое получил парк, пока он «находился в кабардинских

¹ Кабардино-русские отношения в XVI–XVII вв.: Документы и материалы в 2 томах. Т. 2. Док. № 93, 143. М., 1957. С. 114.

² Абрамов А.В. Кавказские горцы // «Дело». № 1. СПб., 1984

руках», и тому, в какое запустение пришел, когда колонисты «получили возможность хозяйничать в нем». Для многих смысл этих высказываний и очень резких оценок не вполне понятен и по сей день. Поэтому нужно еще раз вернуться к событиям и обстоятельствам, связанным с основанием и развитием казенного сада.

Согласно архивным данным, еще в 1840-х годах в его создании и развитии активное участие приняли русские, грузинские, кабардинские аристократы: начальник центра Кавказской линии князь В.С. Голицын, сменивший его на этом посту грузинский князь Эрстов, а также полковник царской армии кабардинский князь Атажуко Атажукин. Пользовавшийся в народе непрекаемым авторитетом князь Атажуко Атажукин лично руководил посадкой деревьев на принадлежавшем ему участке в районе, где сейчас находится ресторан «Эльбрус». В его заботливые руки был передан затем весь парк, вплоть до Волчьих ворот. Морально и материально поддерживала князя во всех его начинаниях зарождающаяся кабардинская и балкарская интеллигенция, получившая образование в элитных учебных заведениях России. Из документов видно, — писал об этом Х.М. Думанов, — что князь неоднократно пользовался услугами Кабардинской общественной суммы, занимая деньги на приобретение разных сортов фруктовых деревьев, благоустройство сада, оплату труда садоводов и т. д.

Другой известный исследователь С. Бейтуганов свидетельствует, опираясь на достоверные источники, что владевший Нальчикским парком князь Атажуко Атажукин родился в 1811 году и умер в 1868 г.¹ Так же, как и Х.М. Думанов, он считает, что роль этого князя в сохранении Нальчикского природно-культурного комплекса трудно переоценить, что он имеет множество других достоинств и заслуг перед народом, и его имя напрасно и непростительно предано забвению².

Согласно архивным данным, на которые опирается С. Бейтуганов, Атажуко Атажукин умер 24 февраля 1868 года от лихорадки. Сохранился текст донесения об этом царю Александру II, составленный 25 февраля 1868 года начальником Кабардинского округа А.А. Нуридом: «Вашему императорскому величеству всеподданнейше доношу, что состоящий по армейской кавалерии и при Кавказской армии житель вверенного мне округа полковник князь Атажуко Атажукин 24 сего февраля волею божею от изнурительной лихорадки умер»³. По словам современников (Масловский, Потто), со смертью этого внушавшего большое и всеобщее уважение владельца «исчез древний тип кабардинского

¹ Бейтуганов С. Кабарда в фамилиях. Нальчик, 2002. С. 268.

² См.: Бейтугъэн Сэфэрбий. Гульытэ зыгъуэтыжыпхъэщ // Адыгэ псалгъэ. 2000. Августым и 12. Н. 2.

³ ЦГА КБР. Фонд И-2. Оп. 1. Д. 264. Л. 1.

князя и остался ничего не значащий титул». Это во многом объясняет причины упадка Нальчикского парка. После Атажукина он лишился заботливого ухода и строгого присмотра и вследствие этого постепенно пришел в запустение. Об этом не лучшем периоде истории Нальчикского парка и узнаем мы из публикаций Я.В. Абрамова, известного общественного деятеля Осетии А.Т. Цаликова¹ и др.

В труды некоторых краеведов странным образом проникла иная, прямо противоположная версия возникновения и последовавшего за ним разорения городского садово-паркового комплекса². Согласно этой версии, колонисты создали садово-парковый комплекс, а князь Атажукин и местные жители его разграбили, разрушили и разорили. Для опровержения этого ставшего ходячим мнения приведу еще одну цитату из публикации Абрамова: «Были здесь великолепные аллеи из лип и акаций, была превосходная круглая лужайка, обсаженная огромными персиками и тузовыми деревьями. Для поливки виноградников и некоторых частей нижнего сада был проведен из-за нескольких верст канал. В таком виде находился сад в кабардинских руках. Совсем иной вид получил он с тех пор, как русские получили возможность хозяйничать в нем. Канал заброшен. Виноградники не обрабатываются, и зеленые лозы одичавшего винограда скашиваются на корм скоту вместе с травой, которою заросли террасы. Плодовые деревья – молодые вырыты и пересажены в обывательские сады, а более старые – срублены на топливо. Липовые и акациевые аллеи истреблены самым беспощадным образом, и я много раз был свидетелем того, как истреблялись остатки этих аллей, причем в этом расхищении общественного достояния не церемонились принимать участие наиболее интеллигентные члены местного русского населения. Один из этих “интеллигентов”, вырубивший много липовых и акациевых деревьев, чтобы не покупать дров, на мой вопрос о том, не чувствует ли он некоторой неблагоприятности в своем поступке, ответил мне, что “здесь этим деревьям стоять не полагается”»³.

Такое поведение, надо отметить, было типичным для некоторых первых переселенцев на Кавказ. Уничтожение следов черкесской садово-парковой культуры явилось для них способом психологической адаптации к новым условиям жизни, не вполне осознанным последствием столетней войны с непокорным населением страны. Культурный ландшафт Черкесии казался переселенцам таким же чуждым и диким, враждебным и опасным, как и ее коренные жители.

¹ Цаликов А.Т. Кавказ и Поволжье. Очерки инородческой политики и культурно-хозяйственного быта. М., 1913.

² См.: Кушков А.Х., Ругузов И.А. Нальчикский парк. Деревья и кустарники. Нальчик, 1979. С. 6.; Афов А.А. Кабардино-Балкария. Путеводитель. Нальчик, 2005. С. 32.

³ Абрамов А.В. Кавказские горцы // «Дело». № 1. СПб., 1984.

Исследователи пишут в данной связи об «экофобном поведении» колонистов, концентрированным выражением которого стало варварское истребление черкесских садов. Многие из этих садов не только вырубали, но и целиком выжигали¹.

Иерархичность внутренней организации парка

Богатые традиции землепользования и садово-парковой культуры, как и другие лучшие традиции адыгского народа, действительно были сильно подорваны геноцидом, разорением и насильственным выселением в Турцию абсолютного большинства черкесского населения Кавказа. Но после окончания Кавказской войны многие ученые и бытописатели, настоящие русские интеллигенты, на основе сохранившихся артефактов изучили и подробнейшим образом описали экологическую культуру и уникальную практику хозяйствования уничтоженного в войне, разлученного с родиной и родной природой адыгского населения Кавказского края. Благодаря этим трудам, значительная часть из которых собрана в опубликованном недавно двухтомном издании «Старые черкесские сады»², адыгская садово-парковая культура получила признание не только в России, но и во всем мире. «Об изумительном богатстве так называемых старых черкесских садов мне известно давно», — писал в этой связи И.В. Мичурин³. С восхищением отзывался об организации в лесах Черкесии садово-парковых зон академик П.М. Жуковский⁴.

В числе деревьев, из которых состоит чудом уцелевший Нальчикский парк, на первом месте стоит дуб — царь, властелин деревьев, и отсюда именно так и переводимое адыгское название этого дерева — жыгей. Легко обнаружить в разных концах парка аккуратно посаженные целые группы дубов или маленькие дубовые рощи, которые являются любимым местом прогулок горожан. Например, очень много дубовых деревьев расположено слева от главной аллеи парка, а также по обеим сторонам Комсомольской аллеи. А пространство парка между городком аттракционов и четвертым озером почти целиком состоит из дубовых и грушевых деревьев, алычи и дикой черешни. По красоте

¹ *Тхагапсова Г.Г.* Экологические проблемы и последствия миграции российских переселенцев на Северо-Западном Кавказе 1817–1864 (к итогам Кавказской войны) // Информационно-аналитический вестник. Вып. 2. Майкоп, 1999.

² *Старые черкесские сады. Ландшафт и агрикультура Северо-Западного Кавказа в освещении русских источников. 1864–1914 / сост. С.Х. Хотко.* М., 2005.

³ *Мичурин И.В.* Соч. Т. 4. М., 1948. С. 618.

⁴ *Жуковский П.М.* Культурные растения и их сородичи (систематика, география, цитогенетика, иммунитет, экология, происхождение, использование). Л., 1971.

и по внутреннему духовному содержанию это, пожалуй, самая чудная часть Атажукинского сада.

Надо отметить, что в прошлом дубовые рощи были расположены во всех местах проживания адыгов. Остатки таких явно рукотворных дубовых, грушевых, ореховых, яблоневых рощ встречаются и сейчас на восточном побережье Черного моря, в том числе в черте приморских городов, например в Новороссийске, Анапе, Головинке, Сочи. В прошлом они считались священными и неприкосновенными. Известно, что дуб был у адыгов деревом бога грома и грозы Щыблэ, напоминая в этом отношении Юпитера – верховного бога древних римлян¹. С венком из дубовых листьев, верхом на диком кабане представляет адыгская мифология царя, или бога, лесов – Мэзытхьэ.

Настоящим украшением парка является боярышник, покрывающийся белыми цветами в мае, усыпанный красными плодами в сентябре. Но это еще и сакральное дерево – символ жизненной силы и мудрости. Из боярышника делали кабардинцы и балкарцы посохи, люльки для младенцев. В тени его ветвей, согласно преданиям, устраивали собрания языческие боги, мудрецы и вожди народа – традиция, которая была распространена среди хаттов, далеких предков абхазо-адыгских народов. «Под боярышником боги собрались на совет. Под боярышником тем – долголетие богов», – читаем мы в одном из образцов хаттской литературы².

Кусты и деревья боярышника встречаются во всех концах парка: в районе курзала, санатория «Долина нарзанов», в окрестностях ресторана «Эльбрус» и стадиона «Спартак». Боярышником и кавказскими соснами усажена также аллея, ведущая к стадиону, позади Дворца пионеров. Жаль, что этот наиболее близкий к жилому массиву города участок парка постепенно сужается, приходит в запустение и утрачивает былую красоту под натиском надвигающихся со всех сторон строений. (Это касается, вообще говоря, всей местности, прилегающей к стадиону, руководство которого, нисколько не заботясь о поддержании порядка и экологического равновесия в данном районе, только уродует и захламляет его.)

Особое значение имеют отдельные экземпляры и целые аллеи серебристого тополя – къэдабэщиху. Это могучее, раскидистое дерево, которое в большом количестве растет на территории санатория «Нальчик». По сложившейся традиции оно считается покровителем Кабарды как самостоятельной и суверенной страны или земли, своего рода символом ее государственности. Поэтому стоило бы такие деревья размножить и посадить во всех других местах парка, а также и в удобных, приемлемых для этого местах городской черты.

¹ Фрэзер Дж.Дж. Золотая ветвь. М., 1984. С. 161.

² См.: Луна, упавшая с неба. Древняя литература Малой Азии. М., 1977. С. 58.

Общую красоту и гармонию садово-паркового комплекса поддерживают вечнозеленые сосны, пихты, ели. То же нужно сказать и о самшите — чэщей, хьэмшытIэ. Это еще одно из украшений парка, с которым, так же как и с боярышником, у народов Кавказа связаны позитивные эмоции, интереснейшие культурные традиции. Из самшита делали в прошлом почти всю посуду — ложки, миски, тарелки, а также отдельные детали люлек для детей. Изделия из этого дерева были настолько красивы, чисты и аккуратны, что стали для кабардинцев символом, метафорическим обозначением идеальной чистоты и гармонии, мерой эстетического совершенства предметной среды. Кроме того, адыги, так же как и иудеи, изготовляли из самшита семисвечник — хьэмшытIэ къудамибл. После уборки хлеба, в так называемую ночь Созереша (бога ветров и плодородия), этот семисвечник приносили в дом и, поставив на подушки, зажигали и молились, обращая свои просьбы о благоденствии к Созерешу¹.

Очень много в парке грушевых деревьев и рощ, отнесенных культурной историей кабардинцев и балкарцев к священным. Об этом можно было бы очень много сказать. Достаточно вспомнить священное грушевое дерево Раубазы в Верхней Балкарии, которому поклонялись все балкарцы как божеству, называя его Иман-терек — «Дерево веры»². В 20-х годах XX столетия, когда это дерево срубили, жители Верхней Балкарии разобрали по домам его ветви и даже щепки, считая, что это принесет им удачу и благоденствие.

С таким же благоговением относились к грушевым деревьям адыги. По словам Дж. Фрэзера, они считали грушевое дерево покровителем домашнего скота и совершали с его ветвями манипуляции, аналогичные тем, что совершались с ветвями самшитового дерева. Отмечается, что для использования в священных ритуалах молодую грушу срезали в лесу, приносили домой, очищали и поклонялись как божеству. «Такая груша, пишет Фрэзер, — есть почти в каждом доме. В день осеннего праздника дерево с большой торжественностью под звуки музыки и радостные восклицания всех обитателей, которые поздравляют его с благополучным прибытием, вносится в дом. Грушу украшают свечами, а к вершине прикрепляют головку сыра. Вокруг нее едят, пьют и поют песни»³.

Надо заметить, что дикие кавказские грушевые деревья могут соперничать по красоте и величию с дубами. Великий кабардинский поэт Ляша Агноков в своих стихах не зря воспел красоту, духовную силу и энергетику грушевых деревьев,

¹ Хан-Гирей. Записки о Черкесии. Нальчик, 1978. С. 98.

² Лавров Л.И. Карачай и Балкария до 30-х годов XX в. // Кавказский этнографический сборник. Вып. IV. М., 1969. С. 93–94, 109–119; Азаматов К.Г. Пережитки язычества в верованиях балкарцев // Из истории феодальной Кабарды и Балкарии. Нальчик, 1980. С. 143–161.

³ Фрэзер Дж.Дж. Золотая ветвь. С. 120.

сравнивая их с богинями горных рек. В одном из этих стихотворений, сокрушаясь по поводу скоротечности отпущенной человеку жизни, он просит Бога дать ему еще одну жизнь в ипостаси грушевого дерева. Могучие, раскидистые и действительно необычайно красивые грушевые деревья можно встретить во всех самых отдаленных уголках Нальчикского парка. Но настоящим гимном и данью огромного уважения этому дереву является знаменитая Грушевая роща, именем которой назван самый большой курортный комплекс Нальчика.

В парке много других восхитительных мест. К их числу относятся посаженная еще Атажуко Атажукиным знаменитая липовая аллея, ведущая к ресторану «Эльбрус», спускающиеся в этом месте к фонтану и реке белые ступени, утопающие в тени нависающих деревьев, великолепная сосновая роща, расположенная за Дворцом бракосочетания. Органически вписались в рельеф местности многочисленные курорты, пансионаты, дома отдыха. Гордостью нальчан и всех жителей республики являются Зеленый театр, сооруженный в стиле театров Древней Греции и Рима, здания водогрязелечебницы и курзала, городок аттракционов, собирающий ежедневно сотни восторженных детей.

Однако многие из этих сооружений постепенно приходят в запустение и нуждаются в капитальном ремонте и серьезной реконструкции, отвечающей всем современным требованиям, и не в последнюю очередь – нравственно-эстетическим и экологическим.

Перспективы развития парка

Согласно архивным данным, накануне революции большой вклад в возрождение Атажукинского парка внесло организованное местной элитой «Общество благоустройства Нальчика» под председательством начальника Кабардинского округа С.К. Клишбиева. В деятельности общества активное участие принимали все его члены, в том числе Т.И. Наурузов, Х. Тавкешев, Т.О. Шипшев, Б. Шаханов и др. В 1920 году в защиту парка выступил известный врач и общественный деятель Измаил Абав¹.

В 1920–1930-х годах возрождению парка было уделено особое внимание. Благодаря усилиям Бетала Калмыкова в Нальчикском (Кабардинском) парке возродились и получили развитие традиции местной садово-парковой культуры, были обустроены и украшены все его аллеи. В послевоенное время, и особенно начиная с 1970-х годов, эти традиции были преданы забвению, и сейчас происходит медленное выхолащивание его этнокультурного содержания. Вместо погибающих деревьев подсаживают главным образом ели,

¹ Думанов Х.М. Указ. соч. С. 4.

которые часто не приживаются, чахнут, как и многие другие деревья, которые в таком виде и в таком количестве не вписываются в заданную традицией общую концепцию парка.

Но дело не только в этом. Известно и уже доказано специалистами, что скопление елей вызывает приступы слабости и головной боли, то есть деревья негативно действуют на самочувствие и здоровье человека. И напротив, есть деревья, которые повышают жизненную силу, укрепляют здоровье и излечивают от многих серьезных заболеваний. С экологической точки зрения к числу благотворных относятся дубы, боярышник, грушевые, яблоневые, вишневые деревья. Но как раз этими деревьями не пополняется Нальчикский парк, хотя именно такая хорошо выверенная эстетико-терапевтическая его концепция была предложена с самого начала Атажуко Атажукиным.

Негативно сказывается на общем состоянии парка и уничтожение кустарников: шиповника, калины, самшита, барбариса. С одной стороны, из-за этого из парковой зоны исчезают птицы так называемого нижнего яруса: дрозды, синицы, стрижи и другие, — которые питаются вредными для деревьев насекомыми. А с другой — уменьшается уровень поглощения выбросов выхлопных газов. По оценкам специалистов, большой вред наносит парку и постоянное скашивание в нем травы. Плохой травостой снижает влажность почвы и в немалой степени способствует засыханию деревьев, особенно молодых.

Все это, на наш взгляд, наносит парку и большой эстетический ущерб. В самом деле, декоративные кустарники с зеленой листвой, яркими цветами и плодами придали бы парку больше разнообразия, красоты, законченности, а щебетание птиц, лаская слух, усилило бы ощущение близости с природой. Ведь в настоящее время здесь, так же как и в городских скверах и садах, можно услышать только крики ворон. Они, как заметили многие, чувствуют себя настоящими хозяевами парка, целыми стаями охотятся за белками, уничтожая их.

Деграция парка связана во многом с отсутствием внятной культурной, нравственной, экологической политики. Настоящей трагедией, эстетической катастрофой обернулось для культурного ландшафта столицы изменение прилегающего к нему русла реки Нальчик. По свидетельству Я.В. Абрамова, в конце XIX века именно здесь была сосредоточена лучшая часть парка. Люди старшего поколения еще застали остатки этого неповторимого пейзажа с великолепными лужайками, раскидистыми мощными деревьями по извилистым и необычайно красивым берегам реки. Летом здесь отдыхали, купались тысячи людей всех возрастов.

Казалось бы, всё, что требуется в этих условиях от городских властей, — укрепить, украсить, очистить берега реки, бережно сохраняя обаяние природы, повторяя избранное самой рекой ее течение. Но они пошли по другому, явно ошибочному пути. И сейчас мы имеем мертвый, унылый, псевдокультурный

ландшафт с болотами вместо озер, с каменистыми оврагами и глыбами бетонных плит вместо солнечных лужаек, травы и деревьев, с хмурым и враждебным провалом реки, подмывающей берега Вольного аула, с зияющими провалами высохших озер. Прилегающий к реке район лишился прежнего обаяния, стал одним из компонентов эстетически ущербной, агрессивной среды.

Настоящим бедствием стало в последнее время захламливание русла реки Нальчик, а также многих заброшенных территорий парка битой посудой, пустыми банками и бутылками, бумажным и пластиковым мусором. Следует напомнить в данной связи, что окружающая среда (реки, парки, сады, и в особенности леса) – это живой организм, который способен не только дарить хорошее настроение и здоровье, но и мстить за плохое, непочтительное к себе отношение.

У автора статьи состояние Нальчикского парка вызывает наибольшие опасения именно в этом отношении. Обращает на себя внимание резкое и, видимо, не случайное сокращение числа его посетителей. В прошлом, в 1950–60-е годы, по вечерам по главной аллее парка и Кабардинской улице прогуливались тысячи, десятки тысяч людей. Сейчас их единицы. Не исключено, что на каком-то интуитивном уровне ощущается, что среда стала здесь ущербной и враждебной, не вполне пригодной для отдыха.

Однако еще не все потеряно. Нужно исправить, привести в надлежащий вид все, что осталось от реки: соорудить несколько красивых капитальных мостов, соединяющих город с Вольным аулом, сконструировать удобные для прогулок набережные с обилием насаждений, отвечающих духу традиционной садово-парковой культуры кабардинцев и балкарцев и т. д. Следует подумать также о ликвидации большинства озер и о другом, более приемлемом для садово-паркового комплекса использовании освободившихся территорий. В этой части парк нуждается в хорошо проработанной, грамотной и всеобъемлющей реконструкции. То же самое следует сказать и о некоторых других территориях в пространстве парка. Особенно это касается верхней, в настоящее время обезлюдившей, мало посещаемой территории парка. Многие участки в окрестностях санатория «Долина Нарзанов», Ботанического сада, Волчьих ворот заброшены, превращены в свалки для мусора, что совершенно недопустимо.

Конечно, все это не остается без внимания общественности, а также экологов, биологов, ботаников. Судьба парка волнует жителей республики. Однако трудно представить, чтобы насущные культурно-исторические проблемы Нальчикского садово-паркового комплекса стали предметом организованного и хорошо продуманного обсуждения в ученых кругах, среди депутатов городского собрания, республиканского парламента или в специально подготовленной передаче по телевидению. Между тем меры, способные сдвинуть данную проблему с мертвой точки, напрашиваются сами собой.

2.9. ТАНЦЕВАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КАБАРДИНЦЕВ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЭТНОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДА

З.М. Кешева

Исторический рубеж конца XX — начала XXI веков характеризуется сложной этнокультурной обстановкой. Процессы модернизации, глобализации, интернационализации всех сфер и областей жизнедеятельности оказывают все возрастающее влияние на ход исторического развития. Происходят значительные изменения в культуре этноса, увеличивается опасность его социокультурной энтропии, деэтнизации, обостряются противоречия между современным и традиционным, наблюдается процесс взаимовлияния и взаимопроникновения различных культур. Особенно ярко и интенсивно эти процессы проявляются на Северном Кавказе, уникальном в мультикультурном плане регионе России, где сформировалась своеобразная самобытная северокавказская культура, впитавшая в себя сотни различных этнических культур и традиций. Здесь особое значение имеет сохранение социальной и духовной целостности российского многонационального общества и государства. Вместе с тем конец XX — начало XXI веков ознаменовались для всех народов Северного Кавказа тяжелыми межнациональными конфликтами, военными и политическими противостояниями. В современных условиях изучение этнонациональных особенностей народов, живущих в ЮФО, создание системы этнокультурных брендов окажут несомненное влияние на формирование и укрепление конструктивного образа Северного Кавказа.

Стабильность и целостность Северо-Кавказского региона во многом зависит от тех процессов, которые происходят в Кабардино-Балкарии, так как в плане сохранения мира и спокойствия она занимает одно из центральных мест на Северном Кавказе. В Кабардино-Балкарии сосредоточен курортно-рекреационный комплекс федерального значения. Приэльбрусье, Чегемские водопады, Голубые озера — это уже известные бренды, привлекающие в республику множество туристов. И сейчас в Кабардино-Балкарии ведется активная работа по развитию индустрии туризма. К сожалению, средствами массовой информации создается порой негативный облик северокавказских народов. Одним из способов разрушения этого стереотипа может явиться создание новых культурных брендов.

Одним из ярких этнологических брендов Кабардино-Балкарии может стать институт «Адыгэ джэгугу» — адыгское игрище. Самым подробным образом проблемы, касающиеся действия игрищ, освещены в монографии доктора

исторических наук, директора КБИГИ Б.Х. Бгажнокова «Черкесское игрище»¹. В ней описаны виды адыгских игрищ, система управления игрища, танцевальное поведение в кругу, танцевальный этикет, проведение скачек на приз, джигитовка и множество других моментов.

Танцы издавна являлись одним из красивейших и важных моментов игрища. Танцевальное искусство как часть духовной культуры занимает важное место в жизни этноса и является одним из источников для его исследования. Танец откликался на все события практической и духовной жизни человека, охватывая все стороны его существования², и поэтому он является, как и всякое искусство, способом познания жизни человека и этноса в целом, его отношения к окружающей действительности. Выдающийся танцор М. Эсамбаев, имевший в своем репертуаре танцы разных народов мира, отмечал: «Для меня узнать народ — значит узнать его танец, рожденный выдумкой, изобретательностью, воображением, разумом народа. Танцы, которые издревле живут в народе, это подлинная энциклопедия жизни. В каком бы далеком краю вы ни оказались, взглянув на танцы народа, вы живо почувствуете склад обитателей этой страны, существо их национального характера»³.

Танец являлся спутником человеческого общества на протяжении многих веков его развития, представляясь древнейшей формой социальных отношений. С помощью танца из поколения в поколение передавались определенные знания, опыт, приобретались трудовые и воинские навыки, совершенствовалось и закалялось тело, с помощью танца лечили и отдыхали⁴.

Кабардинские народные танцы имеют три разновидности: удж, исламей, кафа. Уджи являлись, как правило, круговыми танцами. Рисунку танца придавали магическое значение, движение происходило в раз и навсегда установленном направлении. По тому же принципу строился и хоровод, один из самых древних народных обрядов, занимавший важное место в генезисе устного народного творчества. Хоровод представляет собой открытый или закрытый круг танцующих, следующих цепочкой друг за другом. Хоровод — это начало национального танца⁵. Форма круга являлась магической и символизировала для древних людей солнце, от благосклонности которого зависело их существование.

Удж — в дословном переводе «топаться»⁶. Уджи — наиболее древняя форма массовых танцев, бытовые функции которых были довольно разнообразны.

¹ Бгажноков Б.Х. Черкесское игрище. Нальчик, 1991.

² Поспелов Г.Н. О природе искусства. М., 1960. С. 152.

³ Пожидаев Г. Повесть о танце. М., 1972. С. 85.

⁴ Все о балете: Словарь-справочник. М.; Л., 1966. С. 438.

⁵ Карбанова С.Ф. Танцы малых народов юга Дальнего Востока СССР как историко-этнографический источник. М., 1979. С. 5.

⁶ Шавлохов М.М. Симд. Цхинвали, 1980. С. 14.

К ним относились магические и обрядовые танцы, приуроченные к началу полевых работ, уборке урожая, каким-либо событиям в животноводческом быту. Таким образом, уджи можно разделить на 3 группы: культовые, трудовые и обрядовые. Следует отметить, что «с течением времени созданные народом художественно-образные танцевальные формы могли быть использованы как во время культовых ритуалов, так и на семейно-бытовых обрядах, тем более что культовые ритуалы постепенно переплетались с обрядами семейных, общинных, общенародных празднеств»¹. Разумеется, такое деление уджей достаточно условно.

Характерной чертой культовых плясок адыгов был медленный круговой хорост в честь языческих богов, которым они поклонялись. В этой связи следует отметить «Тхашхо-удж» — танец с песнопением в честь великого верховного бога, «Шыблэ-удж» — в честь бога грома и молнии. Человек, умерший от удара молнии, считался у древних адыгов избранником бога. Его предавали земле с почестями и вокруг могилы совершали ритуальный круговой танец, в котором принимали участие и мужчины, и женщины. «Тхагэлэдж-удж», как и «Тхашхо-удж», сопровождался песнопением. Тхагэлэдж — покровитель растительного мира, земледелия и хлебопашества. Танцевали также «Псыхогуаше-удж» и «Псатхэ-удж». Характерный порядок исполнения круговых уджей описывает Н. Дубровин: «Мужчины и женщины составляли круг и с припевом “орираша” потихоньку передвигались с места на место, пока не обойдут весь круг. Танец этот довольно монотонен, все двигались... плавно, не делая никаких быстрых движений, а только приступая вправо и влево, с одной ноги на другую»².

Адыгский просветитель XIX века Хан-Гирей писал: «Достоинно замечания, что предки нынешних черкесов во времена язычества призывали благословения боготворимых им предметов и изъявляли им свою признательность плясами, что явствует из древних плясовых песен. Есть и ныне старики, неоднократно участвовавшие в подобных плясках, когда совершаемы были празднества в честь грома и проч. Они говорят с сожалением, что благословенные времена старины имели много прелестей, которые ныне, среди буйных забот жизни, стали редки на их родине»³.

Удж-хэш (удж-хеш) относится к группе трудовых уджей. Вероятно, его появление было связано с трудовым процессом. У предков кабардинцев существовал обычай устраивать щЫхьэху (коллективная помощь, оказываемая кому-либо

¹ Шу Ш.С. Народные танцы адыгов. Нальчик, 1992. С. 19.

² Дубровин Н. Черкесы (Адыги) // Материалы из истории черкесского народа. Нальчик, 1991. Вып. 1. С. 116.

³ Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 169.

при строительстве дома, сельхозработах)¹. Для выполнения трудоемких работ собиралась молодежь, и при выполнении однообразных движений рождались танцевальные элементы. Тогда же выработался прием поддерживать под руку соседа. Использование данного приема вносило в коллективный труд чувство консолидации, движения приобретали устойчивость, синхронность. Постепенно вырабатывался обычай чередования в трудовом процессе, а затем и в танце мужчин и женщин. В кабардинском Удж-хэш имитируется процесс молотья. Продвижение в нужном направлении определял крайний первый исполнитель. Затем плотной линией, переступая мелкими шагами, шеренга двигалась то вправо, то влево. «Трудовой» удж упоминается в нартском сказании «Как Батараз заставил одноглазого великана плясать»: «“Слушай, сын старого иныжа, — сказал Батараз, — давай вместе спляшем удж, кто кого перепляшет. А не хочешь — поборемся!..” Начали они танец удж у подножия горы, приблизились к верхнему селению и стали переходить из двора во двор, утолчивая землю у каждого дома. Так, танцуя, перешли в средний аул, а из среднего в нижний, вытоптали траву и в этих селениях. Сын одноглазого так ослабел, что еле ноги волочил, а Батараз только разошелся...»²

Следует сказать, что во время игрищ молодежь имела возможность пообщаться, не вызывая досужих разговоров, лишь в процессе уджей. Однако и здесь нужно было соблюдать ряд условностей. «Надобно заметить, что общественное мнение требует, чтобы девица не танцевала часто и продолжительно с одним мужчиной, и, напротив, почитается более приличным по очереди плясать со многими»³. Часто девушки были вынуждены танцевать с партнерами, которые были им не по нраву. Тогда они прибегали к помощи хъуэрыбзэ (аллегорический язык, иносказание)⁴. Яркий пример хъуэрыбзэ — разговор Малечипх с Пануко из нартского сказания «Как Малечипх с Пануко танцевали удж»:

*Тут, не мешкая нимало,
Будто щелкая орешки,
Дочь Малеч без счета стала
Сыпать колкие насмешки:
«Если ты лишен отваги,
Не пеняй на незадачу!
Нарт Пануко, ты в овраге
Потерять способен клячу.*

¹ Словарь кабардино-черкесского языка. М., 1999. С. 817.

² Нарты. Кабардинский эпос. М., 1951. С. 301.

³ Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 166.

⁴ Словарь кабардино-черкесского языка. С. 742.

*Мальчикам ты проиграешь...
Мало проку в старой тыкве,
Что зовешь ты головою,
Волосы твои сравню я
С прошлогоднею травой,
Станом ты хребет ослиный
Превзошел по безобразью,
Ряд зубов, торчащих криво,
Был бы доброй коновязью»¹.*

Обрядовые уджи, вырастая из форм магических актов и теряя свое первоначальное значение, стали элементом разнообразных, в основном свадебных, торжеств. Одним из этих уджей является удж-хъурей (удж-хурей), название которого свидетельствует о круговой форме танца. Удж-хурей имел сходные хореографические приемы с шибле-уджем и тхашхо-уджем. Культовые ритуалы постепенно переплетались с обрядами семейных, общинных, племенных и общенародных празднеств, приурочиваемых к различным событиям жизни, памятным датам, где они выливались в различные театрализованные и плясовые представления.

Удж-хурей исполнялся в определенные эпизоды свадьбы, в нем участвовало большое количество исполнителей. В уджах принимали участие все, независимо от знатности: «мужчины, взяв под руки девушек, становятся в кружок в виде русского хоровода и двигаются постепенно в правую сторону, притопывая каблуками»². С течением времени «Удж-хурей» был утерян у ряда адыгских народов, в том числе и у кабардинцев. А вот у черноморских шапсугов в Адыгее он сохранился, трансформировавшись в танец-величание, танец — гимн женщине. Исполнение его на свадебных торжествах встречается еще и в наши дни³.

Наряду с индивидуальными и парными танцами существовали также танцы-соревнования. Эти танцы авторы XIX века называли лезгинкой. Хан-Гирей так описывал лезгинку: «...один, выступая на середину зрителей, пляшет, выделявая весьма проворно разные движения ногами. В этой пляске участвуют и девицы, но как они, так и мужчины, не делают *неблагопристойных движений* (выделено мной. — З.К.), что бывает у других азиатских народов»⁴. «Неблагопристойные движения» включали в себя резкие перемены положения верхней части корпуса,

¹ Нарты. Кабардинский эпос. С. 373.

² Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 166.

³ Нагайцева Л.Г. Указ. соч. С. 23.

⁴ Хан-Гирей С. Указ. соч. С. 166.

глубокие наклоны в стороны, выбросы рук с растопыренными пальцами, оскал зубов и так далее¹. Такие телодвижения противоречили строгости и сдержанности, характерной для адыгской хореографии. К сожалению, современные национальные хореографы, стремясь привлечь внимание зрителей изображением псевдокавказского темперамента, злоупотребляют подобными приемами.

Наряду с уджем, лезгинку выделяли Н. Дубровин, Дж. Белл, Дж.А. Лонгворт и другие. Дубровин называл этот танец «кафеныр» — род лезгинки, которая танцуетя одним мужчиной или одной девушкой. «На середину площадки выходил обыкновенно молодой шестнадцатилетний юноша, раздавались звуки лезгинки, и юный танцор открывал народный танец. Танцующий то становился на острые носки своих чевяк, то совершенно выворачивал ноги, то описывал быстрый круг, изгибаясь на одну сторону и делая рукою жест, похожий на то, как всадник на всем скаку поднимает с земли какую-нибудь вещь»².

Танцы-соревнования были очень популярны и выполняли ряд функций: они способствовали физической закалке, воспитывали выносливость, были средством самовыражения, учили молодежь проявлять волю и характер и т. д. По свидетельству И.Ф. Бларамберга, бывавшего на Кавказе в 30–40-х годах XIX века, танец-соревнование был чрезвычайно популярен у адыгов (черкесов) и производил на наблюдавших его путешественников неизгладимое впечатление: «...па состоят из маленьких прыжков, но надо сказать, что положение ног, почти всегда повернутых внутрь, делает их очень трудными... Два танцора становятся лицом друг к другу с оттянутыми назад руками и выделывают прыжки и различные движения ногами с удивительной ловкостью и легкостью»³.

Вершиной исполнительского искусства считался «Танец на носках» (или танец на пальцах). Еще в начале XVIII века итальянский путешественник Э.Д. Д'Асколи упоминал этот прием исполнения. «Танец на пальцах» известен у ряда народов Кавказа. Лезгины используют этот технологический прием в «Хкердай макъам» (лезгинка), чеченцы и ингуши в «Нухчи», «Калчай», грузины — в «Церуми», осетины — в «Рог-кафте», «Зилга-кафте». «Танец-соревнование на носках между парнями и девушками бытовал до 1900-х годов. Танец начинался с «Зилга-кафта». Закончив его, девушка слегка поднимала платье и начинала «Танец на носках». Парень выделывал то же, но по-мужски, более энергично... Этот танец, требовавший от исполнителей особой выдержки и умения держаться на носках до конца, продолжался минут 30»⁴.

¹ Шу Ш.С. Народные танцы адыгов. Нальчик, 1992. С. 35.

² Дубровин Н. Черкесы (адыги) // Материалы из истории черкесского народа. Нальчик, 1991. Вып. 1. С. 116.

³ Адыги, балкарцы, карачаевцы в известиях европейских авторов XIII–XIX вв. / сост. В.К. Гарданов. Нальчик, 1974. С. 388.

⁴ Туганов М. Литературное наследие. Орджоникидзе, 1977. С. 91–92.

Кабардинцы использовали «танец на пальцах» чаще всего в «Исламее». Исламей отличался от других кабардинских танцев темпом и характером исполнения, внутренней энергией, развитой техникой. По поводу возникновения названия танца существует несколько версий. По мнению известного адыгского органиолога и этнографа Ш.С. Шу, оно возводится к адыгскому языку и состоит из слов «ис» — втыкай, «лъэ» (тле) — нога, в данном случае «пальцы ног», и «мий» или «мис» — здесь или сюда, а в целом переводится как «втыкай пальцы ног здесь» или «танцуй на носках»¹. Такое название вполне соответствует манере исполнения танца.

Знаменитая восточная фантазия «Исламей» М.А. Балакирева была создана в период расцвета ислама, который наблюдался здесь в середине XIX века. Русский композитор, организатор «Могучей кучки» М.А. Балакирев (1836–1910) несколько раз приезжал на Кавказ. Композитор любил слушать горских музыкантов, неоднократно бывал в кабардинских и черкесских (адыгских) аулах, знакомился с песнями и наигрышами горцев². Одна из мелодий, сопровождавшая искрометный танец, вдохновила композитора на написание восточной фантазии «Исламей» (1869) для фортепиано. После издания в 1870 году произведение получило быстрое распространение по всему миру. Знаменитый венгерский композитор Ф. Лист часто играл его на своих концертах. Уже многие десятилетия не проходит в мире ни один крупный конкурс пианистов, в обязательную программу которого не был бы включен «Исламей» М.А. Балакирева.

Исламей в XIX веке представлял собой сольный и парный танец, его могли танцевать и несколько человек. Танец парня и девушки представлял собой своеобразный диалог и назывался «Парный исламей». К настоящему моменту «Исламей» претерпел значительные изменения.

По принципу танца-диалога, но более лиричного, плавного, строилась и кабардинская кафа (къэбэрдей къэфэ). «Къэфэ» в переводе с кабардинского означает «танец», «пляска». В народном понимании образ «къэфэ» сравнивался с морем, свободным и широким, с приливом и отливом волны. Об искусном танцоре говорили: «Псым есым хуэдэу къофэ» («Танцует, как плывущий по воде») или «Псым хуэдэу къофэ» («Танцует плавно, как вода»). В кафе юноша не должен был близко приближаться к девушке, не мог взять ее под руку. Но танцевальные приемы и средства выразительности позволяли юноше, пусть и сдержанно, выражать свои чувства. Таким образом, кафа — танец лирический, танец для двоих. Танец всегда начинал юноша: «Один из танцующих подходил к девушке и делал ей поклон и приглашение. Она выпала на середину и стыдливо опускала свои глазки. Танец женщины отличался

¹ Шу Ш.С. Народные танцы адыгов. Нальчик, 1992. С. 37.

² Хавпачев Х. Профессиональная музыка Кабардино-Балкарии. Нальчик, 1999. С. 4.

от танца мужчины: она двигалась по кругу медленно, точно будто плавала или тихо скользила по полу, осторожно изгибалась, а больше держалась в прямом положении, изредка делая умеренные взмахи руками»¹.

При исполнении кафы всегда ценилось умение держать корпус ровно, ходить плавно, «без подпрыгиваний», незаметно переступая, что очень сложно, и не каждому танцору это под силу. На наш взгляд, именно в кафе в полной мере был отражен характер кабардинцев: мужественный и гордый у мужчин, скромный и полный достоинства у женщин. Недаром у ряда кавказских народов существуют танцы, прообразом которых послужила кабардинская кафа.

Вплоть до начала XX века кафа была исключительно парным танцем, но с созданием профессиональных и самодеятельных танцевальных коллективов появился ее сценический вариант и она претерпела значительные изменения, причем не только на сцене, но и в традиционном, бытовом варианте. В свадебном обряде кабардинцев существовали специальные кафы, например, уасэ 1ых къафэ. Она исполнялась, когда к родителям жениха приезжали представители невесты за калымом (около 20 всадников). Уасэ 1ых къафэ танцор танцевал на одном месте, лишь меняя направление корпуса. Музыкальное сопровождение к этой кафе было особым, как только гости заканчивали танцевать, мелодия менялась. В день ввода невестки в большой дом устраивался танец вдов рода. Танцевали и все женщины рода, вышедшие замуж и пришедшие на свадьбу.

Танцы являлись одним из главных украшений адыгского игрища. Раньше так назывался весь комплекс игрищного действия, включавшего в себя множество компонентов и, как отмечает Бгажноков, нес в себе все черты средневекового праздника или карнавала. Традиционно это было широкое, как правило, многодневное действие. Органически вплетались в ткань игрища жертвоприношения, молитвы, обряды магического свойства.

Адыгэ джэгу (адыгское игрище) – сложнейший организм, складывавшийся веками и в определенный период существования адыгского общества представлявший собой отлаженный механизм, действие которого было четко продумано и строго регламентировано. «Оно (игрище. – З.К.) служило средством установления и утверждения определенных принципов человеческого существования, определенных социальных и нравственных ориентиров... Нельзя не только показать, но даже вообразить поэтику игрищ без каких-либо строго установленных ориентиров, предписаний стандартов, без определенной заранее заданной последовательности церемоний, обрядов, формул»².

Танцы, занимавшие центральное место в игрищном действии, также были подвержены четкой регламентации и управлению. Б.Х. Бгажноков выделяет три

¹ Дубровин Н. Черкесы (Адыги) // Материалы из истории черкесского народа. Нальчик, 1991. Вып. 1. С. 116.

² Бгажноков Б.Х. Черкесское игрище. Нальчик, 1991. С. 22.

тесно взаимосвязанные структуры, ориентированные на управление: 1) совет старейшин — хасэ; 2) публика; 3) распорядитель с подчиненными ему помощниками и музыкантами¹. Распорядитель танцев хатяико должен был хорошо знать репертуар музыкантов, для особо почитаемых и уважаемых людей должны были звучать подходящие им мелодии, по знаку хатяико музыканты снижали темп исполнения, создавая танцору более комфортные условия. А.Н. Соколова отмечает: «Чтобы быть хатяико, надо иметь большой талант и непререкаемый авторитет в обществе. На свадебные торжества могли собираться сотни и сотни людей, и хатяико должен был красиво и легко управлять ими»².

Говоря об институте хатяико, нужно отметить, что сам по себе термин «хатяико» не прижился в кабардинском обществе. В то же время институт хатяико продолжает существовать у причерноморских шапсугов и у зарубежных адыгов. У хатяико (джегуако) были помощники среди мужской и женской половин, обычно один помощник среди парней и одна помощница среди девушек, следившие за порядком выхода танцоров в круг, за соблюдением всех канонов танцевального этикета. «В таких собраниях назначается несколько расторопных людей для наблюдения за порядком в кругу пляшущих. Их обязанность состоит в том, чтобы народ не теснил пляшущих, а равно чтобы и конные наездники не слишком приближались. Кроме этих надзирателей еще несколько человек, более почетных, назначаются по особому выбору хозяина, и их обязанность почитается важнейшей: они приводят девиц к пляшущим мужчинам, строго соблюдая принятые приличия, состоящие в том, чтобы приезжие гости не оставались без дам и проч.»³.

По поводу обозначения распорядителя танцев и игрища в целом существуют некоторые разночтения. Б.Х. Бгажноков идентифицирует хатяико с джэгуаклуэ у кабардинцев, черкесов и большей части горных шапсугов. У западных адыгов джэгуаклуэ (игрецами) называли весь ансамбль музыкантов, включая распорядителя танцев хъатыякю⁴. В то же время джегуако (странствующие певцы, барды, сказители), по общепринятому мнению, не были привязаны к одному месту, а свободно путешествовали и слагали песни, славившие подвиги национальных героев. В этом смысле деятельность джегуако как певцов и сказителей трудно переоценить, так как в бесписьменном обществе они являлись единственными носителями устной народной культуры, благодаря им из поколения в поколение передавалась ценная информация, позволявшая судить о событиях, не зафиксированных в письменных источниках.

¹ Бгажноков Б.Х. Черкесское игрище. Нальчик, 1991. С. 41.

² Соколова А.Н. Магомет Хагаудж и адыгская гармоника. Майкоп, 2000. С. 25.

³ Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 166.

⁴ Бгажноков Б.Х. Указ. соч. С. 43.

На общественных и семейных торжествах джегуако в основном выступали в роли поэтов, певцов, а танцевали обычно гости. Но и среди них были известные танцоры, сохранявшие народные танцевальные традиции и создававшие новые хореографические приемы. Танцевали джегуако обычно в узком кругу либо, за пределами своих земель, демонстрируя хореографическое искусство своего народа. Николай Витсен, известный государственный деятель Нидерландов, описал танец адыгских профессиональных танцоров джегуако на приеме у Петра I. Скорее всего, это были придворные джегуако А. Бековича-Черкасского: «Невозможно описать прыжки и быстрые изгибы тела, которые они делали... Представление длилось полтора часа и имело развернутый сюжет, оба танцора обладали высочайшим исполнительским мастерством, вплоть до исполнения акробатических приемов»¹. И все же джегуако были более известны как певцы, сказители и сочинители. В зависимости от количества участников того или иного торжественного мероприятия варьировалось и количество танцоров. Общеаульские свадебные торжества привлекали большое количество участников, поэтому исполнявшиеся на них танцы носили массовый характер. Исполнение массовых танцев требовало большого танцевального пространства. По замечанию Хан-Гирея, «...иногда круг бывает так велик, что внутри его помещаются музыканты, скрипачи, флейтчики, посторонние лица»². А иногда были и всадники на конях.

Говоря об адыгском игрище, нельзя не упомянуть о ярком его представителе и обязательном участнике — ажагафа (ажэгъафэ — шут, скоморох, ряженный)³. Танец ажагафа зародился в далеком прошлом как тотемическая или производственно-магическая пляска, позже превратился в культовый ритуал, посвященный божеству плодородия и земледелия Тхагаледжу. Обряд символизировал оплодотворение, смерть и воскрешение сил природы. Главный персонаж данного обряда — тотемный ажагафа — танцующий козел. Исполнитель роли ажагафа носил черную войлочную маску, длинную бороду из шерсти, поверх одежды он носил вывернутую овчинную шубу, на голове были приделаны козлиные рога, сзади висел хвост⁴. В последующем используемые ажагафой художественные образы, построенные на древнейших формах и приемах исполнения, больше соответствовали праздничному настроению людей, превращались из мистического действия в зрелищно-развлекательное.

¹ Адыги, балкарцы, карачаевцы... С. 97.

² Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 166.

³ Словарь кабардино-черкесского языка. С. 22.

⁴ Шу Ш.С. Музыка и танцевальное искусство // Культура и быт колхозного крестьянства Адыгейской автономной области. М.; Л., 1964. С. 191.

На развитие танцевальной культуры адыгов свое влияние оказало внедрение ислама. Мусульманская религия вела борьбу с остатками язычества, христианства, со своеобразной карнавальной вольницей, сопровождавшей игрищные действия.

«Большие празднества вообще становятся ныне реже в Черкесии по причине беспрестанных беспокойств. К тому немало способствуют и проповеди духовенства, которое представляет противным мугамеданской религии всякого рода публичные забавы в сообществе с женщинами»¹. Замужним женщинам теперь запрещалось участвовать в джэгу. Они танцевали лишь в тех случаях, когда накладывали на себя обет («наузыр») в связи со значительным событием в их жизни. Так как адыги не любили танцевать в отсутствие представительниц прекрасного пола, то и на праздниках и торжествах, где их присутствие не поощрялось, танцев почти не бывало. «Есть празднества, в которых женщины не участвуют, и тогда плясок нет. Иные же совершаются дома, в кругу семейном»².

Ислам боролся и с институтом адыгских джегуако. Как отметил З.М. Налоев, борьба между муллами и джегуако была идеологической, над душами людей. Джегуако сохранили языческое мировосприятие и благополучно пережили христианский период адыгской истории. Что же касается веселого, остроумного поведения джегуако, «оно прямо противоречило мрачному мусульманскому мирозерцанию... И, хотя каждая эпоха объявляла об исчезновении джегуако, они продолжали жить и творить... и в процессе развития эволюционировали в поэты, композиторы, писатели и артисты»³. Длительная борьба идеологии ислама с народным творчеством привела к тому, что многие обрядовые и культовые пляски, посвященные языческим божествам, и другие древние танцы до нас не дошли. И только благодаря наиболее устойчивым семейно-бытовым обрядам, особенно свадебным, народ сумел сохранить свою танцевальную культуру.

После Октябрьской революции 1917 года и с началом социалистического культурного строительства в кабардинской хореографии, как и во всей общественной и культурной жизни страны, многое стало меняться. С этого времени следует вести речь о трех уровнях хореографической культуры: бытовой (народной, традиционной), самодеятельной (полупрофессиональной) и профессиональной. С середины XX века в народной (традиционной) хореографии опять стали происходить значительные изменения. По результатам опросов, проведенных в районах, где преобладающим населением являются кабардинцы, можно сделать следующие выводы. На вопрос о составе участников «джэгу»

¹ Хан-Гирей С. Вера, нравы, обычаи, образ жизни черкесов // Черкесские предания. Нальчик, 1989. С. 168.

² Люлье Л. Черкесия — историко-этнографические статьи // Материалы из истории черкесского народа. Вып. 1. Нальчик, 1991. С. 334.

³ Налоев З.М. О происхождении вольности джегуако // Из истории культуры адыгов. Нальчик, 1978. С. 4.

все респонденты ответили, что наиболее активным участником танцев являлась молодежь, причем молодые люди в 1950–1970-е годы шли на торжество без приглашения, за стол не садились, в основном танцевали и пели. Распорядителя танцев (хатяяко) с 1950-х годов практически уже не было. Роль распорядителя, как правило, выполнял друг жениха, следивший за порядком среди молодежи. Распорядителем мог являться и щхьагъэрыт — назначаемый главой семьи человек, следящий за порядком застолья. По традиции мужчины и женщины сидят за отдельными столами. С конца 1970-х годов за столы стали сажать и молодежь. Контролировал ситуацию, как правило, старший из мужчин — тхьэмэдэ¹. Именно он решал, когда гостям следует подниматься и идти танцевать. Со временем эта роль чаще стала доставаться старшей из женщин.

Существует негативный момент, связанный с тем, что молодежь стала садиться за столы наравне со старшими. Этот момент практически стал подразумевать и официальное разрешение для принятия горячительных напитков. Таким образом, интерес к танцам стал снижаться. Многие молодые люди предпочитали оставаться за столом, нежели выходить на танцевальный круг. Исключение составляли участники профессиональных и самодеятельных коллективов, которые, оказавшись на торжестве, служили подлинным украшением танцевального круга и соблюдали все каноны танцевального этикета. На вопрос о том, почему, по их мнению, молодежь в 1970–1980-е годы не умела хорошо танцевать и не соблюдала танцевальный этикет, все без исключения респонденты отвечали, что молодежь этому не учили. Более того, на торжественных мероприятиях в вузах, техникумах, училищах и школах было не принято, а кое-где и запрещалось танцевать национальные танцы. Даже в сельских районах с преобладанием кабардинского населения молодежь плясала под советские и зарубежные эстрадные мелодии и эти же движения переносила на традиционный танцевальный круг. Отсюда появлялись и комичные, не свойственные национальным танцам движения. Респонденты отмечали, что в 1950–1960-е годы предпочтение отдавалось медленным танцам (къафэ кыхь), с 1970-х годов стали преобладать быстрые танцы вроде исламея. Даже медленные кафы стали исполняться в очень быстром темпе, появился термин «джэгу къафэ», в данном случае — танец, исполняемый на игрище².

Если люди старшего поколения старались следовать канонам танцевального этикета, то молодежь зачастую этим пренебрегала. Особенно этот процесс стал заметен в 1970–1980-е годы. В танце, предусматривающем соблюдение определенного расстояния между танцующими, партнер мог приблизиться к партнерше на довольно близкое расстояние, и даже слегка толкнуть ее. В прежние

¹ Кешева З.М. Танцевальная и музыкальная культура кабардинцев во второй половине XX века. Нальчик, 2005. С. 86.

² Там же. С. 92.

времена этот проступок рассматривался бы как жесточайшее оскорбление, и человек, допустивший его, мог поплатиться жизнью. Стал нередким явлением и нетактичный способ «приглашения» девушки на танец. Если она отказывалась танцевать по каким-либо причинам, молодой человек мог вытащить ее в танцевальный круг почти насильно. Люди старшего поколения редко делали замечания по поводу неэтичного поведения в танцевальном круге, не проявляли к подобным проступкам должного внимания, воспринимали их как невинную шалость. На примере народной (традиционной) кабардинской хореографии и танцевального этикета в период 60–80-х гг. XX в. можно сделать вывод о том, что разрушалась эмоциональная связь поколений, авторитет старших уже был не столь непоколебим, как в прежние времена. В народных танцах отразились проблемы, которые существовали во всем кабардинском обществе.

С 90-х гг. XX века на фоне роста национального самосознания и стремления наций к возрождению своей самобытности стали заметны и положительные изменения. В среде молодежи стало модно и престижно уметь хорошо танцевать национальные танцы. Многие искренне заинтересовались проблемами возрождения адыгской культуры и танцевального этикета, некоторые просто захотели чувствовать себя уверенно в танцевальном круге. В народной хореографии стали заметны позитивные сдвиги. На свадебные и другие торжественные мероприятия обычно приглашаются гости разных национальностей, и следует отметить важный момент: в многонациональной республике танцы стали средством коммуникации между представителями различных народов, помогая преодолевать этническую обособленность.

С середины 1990-х годов на джэгу, помимо традиционной джэгу къафэ, стали танцевать осетинские, абхазские и чеченские танцы, здесь чувствуется влияние самодельных коллективов, чей репертуар редко обходится без танцев соседних народов. Поэтому и появляются на адыгэ джэгу не свойственные адыгской танцевальной культуре резкие движения и скачки, подергивание плечами, как у юношей, так и у девушек. Из традиционного джэгу практически исчез классический кабардинский танец кафа, являвшейся своеобразной визитной карточкой кабардинского народа. Адыгские танцы традиционно были строги и сдержанны, исключали открытое проявление эмоций. Представляется, что в перспективе необходимо преодолевать стереотип восприятия кавказского танца как очень быстрого, несколько агрессивного, с непременноми головокружительными кульбитами и кинжалами.

Заметным событием в культурной жизни республики в последнее десятилетие явилась организация цикла этнографических вечеров для юношей и девушек столицы Кабардино-Балкарии. Инициативная молодежная группа (З. Шериева,

А. Шеожев, Р. Апшев, Э. Мисрокова и др.) – посетители чата KavkazWeb¹, обсуждая в Интернете проблемы истории и этнической культуры адыгов, решили, что необходимо организовать адыгэ джэгу (игрище) для приобщения молодежи к традиционной танцевальной культуре и этикету. Затем к этой идее подключились директор Кабардино-Балкарского института гуманитарных исследований, доктор исторических наук Б.Х. Бгажноков и талантливый адыгский хореограф А. Думанишев, создавший в начале 1990-х гг. революционную программу для Государственного академического ансамбля танца «Кабардинка».

Первый джэгу состоялся в сентябре 2005 года. Но после трагических событий, произошедших в КБР 13 октября 2005 года, был сделан перерыв. С мая 2006 года джэгу проводится регулярно один раз в неделю с соблюдением всех канонів игрищного действия. Справа выстраиваются девушки, напротив – парни. Женскую очередь регулирует хэйтиякIуэ (З. Шериева), она выводит девушек в круг, у мужской стороны также имеется свой хэйтиякIуэ (А. Шеожев). На джэгу исполняются только адыгские танцы. Музыканты – Нарт Блэнэгъапцэ (аккордеон), Марианна Кумыкова (гармоника), Рустам Апшев (барабан), Рашид Гуков (барабан). Обычно игрище начинается в 18.00–19.00 и длится 3–4 часа. На него собирается 200–300 человек. После согласования с администрацией г. Нальчика с августа 2006 года место проведения джэгу было перенесено с улицы Карашаева на площадь Абхазии. В планах инициативной группы – подключить к танцам забытые адыгские игры, состязания.

А. Думанишев, стремившийся к возрождению традиционных адыгских танцев, ввел в программу ансамбля «Кабардинка» впечатляющий и образный танец «Созереш», который венчал все танцевальное действо. «Созереш» – композиция по мотивам фольклора адыгов. В музыкальном сопровождении к танцам было много находок, ранее не использовавшихся. Например, созданная в 30-е годы XX века популярная «Колхозная кафа» Арсения Авраимова стала основой музыкального сопровождения танцевальной картины «У родника». Избрав для музыкального вступления к композиции «Созереш» отрывок из увертюры Х. Карданова «В родном краю», ансамбль сделал удачный выбор. Это произведение, ранее исполнявшееся только симфоническим оркестром, предстало в новых национальных красках. Начавшись с языческого ритуала поклонения богу солнца Созерешу, танец вылился в большой общеадыгский джэгу, где был представлен каждый адыгский субэтнос. Присутствие в танце распорядителя хатяко со всеми подобающими традиционными атрибутами создавало ощущение реальности происходившего действия.

Следует отметить, что идею введения в танец хатяко Думанишев почерпнул в книге «Черкесское игрище» Б.Х. Бгажнокова. Ауладин Думанишев был назна-

¹ <http://www.kavkazweb.net>

чен главным балетмейстером «Кабардинки» в кризисный период, в 1991 году. По мнению А. Думанишева, у одних народов в культуре преобладает музыка, у некоторых доминирует вокал, у третьих — хореография. У адыгов — триединство музыки, танцев и песни, соединение, сплав, созвучие и гармония этих трех составляющих народной культуры. Творчество нового художественного руководителя было направлено на воссоединение этого триединства, отражающего дух народа. При Думанишеве ансамбль стал использовать в своем репертуаре древние старинные танцы, музыку и инструменты. В поисках этнографического материала балетмейстер побывал в кабардинских сёлах Кабардино-Балкарии, в Моздоке, Адыгее, Шапсугии, Карачаево-Черкесии. Эмпирическим путем Думанишевым был записан большой музыкально-хореографический материал. Неоценимую помощь оказали балетмейстеру труды адыгских ученых С. Мафедзева, З. Налоева, Б. Бгажнокова, посвященные старинным адыгским обрядам, игрищам, танцам. Признанием заслуг коллектива явилось присвоение ему звания «академический» в 1994 году.

Творчество Думанишева оказало влияние и на народную танцевальную культуру. Во многом благодаря ему стал возрождаться традиционный институт хатяко. В настоящее время на свадебные и другие торжественные мероприятия, предполагающие проведение танцев, стали приглашаться не только профессиональные музыканты и певцы, но и танцоры, которые знают танцевальный этикет и могут красиво провести джэгу. Во главе танцевальной группы стоит также приглашенный хатяко — распорядитель танцев. Благодаря этим танцорам, чьи услуги, конечно, оплачиваются, в народную танцевальную культуру стали возвращаться забытые традиционные массовые танцы. Таким образом, профессиональная и самодеятельная хореография, имеющая в республике высокий уровень развития, возвращает в обиход сохраненные сценой танцы, песни, обряды. Несмотря на некоторые недостатки в работе самодеятельных коллективов, нельзя отрицать тот факт, что они несут большую воспитательную и обучающую функцию. Через самодеятельные танцевальные ансамбли, студии, школы танцев проходит значительное количество детей, юношей и девушек, желающих научиться танцевать красиво не только на сцене, но и во время торжеств. Важным фактором сохранения традиционной танцевальной культуры являются регулярно проводимые в КБР смотры и конкурсы. Республиканские смотры проводятся каждые 2 года и являются отчетом достижений самодеятельных коллективов. Сначала профессиональная комиссия просматривает программы всех коллективов в районах, а лучшие участвуют в заключительном концерте в г. Нальчике. Присваивая звание «народный» взрослым и «образцовый» детским коллективам, комиссия учитывает наличие новых концертных постановок, их художественный уровень, стабильность творческой деятельности. После присвоения звания «образцовый» или «народный» коллектив должен регулярно его подтверждать.

Следует отметить, что в 1990-е годы значительно возрос интерес к международному фестивальному движению, так как в условиях модернизации, глобализации и интенсивного освоения высокотехнологичных процессов, с одной стороны, и возникновения очагов межнационального напряжения, зачастую приводящих к открытым военным конфликтам, — с другой, диалог культур может стать фактором стабилизации и гармонизации межнациональных отношений. Нация, закрывающая двери для культурного общения, обречена на культурное обнищание и духовную энтропию. Способность одного народа осваивать достижения другого — важнейший показатель его духовного здоровья и жизнеспособности его собственной культуры.

В современных условиях глобализации у человека появилась потребность обращения к своим корням, к истокам жизни своего народа, народным традициям, танцам, песенной культуре. На фестивалях фольклорного творчества обнаруживаются корни культур народов, представители различных наций узнают друг о друге много нового, через диалог культур осуществляется диалог народов. В этой связи напомним, что существует постоянный календарь ЮНЕСКО по проведению фольклорных фестивалей, а также специальная структура СИОФФ — Международный комитет организаторов фольклорных фестивалей. Эта организация объединяет 65 стран и действует более 25 лет. Самый важный момент, для чего, пожалуй, по большому счету и проводятся фольклорные фестивали, — это общение между представителями различных национальностей, легко находящих общий язык с помощью народных танцев и песен.

Представители Кабардино-Балкарии, как правило, успешно выступают на международных фольклорных фестивалях, с честью представляя национальную культуру на мировой арене. По оценкам многих специалистов, адыгский фольклор сохранился в более архаичном виде, именно эта первозданность и архаичность, а не высокий уровень техники, ценятся на подобных фестивалях в первую очередь. Особую оценку критиков неизменно заслуживает адыгский национальный танец «кафа». Кабардино-балкарские коллективы представляют многонациональную Россию, и зарубежный зритель довольно часто с удивлением узнает, что Кавказ — это не только Чечня, но и множество других народов, стремящихся сохранить свою этническую культуру.

Недостаточный уровень финансирования, а также непосредственная близость некоторых соседних республик, являющихся очагами напряженности, мешают проведению в республике регулярных международных фестивалей. Одним из значительных мероприятий, проведенных в КБР под эгидой ЮНЕСКО, явился Международный фольклорный фестиваль «Танцы над Эльбрусом» (24 сентября — 1 октября 1994 года). В фестивале приняли участие лучшие фольклорные коллективы Испании, Хорватии, Словении, Турции, Польши. Присутствовали наблюдатели — президенты и вице-президенты по проведению международных

фольклорных фестивалей из Бельгии, Италии, Испании, Хорватии, Франции, США, многих регионов России. Так как в мире фестивальному движению уделено повышенное внимание, важно было, чтобы несмотря на сложность обстановки в регионе в него включалась и Кабардино-Балкария. Было принято решение о регулярном проведении «Танцев над Эльбрусом» в Кабардино-Балкарии.

Мы являемся свидетелями того, как современная цивилизация стремительно преобразует окружающую среду, социальные институты, быт миллионов людей. При этом культура выступает как фактор творческого жизнеустроения, неиссякаемый источник нововведений в обществе. Вот почему сегодня растет стремление выявить потенциал культуры, ее внутренние резервы, найти возможности ее дальнейшей активизации. Рассматривая культуру как средство человеческой самореализации, можно обнаружить новые неистощимые импульсы, способные оказать воздействие на исторический процесс, обращать во благо людям.

В последнее время часто стала подниматься проблема возрождения традиционной духовной культуры, т.е. всего лучшего, что было накоплено народом за длительный период существования. Изучение традиций и их трансформации особенно актуально в настоящее время, когда в обществе с невиданной силой пробуждается интерес к национальным истокам, стремление найти опору в устоявшихся нравственных ценностях. Закономерно желание осознать и понять, какие принципы и идеалы были положены в основу взаимоотношений как внутри самого общества, так и вне его. Обращение к разным областям этнической культуры, к тому бесценному наследию, что было накоплено целым рядом поколений, является на сегодняшний день важной проблемой в воспитании подрастающего поколения. Необходимо как можно раньше прививать эстетическое восприятие духовной культуры, основанной на лучших образцах народного творчества. Авторы проекта «Этнокультурный брендинг субъектов Южного федерального округа как ресурс для инновационного развития» особенно подчеркивают воспитательный момент системы историко-культурных и этнологических брендов.

Во всем мире туристам, посещающим страну, предлагают разнообразную культурную программу, включающую в себя знакомство с народными танцами, музыкой, обрядами. Туристам, посещающим КБР, помимо известных достопримечательностей можно было бы предложить познакомиться с народной культурой, одним из ярких проявлений которой являются танцы. Таким образом, создание подобного этнокультурного бренда будет иметь прикладное значение и, как отмечают авторы проекта, окажет влияние на формирование позитивного образа народов КБР. Условием успешного продвижения этого бренда впоследствии может стать организация более крупного этнокультурного проекта, например адыгской деревни.

2.10. КРЕАТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

М.А. Аствацатурова

В системе разнонаправленных действий по консолидации российского общества и упрочению российской идентичности — полиэтничной и многокультурной — выделяется такое инновационное направление, как этнокультурный брендинг территорий. Данное направление особенно актуально для полиэтничного Северного Кавказа, который обладает социокультурной гомогенностью и вместе с тем выраженным этнокультурным разнообразием.

Положительный образ и привлекательный имидж Северного Кавказа крайне важен во всей системе общественно-политических отношений России, что неоднократно отмечалось первыми лицами политического истеблишмента российского общества. В своем Послании Федеральному собранию РФ в 2009 г. Президент РФ Д. Медведев подчеркнул значение Северо-Кавказского региона в общем геополитическом, экономическом, социальном и культурном пространстве и поставил масштабные задачи по стабилизации ситуации в регионе¹. Инновационным направлением такой стабилизации является поиск и популяризация во внутрироссийском и международном масштабе эффективного бренда региона как территории *безопасности, благополучия и социальных перспектив*.

Концентрация и популяризация положительного образа Северного Кавказа чрезвычайно важны в общем процессе осознания единства *«трех карт — физической, административно-государственной и этнической»*, что отмечает В.А. Тишков, выделяя интенции российского национального единства². Значение бренда региона актуализируется в связи с образованием в 2010 г. Северо-Кавказского федерального округа с административным центром в г. Пятигорске³. Выделение Северо-Кавказского федерального округа из Южного федерального округа является сильным и в известном смысле глобальным для Северо-Кавказского региона политико-административным решением. Его содержательные принципы и эмоциональный пафос напрямую способ-

¹ *Медведев Д.А.* Послание Президента РФ Федеральному собранию РФ 2009 г. URL: www.kremlin.ru

² *Тишков В.А.* Три карты: физическая, административно-государственная и этническая // Этнопанорама. 2009. № 1–4. С. 2–8.

³ Указ Президента РФ от 19.01.2010 № 82 «О внесении изменений в перечень федеральных округов, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849, и в Указ Президента Российской Федерации от 12 мая 2008 г. № 724 // Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти. 2010.

ствуют укреплению имиджа Северного Кавказа в части акцентирования таких характеристик, как стабильность, привлекательность, конкурентоспособность. Эти характеристики являются базовыми для упрочения позитивных тенденций развития региона в целом и его отдельных субъектов в частности.

Образование Северо-Кавказского федерального округа соответствует новому качеству общественно-политических отношений на Северном Кавказе, которое обусловлено преодолением масштабных геополитических и этнополитических рисков. Современность Северного Кавказа отмечена многими позитивными процессами и тенденциями, которые реализуются в сочетании традиционного и модернизационного векторов развития. Все эти тенденции позволяют на высоком теоретическом, прикладном и организационном уровне разработать и реализовать идею бренда Северного Кавказа как безопасной территории с привлекательными социальными горизонтами и перспективами социокультурных проектов. Кроме того, идея разработки и популяризации бренда Северного Кавказа и его отдельных территорий в полной мере дополняет идеологические и операциональные принципы государственной национальной политики РФ, направленной на сохранение этнокультурного наследия народов России¹.

В рамках новых реалий создаются и новые возможности для оптимизации в общественном сознании таких имманентных составляющих бренда региона, как полиэтничность, поликультурность, поликонфессиональность. В сочетании они позволяют сформулировать такой брендовый слоган, как *этнокультурный диалог*. Этот бренд в полной мере соответствует историко-политическим реалиям развития региона, в котором достигнута общность исторического прошлого и настоящего населяющих его народов. На Северном Кавказе сложился и успешно реализуется диалог славянского (прежде всего русского) населения с коренными северокавказскими народами и многочисленными диаспорами, представляющими страны ближнего и дальнего зарубежья². Здесь достигнут высокий уровень взаимодействия всех субъектов этносферы, каждый из которых осознает свое место и роль в общественных отношениях. Этничность остается существенным фактором взаимосвязей жителей региона, а также и определенным аргументом в достижении ими жизнеобразующих целей³. Этнокультурное

¹ См.: Сохранение этнокультурного наследия. Обсуждение проекта Концепции сохранения и развития нематериального культурного наследия народов Российской Федерации на 2009–2015 гг. // Вестник Российской нации. 2009. № 1(3). С. 179–206.

² Белозеров В.С. Этническая карта Северного Кавказа. М.: ОГИ, 2005. 304 с.; «Русский мир» и проблемы обеспечения устойчивого развития региона / под ред. Г.В. Косова. Ставрополь: Ставропольское книжное изд-во, 2008. 268 с.

³ См.: Российский Кавказ. Книга для политиков / под ред. В.А. Тишкова. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2007; Северный Кавказ в национальной стратегии России / под ред. В.А. Тишкова. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2008. 264 с.

разнообразие составляет необходимое условие социокультурной целостности Северного Кавказа, которая базируется в том числе и на осознании жителями региона общности исторических судеб¹.

Бренд *этнокультурного диалога* как нельзя лучше накладывается на современное качество состояния региона, в котором достигнут определенный уровень не только общечеловеческой безопасности, но и общественного согласия по поводу мирного и динамичного развития региона.

Успех институционализации бренда этнокультурного диалога может быть обеспечен ростом гражданских, патриотических настроений. На базе ресурсов Северо-Кавказского региона представляется успешным развитие идеи *гражданского надэтнического единства жителей СКФО как граждан РФ*². В то же время идея сохранения этнокультурного разнообразия и своеобразности, которая традиционно близка региону, является привлекательной и эмоционально значимой для населения субъектов нового федерального округа.

Заинтересованность в «*добром имени региона*» проявляется в общественных настроениях, коллективных ориентирах жителей различных субъектов Северного Кавказа, которые вместе с тем демонстрируют опасения перед экстремистскими идеями, радикальными движениями, проявлениями бытового национализма и ксенофобии³.

Важнейшей составляющей бренда Северного Кавказа является традиция миротворчества, которая имеет выраженный гуманитарный и гуманистический характер и объединяет усилия органов власти, местного самоуправления, институтов гражданского общества.

Акцентирование положительных и привлекательных сторон северокавказского сообщества имеет не только общее социокультурное, но и общественно-политическое значение. Позитивный бренд региона способствует выходу местных сообществ из ситуации этнополитической стагнации. Нацеленный этнокультурный брендинг как популяризация положительных этнокультурных характеристик и типичных свойств регионального сообщества предоставляет широкие возможности для акцентирования межкультурного обмена, развития традиции взаимодействия народов, популяризации миротворчества.

¹ Авксентьев В.А., Гриценко Г.Д., Дмитриев А.В. Региональная конфликтология: концепты и российская практика / под ред. чл.-корр. РАН М.К. Горшкова. М.: Альфа, 2008. 368 с.; Экспертные оценки конфликтогенных процессов на Юге России. Информационно-аналитические материалы / Игнатов В.Г. и др. Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2006. 92 с.

² Иванова С.Ю. Патриотизм в системе социокультурных ценностей современной России. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2003. 300 с.; Жаде З.А. Векторы геополитической идентичности. Майкоп: ООО «Качество», 2007. 335 с.

³ См.: Российская нация: становление и этнокультурное многообразие / отв. ред. В.А. Тишков. М.: ИЭА РАН, 2008. 308 с.

Креативные возможности для этнокультурного брендинга Северного Кавказа предоставляет особо охраняемый эколого-курортный регион Кавказских Минеральных Вод (далее – КМВ). Объективные обстоятельства, обуславливающие бренд КМВ, состоят в следующем.

Фактор уникальности определяется выгодным географическим и геополитическим положением региона с выдающимися природно-климатическими свойствами. Уникальные рекреационные особенности, широчайший спектр бальнеологических свойств и номенклатура источников составляют непрерываемые характеристики приоритета КМВ. Города КМВ – курорты федерального, международного значения, центры досуга, отдыха, туризма, развлечений. Также очевидно и уникальное историко-культурное наследие, культурный ценз которого имеет международное признание.

Фактор престижа определяется статусом курорта федерального значения, а также развитой городской инфраструктурой, разнообразной социальной палитрой, широким этнокультурным ландшафтом городов КМВ. Престиж дальнейшего развития КМВ связан с общими направлениями развития нового ФО в соответствии с целевыми федеральными программами, концепцией «точек роста». В городах КМВ сложился особый тренд городской жизни, которая сродни европейским курортам, что подтверждается расширяющимися возможностями для спорта, отдыха, развлечений, целевых и адресных программ релаксации и восстановления не только физического, но и душевного здоровья и эмоционального настроения.

Фактор интеграции заключается в объединении территорий Ставропольского края (58 %), Карачаево-Черкесии (33 %), Кабардино-Балкарии (9 %). Регион КМВ является уникальным за счет включения в него сопредельных территорий трех субъектов Северного Кавказа, что логично по существу. КМВ объединяют территории с однородным в культурном плане населением, которое объединено историческими традициями взаимодействия. Несмотря на некоторые острые моменты этого взаимодействия, население региона осознает свою общность, которая в большей степени проявляется в ставропольском сегменте КМВ как определяющем. Вместе с тем жители сопредельных со Ставропольским краем республик – Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии, Северной Осетии – Алании – воспринимают КМВ в известном плане как общее северокавказское и российское достояние.

Фактор полиэтничности и многоконфессиональности определяется тем, что в регионе КМВ проживают абазины, азербайджанцы, армяне, белорусы, болгары, греки, грузины, евреи, кабардинцы, карачаевцы, немцы, поляки, осетины, русские, украинцы, черкесы и др. В субъектах Северного Кавказа функционируют многочисленные и эффективные общественные миротворческие, национально-культурные организации, общественные организации семей и родов. Заметным участником регионального процесса выступает казачество,

осуществляющее этнокультурное и этнополитическое структурирование. Здесь же происходит успешное позиционирование институтов Русской православной церкви в лице Ставропольской и Владикавказской епархии под руководством *архиепископа Феофана*¹. Действуют Духовное управление мусульман Ставропольского края и Карачаево-Черкесии под руководством *Исмаила-хаджи Бердиева* и духовные управления мусульман других республик. Здесь же действуют приходы Армянской апостольской церкви на Юге России, иудейские общины, католические приходы, общины буддистов, конфуцианцев, общины протестантов, лютеран, руководители которых также заметы в гуманитарном и общественном диалоге.

В этой связи перспективным является понимание региона КМВ как *единого поликультурного мегаполиса* с выраженным индивидуальным портретом каждого города, в котором проявляются этнокультурные черты проживающих народов.

Развитие бренда КМВ может базироваться на соответствующей нормативно-правовой базе, а именно: Указ Президента РФ Б.Н. Ельцина от 27 марта 1992 г. «*Об особо охраняемом эколого-курортном регионе Российской Федерации – Кавказских Минеральных Водах*»; Постановление Совета Министров от 23 октября 1993 г. № 1063 «*Об утверждении Федеральной программы “Развитие особо охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации – Кавказских Минеральных Вод”*», а также Постановление Правительства Российской Федерации 17 января 2006 г. № 14 «*О признании курортов Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск, расположенных в Ставропольском крае, курортами федерального значения и об утверждении положений об этих курортах*»².

По инициативе Правительства Ставропольского края и администрации КМВ в связи с поручением Президента РФ В.В. Путина от 12 августа 2004 г. разработана «*Стратегия социально-экономического развития эколого-курортного региона Кавказских Минеральных Вод до 2020 года*». Также разрабатываются стратегии социально-экономического развития городов Кавказских Минеральных Вод до 2020 года – Пятигорска, Кисловодска, Железноводска. Все проекты как важнейшую компоненту предусматривают целевое развитие этнокультурной сферы и сферы межкультурного диалога с широким участием всех заинтересованных акторов – органов власти и управления, национально-культурных организаций, домов национальных культур и центров дружбы.

¹ Православные епархии Юга России в постсоветский период / отв. ред. В.В. Черноус // Южнороссийское обозрение ЦСРИиП ИППК ЮФУ и ИСПИ РАН. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ ЮФУ, 2008. Вып. 49. 196 с.

² Аствацатурова М.А. Управление в полиэтничном регионе: современное состояние и перспективы // Университетские чтения 2009. Пятигорск: ПГЛУ, 2009. С. 179–185.

Этнокультурный брендинг региона КМВ может осуществляться на основе сложившегося взаимодействия власти, общества, бизнеса, в котором активно проявляется «третий сектор» — общественные организации — ветеранские, женские, мигрантские, инвалидские, молодежные, благотворительные. Особым ресурсом развития и популяризации этнокультурного бренда КМВ являются национально-культурные организации и автономии. Это около 40 национально-культурных общественных объединений таких этнических групп, как адыгейцы, абазинцы, азербайджанцы, армяне, болгары, греки, евреи, ингуши, кабардинцы, карачаевцы, корейцы, немцы, народы Дагестана, осетины, поляки, русские, татары, украинцы, черкесы, чеченцы. Из них три — региональные на КМВ, одно объединение является представительством краевого отделения российской организации¹. Собственные существенные ресурсы для этнокультурного бренда имеет казачество, которое реализует коллективные интересы во взаимодействии с органами власти и управления, Ставропольской и Владикавказской епархией Русской православной церкви.

При разработке бренда территорий крайне важно выделить его социальные составляющие. Применительно к региону КМВ выделяются три группы элементов:

а) *предприимчивость, коммуникация, транспортные узлы, инфраструктура бизнеса и предпринимательства, этнопрофессионализм;*

б) *исследования, диагностика, лечение, восстановление, профилактика, релаксация;*

в) *развлечения, досуг, спорт, хобби, путешествия.*

Новым направлением этнокультурного бренда на КМВ является *этнокультурный туризм*, который включает участие в праздниках, фестивалях; акциях *День казачки, казачьи игры, национальные подворья, кросс наций*; посещение храмов, музеев, мемориалов, а также праздников в *Домах национальных культур*, акций побратимских связей с городами США, Германии, Болгарии, Израиля, Греции и др. К услугам гостей курортов КМВ — развитая сфера сувенирной промышленности, изделий *hand made*, которые можно приобрести не только на импровизированных рынках, но и в новых *этношопах*. Немаловажной приметой бренда КМВ как бренда этнокультурного диалога является возможность дегустации местных вин, блюд национальной кухни, которая представляется весьма экзотичной для жителей средней полосы России, Урала, Сибири. В этом плане типичны названия ресторанов, кафе, магазинов, которые отражают историческую, этнокультурную специфику региона: *«Русский двор»*, *«Чайная “Самовар”»*, *«Кофейня Гукасова»*, *«Веста»*, *«Феб»*, *«Наири»*, *«Киликия»*, *«Эрфольг»*,

¹ Федеральний курортный регион: опыт и перспективы. 1992–2008 гг. Пятигорск: «Вестник Кавказа». 304 с.; Кавказские Минеральные Воды / гл. ред. А.М. Тарунов. М.: Научно-информационный издательский центр, 2003. 656 с.

«Осетинские пироги», «Ресторан Казачий», «Айсор», «Олимпия», «Понто», «Родос», «Мимино», «Иверия», «Старый Баку», «Беречет» и др.

Вместе с тем вывески демонстрируют приверженность региона российскому и европейскому культурному пространству, проникновению на КМВ «этикеток» мировых традиций и брендов быта, отдыха, досуга, услуг, торговли, например: «Арбат», «Эрмитаж», «Ностальжи», «Камелот», «Санта-Фе», «Суши-бар», «Китайский ресторан», «Восточный экспресс», «Вавилон», «Дон Капучино», «Окно в Париж», «Рим», «Юлий Цезарь», «Рив Гош», «Иль-де-Боте», «Паоло Конте» и др.

Контрапунктами бренда КМВ с успехом могут выступать *комфорт, благоприятное самочувствие, хорошее настроение*, реализующиеся в самобытном этнокультурном пространстве. Миссией региона КМВ являются не только услуги санаторно-курортного комплекса, но и услуги поддержания и развития богатой культурной традиции русской и российской культуры как диалоговой культуры разных народов. Сами природно-климатические факторы, а также курортно-развлекательная атмосфера рождает предпосылки для оптимизма, социальной уверенности, взаимного интереса и уважения, а также для «смягчения нравов». Пребывание «на Водах» предполагает физическое и духовное отдохновение, моральный и нравственный релакс, достижение эмоционального равновесия, а также развитие патриотических чувств — чувства гордости за Отечество, за Российское государство и российскую нацию.

Потребителями бренда КМВ на современном этапе являются не только граждане РФ, предпочитающие санаторно-курортное лечение и отдых. В организации этнокультурного, ностальгического, культурно-ознакомительного, экологического, корпоративного туризма и отдыха заинтересованы широкие новые слои и круги граждан РФ и зарубежных стран. Это руководители и представители министерств, ведомств, комитетов, общественных организаций, общественных движений, диаспор, религиозных конфессий и др.

Особое место в системе этнокультурного бренда КМВ занимает Пятигорск, не только как самый крупный город, но и как центр вновь образованного СКФО. Пятигорск является вторым по численности населения городом Ставропольского края после столицы — г. Ставрополя. Население края к концу 2009 г. составляло около 250 тыс. чел., из них молодежи — около 50 тыс. чел. В городе 30 санаторно-курортных учреждений, 16 вузов и филиалов множество учреждений культуры, развита сеть услуг, бизнеса и предпринимательства, площадок коммуникаций, досуга и развлечений.

В городе успешно воплощается зрелая трехсекторная модель общества, субъекты которой — власть, гражданское общество, бизнес — активно взаимодействуют друг с другом. В этом взаимодействии выделяются: Дума г. Пятигорска, администрация г. Пятигорска, Общественный совет г. Пятигорска,

муниципальные учреждения и предприятия, институты гражданского общества, предпринимательские и бизнес-структуры.

В целом брендинг КМВ целесообразно осуществлять в рамках следующей схемы (рис. 1).



Рис. 1. Предлагаемая схема для брендинга КМВ

В городе действуют более 20 общественных организаций, среди которых выделяются национально-культурные, ветеранские, инвалидов, женские, благотворительные, мигрантские, миротворческие, молодежные. Функционируют *Пятигорское отделение Южного российского ресурсного центра, Институт социальных перспектив, Миротворческая миссия им. генерала А. Лебеда на Северном Кавказе*, множество творческих объединений. Кроме того, действует *Северо-Кавказское отделение сети этнологического мониторинга и раннего предупреждения конфликтов*.

Существенный вклад в развитие городского сообщества вносят вузы города — *Пятигорский государственный лингвистический университет, Пятигорский государственный технологический университет, Пятигорский филиал Северо-Кавказской академии государственной службы* и др. В Пятигорске проводятся масштабные научные, общественно-политические конференции, форумы, конгрессы, фестивали. Также развито движение молодых волонтеров, которые участвуют в миротворчестве, благотворительности, работают с определенными категориями горожан — детьми, инвалидами, ветеранами, пенсионерами.

Пятигорск является городом с полиэтничным населением, этноконфессиональным разнообразием городского сообщества. В городе проживают приверженцы разных религий, прежде всего православия. Христианский канон также представлен католичеством, Армянской апостольской церковью. В Пятигорске несколько приходов Ставропольской и Владикавказской епархии Русской православной церкви, Армянская апостольская церковь Сурб Саргис, мечеть Духовного управления мусульман Карачаево-Черкесии и Ставрополья, костел прихода Девы Марии Римской католической церкви, синагога и др.

В Пятигорске действуют около 15 национально-культурных общественных организаций таких народов, как адыги (адыгейцы, абазины, кабардинцы, черкесы), армяне (НКА), болгары, греки, евреи, карачаевцы, немцы (НКА), народы Дагестана (региональная КМВ), осетины, поляки (региональная КМВ), русские, татары, украинцы, чеченцы совместно с ингушами. Заметную роль в общественных отношениях играет казачество – Горячеводский отдел Терского казачьего войскового общества.

В городе как муниципальное учреждение культуры действует *Дом национальных культур*, главными направлениями деятельности которого являются презентация этнокультурных интересов общин города, проведение праздников национальных культур, знаменательных событий, обмен культурными ценностями. Эти акции осуществляются в контексте полиэтничной городской сферы, ставропольских краевых и общероссийских ценностей. Город активен в системе межрегиональных связей с городами Северного Кавказа – Нальчиком (КБР), Черкесском (КЧР), Владикавказом (Северная Осетия – Алания) и др. Также сложившейся традицией являются побратимские связи Пятигорска с городами Шверте (Германия), Трикала (Греция), Панагюриште (Болгария), Дебюк (США).

Образование центра нового федерального округа в Пятигорске – закономерный и перспективный политико-управленческий проект. Пятигорск имеет исторически сложившийся авторитет среди населения республик региона, привлекает к себе развитой городской инфраструктурой, традициями городского образа жизни. Пятигорск – значимый культурообразующий и образовательный центр не только Северного Кавказа, но и России в целом.

Придание Пятигорску статуса центра нового федерального округа открывает креативные перспективы для развития города и позиционирования его в регионе КМВ, в межрегиональных и международных отношениях. В известном смысле «столичный проект» для Пятигорска является своеобразным «олимпийским проектом», реалии и следствия которого для города могут быть весьма успешными. При этом очевидно, что в городе уже достигнут определенный уровень развития инфраструктуры, которая может быть использована. Это существующие коммуникации, развитие сферы бизнеса, курорта, туризма, наличие зданий общественного назначения, культурно-развлекательных комплексов. В Пятигорске

существует база для бизнес- и делового туризма, для проведения совещаний, конференций и форумов различного масштаба. Важным фактором является управленческий, кадровый резерв органов местного самоуправления, а также активность общественных организаций и энтузиазм жителей. Эти направления общей работы органов местного самоуправления, общественных организаций сформировали существенную базу для функционирования Пятигорска как центра нового округа.

Очевидно, что Пятигорск как центр СКФО составит определенную конкуренцию Ставрополю и столицам других субъектов. Однако новый статус города создает не только преимущества, но и некоторые риски. Так, важной задачей органов местного самоуправления будет совмещение интересов городского сообщества с интересами новой управленческой структуры. Здесь прежде всего обозначается проблема сохранения ресурсов города как курорта, интересы которого могут входить в противоречие с интересами города как административного центра СКФО. Это ставит перед органами местного самоуправления города и органами аппарата полномочного представителя Президента РФ существенные задачи поиска взаимоприемлемых решений.

Также, вероятно, изменится конъюнктура общих социально-экономических и политико-административных отношений. Это предполагает новый уровень безопасности, обеспечения высокой степени современной коммуникации и информационной системы. Формирование аппарата полномочного представителя Президента РФ приведет к включению в городское сообщество новой группы управленцев и в известном смысле повлияет на его структуру. Вероятно, изменится и социально-профессиональный стереотип города, что придаст новое направление его развитию.

Придание Пятигорску статуса административного центра вносит существенные новации и в процесс формирования и популяризации бренда КМВ как бренда этнокультурного диалога. Здесь может усилиться политическая, административно-управленческая и организационная компонента. Вместе с тем может трансформироваться имидж города как курорта в сторону усиления административной компоненты с дисциплинированием и известными ограничениями жизни не только городского сообщества, но и всего региона КМВ.

В целом современная социальная динамика Северо-Кавказского региона свидетельствует о реальных перспективах развития бренда региона КМВ как бренда культурного плюрализма и этнокультурного диалога.

2.11. СОХРАНЕНИЕ ПОДЛИННОГО ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СЕВЕРНОГО КAVKAZA КАК УСЛОВИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО БРЕНДИНГА

В.С. Яновский

В последнее время при осуществлении этнокультурного брендинга на Северном Кавказе приобретает большую популярность создание этнографических деревень и подворий (усадеб). Безусловно, данная деятельность играет очень важную роль в деле сохранения исторической памяти, в том числе и за счет приобщения молодежи к некоторым уже ушедшим в прошлое традициям и обычаям, сельскохозяйственным приемам и т. д. Однако следует заметить, что многие из таких этнографических деревень (усадеб) имеют мало общего с реальными прототипами. В настоящее время очень сильна тенденция к приданию облику воссоздаваемых объектов излишне нарядного, безупречно аккуратного вида. Стремление приукрасить этнографическую деревню или подворье часто формирует ярко выраженное впечатление об их «ненатуральности». И если для туриста, нетребовательного к историко-культурной составляющей своего путешествия, это не имеет значения, то для гостей региона, по-настоящему интересующихся культурой и историей посещаемых мест, это может стать причиной разочарования поездкой. Значительное отступление от реального прототипа при воссоздании национальной усадьбы или деревни непременно приведет к формированию искаженного представления о материальной культуре той или иной этнической группы у интересующегося, но недостаточно сведущего туриста.

Примером «приукрашенной» этнографической усадьбы, построенной со значительными отступлениями от традиции, может служить созданный в 2010 году музей у Медовых водопадов в Карачаево-Черкесской Республике. Как бы представляя «традиционную» карачаевскую усадьбу, музей имеет вход, оформленный в виде каменной родовой башни. Для посетителя, хорошо знакомого с историей и культурой северокавказских народов, очевидно, что это просто обращение к усредненному стереотипному образу кавказской усадьбы вообще. Однако недостаточно проинформированный турист может сформулировать вывод о том, что карачаевцы строили у себя во дворах такие башни, что, конечно, не соответствует действительности. «Карачаевское жилище», находящееся на территории музея, своим обликом скорее вызывает ассоциации с альпийскими домиками Швейцарии или Австрии, но не с традиционными, бытовавшими до появления домов «русского типа», жилыми постройками карачаевского народа.

Наибольшую тревогу вызывает то, что при широком увлечении созданием этнографических усадеб допускается исчезновение подлинных исторических

построек, которые способны дать единственно верное представление о народном зодчестве минувших столетий. Такая тревожная ситуация сложилась, например, в старинных карачаевских селениях Хурзук, Учкулан и Карт-Джурт Карачаевского района Карачаево-Черкесской Республики. Никакой охраны жилищ, возраст которых составляет от полутора до трех столетий, не осуществляется. Гниют и подтачиваются насекомыми бревенчатые стены, обрушивается дерновая кровля и т.п. Многие из этих исторических жилищ используются сельчанами как скотные сараи. Аналогичную картину можно наблюдать в селениях Эл-Тюбю Чегемского района и Безенги Черекского района Кабардино-Балкарской Республики.

Каменная застройка кажется более долговечной, чем срубная, саманная или турлучная. Однако в условиях наступающей на горные районы «архитектурной унификации» это не так. К настоящему времени уже практически полностью снесена или значительно видоизменена историческая застройка целого ряда горных селений Левашинского и Гунибского районов Республики Дагестан (Хаджалмахи, Куппа, Хиндах и др.), считавшаяся еще недавно своего рода «большим этнографическим музеем» для всего Северного Кавказа. Многие старинные дома если и не подлежат сносу, то подвергаются серьезной перестройке в связи с современными требованиями к комфорту жилища.

Далека от благополучия и ситуация с культовыми постройками, которые еще 100–150 лет назад являлись самым ярким выражением материальной и духовной культуры любого народа. Не охраняется и постепенно разрушается уникальный Сентинский храм середины X века близ селения Нижняя Теберда в Карачаево-Черкесии. Не имеющие аналогов на Западном Кавказе фрески, созданные мастерами византийской школы, покрыты надписями, оставленными туристами и воспитанниками существовавшего поблизости интерната¹. В то же время реставрация объектов, пользующихся вниманием министерства культуры республики, справедливо вызывает скептическую оценку. Так, известный археолог, специалист по истории и культуре древних алан, доктор исторических наук В.А. Кузнецов, отвечая на вопрос в интервью при съемках фильма по его книге «Христианство на Кавказе до XV века», охарактеризовал реставрацию нижнеархызских крестово-купольных храмов X века в Карачаево-Черкесии как ненаучную и заметил, что уникальные исторические памятники фактически испорчены. При реставрации храмов было допущено широкое использование современных строительных материалов. Между тем нижнеархызские храмы, выстроенные при духовном центре Алании, — это уникальный образец византийской архитектуры на Северном Кавказе². Подобной реставрации подвергся старейший

¹ Кузнецов В.А. Христианство на Северном Кавказе до XV века. Пятигорск: Снег, 2007. С. 108–109.

² Там же. С. 66–71.

православный храм города Эссентуки — церковь Святого Николая Чудотворца, выстроенная в середине XIX века¹. Тревогу вызывает будущее не имеющего аналогов на Кавказе наскального изображения (нижнеархызского лика Иисуса Христа). Должной охраны изображения не осуществляется, а значительное количество паломников, которые стремятся дотронуться до лика, несет прямую угрозу его сохранности.

Не является редкостью на Северном Кавказе самодеятельная ненаучная перестройка исторических памятников, неправильно называемая «реконструкцией». В начале 2010 года произвольным образом перестроена русская крепость первой половины XIX века в станице Красногорской в Карачаево-Черкесии. К постройке добавлен дополнительный этаж, использованы современные строительные материалы, не сочетающиеся с историческим обликом постройки.

Сохранение исторической застройки курортных городов региона Кавказских Минеральных Вод также представляет в настоящее время серьезную проблему. В течение последних десятилетий весьма активизировались и снос исторических построек (в том числе представляющих несомненную архитектурную ценность, но не внесенных по различным причинам в краевые и федеральные списки памятников архитектуры и истории), и «реконструкция» таких зданий, ведущая к значительной или полной утрате первоначального облика. В городе-курорте Кисловодске с 2000 года были снесены дачи архитектора Семенова на улице Урицкого, здания бывшего санатория «Минутка» (постройки начала XX в.) близ одноименной остановочной платформы и др. Губительной «реконструкции» подверглись бывшая гостиница «Нарзан» Смирнова (1870-е гг.) и уникальный образец курортного модерна «дача Путяты» на улице Желябова (начало XX в.)². Отдельную проблему представляет нарушение архитектурной целостности ряда исторических кварталов, связанное с появлением в них зданий, выбивающихся из общего фона обликом фасадов, использованными строительными материалами, количеством этажей и т. д. Нередко на месте снесенных исторических зданий появляются долгострои (в том числе и законсервированные на неопределенный срок), легализованные статьей 31 «Правил землеустройства и застройки городского округа города-курорта Кисловодска», утвержденных решением Думы города-курорта от 7 августа 2009 г.³ Иного нормативно-правового акта, регулирующего градостроительство в Кисловодске, не существует.

¹ *Боглачев С.В., Жатькова Э.А.* Архитектура старых Эссентуков. Пятигорск: Снег, 2008. С. 341–342.

² *Боглачев С.В., Савенко С.Н.* Архитектура старого Кисловодска. Пятигорск: Снег, 2006. С. 180, 217–219, 372–373.

³ Правила землепользования и застройки городского округа города-курорта Кисловодска (утверждены Решением Думы города-курорта Кисловодска от 07.08.2009 № 137–39) // Кисловодская газета, 2009, 26 августа. С. 17.

Вместе с тем все большую конкуренцию курортам Кавказских Минеральных Вод составляют бальнеологические курорты Европы, особенно Карловы Вары, Марианске Лазне и др. Одним из важнейших факторов привлекательности этих курортов в глазах туристов является богатейшее историко-культурное (в том числе архитектурное) наследие. В Карловых Варах бережно сохраняются исторические объекты, связанные с именами выдающихся людей: Иоганна Себастьяна Баха, Петра I, Марии Терезии, Вольфганга Амадея Моцарта, Иоганна Вольфганга Гете, Фредерика Шопена, Карла Маркса, Зигмунда Фрейда и др.¹ Курорт имеет не только богатую и давнюю историю, но и нарядную, хорошо сохранившуюся сплошную историческую застройку. В Кисловодске разрушился от ветхости и до настоящего времени не восстановлен дом А.Ф. Реброва, в котором бывали М.Ю. Лермонтов, А.С. Пушкин, Александр II и другие выдающиеся личности². Историческая застройка расположена фрагментарно в чужеродном архитектурном окружении.

Еще в конце XIX века в Европе была осознана важность сохранения целостности архитектурного облика городских районов, особенно с исторической застройкой. Так, еще в 1907 году в королевстве Пруссия (в составе Германской империи) был принят закон, который давал право муниципальным органам власти запрещать собственникам возводить такие здания, которые нарушают «своеобразие картины местности». Позднее и в других странах Европы стала проводиться подобная политика³. Конечно, большой урон архитектурному наследию Европы нанесла Вторая мировая война. Однако существуют примеры городов, которые претерпели серьезнейшие разрушения, но наиболее важные исторические памятники там были восстановлены. Таковым является город Нюрнберг в Баварии, в котором на высоком научном уровне было осуществлено восстановление готических соборов святого Лоренца и святого Зебальда, а также церкви Фрауэнкирхе. Практически заново было выстроено несколько десятков фахверковых домов, которые являются своего рода визитной карточкой Нюрнберга (среди них дом-музей Альбрехта Дюрера).

Бережное отношение к архитектуре в настоящее время дает весьма ощутимый положительный экономический результат, который выражается в том, что некоторые небольшие города Европы привлекают к себе сотни тысяч и даже миллионы туристов ежегодно, не располагая никакими другими факторами привлекательности, за исключением историко-архитектурного наследия. Таковы,

¹ *Бурахович С.* Карловы Вары шаг за шагом. Путеводитель / пер. с чеш. В. Линецкого. Karlovy Vary: Polypress s.r.o., б/г. С. 13, 19.

² *Яновский В.* Почему Кисловодск не Карловы Вары // Кавказское гостеприимство. № 3 (21)/2010. С. 30–31.

³ *Велихов Л.А.* Основы городского хозяйства. Общее учение о городе, его управлении, финансах и механизмах хозяйствования. М.; Л., 1928. С. 284.

например, чешские города Чески Крумлов и Кутна Гора, внесенные в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО¹.

В качестве итога следует отметить, что задача сохранения подлинного историко-архитектурного наследия Северного Кавказа представляется в настоящее время весьма актуальной и требующей незамедлительного осуществления. Это связано, с одной стороны, с упомянутыми случаями разрушения и произвольного видоизменения объектов наследия, а с другой стороны — с поставленной на федеральном уровне задачей превращения Северного Кавказа в крупнейший туристско-рекреационный регион страны. При этом важно осознавать, что создание этнографических деревень или усадеб, хотя и является важным вспомогательным средством этнокультурного брендинга, при этом не должно и не способно снять с повестки дня необходимость сохранения подлинного историко-архитектурного наследия.

¹ Яновский В. Архитектура-кормилица // Кисловодская газета. 2010, 7 июля. С. 8.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аствацатурова М.А. — доктор политических наук, профессор, Пятигорский государственный лингвистический университет, г. Пятигорск

Багдасарова А.Б. — кандидат философских наук, доцент, Ставропольский государственный университет, г. Ставрополь

Бгажноков Б.Х. — доктор исторических наук, директор Института гуманитарных исследований при Правительстве КБР и КБНЦ РАН, г. Нальчик

Бондаренко Е.В. — кандидат психологических наук, Ставропольский государственный университет, г. Ставрополь

Гацалова Л.Б. — доктор филологических наук, Северо-Осетинский институт гуманитарных и социальных исследований ВНЦ РАН, г. Владикавказ

Гостиева Л.К. — кандидат исторических наук, ведущий научный сотрудник Северо-Осетинского института гуманитарных и социальных исследований ВНЦ РАН, г. Владикавказ

Денисова Г.С. — доктор социологических наук, профессор, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Казиев Т.А. — аспирант, Пятигорский государственный лингвистический университет, г. Пятигорск

Калуцков В.Н. — доктор географических наук, профессор, Московский государственный университет, г. Москва

Канукова З.В. — доктор исторических наук, профессор, Северо-Осетинский институт гуманитарных и социальных исследований ВНЦ РАН, г. Владикавказ

Кешева З.М. — кандидат исторических наук, Институт гуманитарных исследований при Правительстве КБР и КБНЦ РАН, г. Нальчик

Киблицкий А.А. — кандидат политических наук, директор туристического комплекса «Петровский причал», г. Ростов-на-Дону

Кринко Е.Ф. — доктор исторических наук, Институт социально-экономических и гуманитарных исследований Южного научного центра РАН, г. Ростов-на-Дону

Мазаева Т.А. — доктор философских наук, Чеченский государственный университет, г. Грозный

Малькова В.К. — доктор исторических наук, Институт этнологии и антропологии РАН, г. Москва

Невская Т.А. — доктор исторических наук, Северо-Кавказский государственный технический университет, г. Ставрополь

Песков Д.А. — аспирант, Институт этнологии и антропологии РАН, г. Москва

Прасолов Д.Н. — кандидат исторических наук, Институт гуманитарных исследований при Правительстве КБР и КБНЦ РАН, г. Нальчик

Рыблова М.А. — доктор исторических наук, Южный научный центр РАН, г. Ростов-на-Дону

Савельев В.Ю. — кандидат политических наук, зам. главы администрации г. Кисловодска

Тишков В.А. — академик, директор Института этнологии и антропологии РАН, г. Москва

Туркаев Х.В. — доктор филологических наук, Чеченский государственный университет, г. Грозный

Хлынина Т.П. — доктор исторических наук, Институт социально-экономических и гуманитарных исследований Южного научного центра РАН, г. Ростов-на-Дону

Шукюрова М.Г. — кандидат психологических наук, доцент, Пятигорский филиал Северо-Кавказской академии государственной службы, г. Пятигорск

Шульга М.М. — доктор социологических наук, Институт социально-экономических и гуманитарных исследований Южного научного центра РАН, г. Ставрополь

Щербина Е.А. — кандидат политических наук, Карачаево-Черкесский институт гуманитарных исследований при Правительстве КЧР, г. Черкесск

Хоперская Л.Л. — доктор политических наук, Киргизско-Российский славянский университет, г. Бишкек

Яновский В.С. — кандидат исторических наук, журналист, г. Кисловодск

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
-------------------	---

ЧАСТЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ «КУЛЬТУРА И ПРОСТРАНСТВО»

1. Три карты. Теория и общие подходы к проблеме «культура и пространство» (<i>В.А. Тишков</i>)	7
2. Антропология историко-культурных брендов территорий, регионов и мест (<i>В.К. Малькова, В.А. Тишков</i>)	27
3. Географические подходы к созданию историко-культурных образов (<i>В.Н. Калуцков</i>)	63
4. Формирование позитивного имиджа территорий (<i>М.М. Шульга, Е.В. Бондаренко</i>)	83
5. Эффективный имидж как стратегический ресурс в создании инвестиционной привлекательности региона (<i>М.Г. Шукюрова</i>)	89
6. Этнотерриториальные особенности олимпийской символики (<i>Д.А. Песков</i>)	96

ЧАСТЬ 2. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ И БРЕНДЫ ЮЖНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

1. Традиционные ресурсы и новые возможности этнокультурного брендинга в условиях Северо-Кавказского федерального округа (<i>М.А. Аствацатурова</i>)	109
--	-----

Раздел 1. Русский компонент в истории и культуре Юга России

1.1. Образ Северного Кавказа в общественном сознании россиян: меняющаяся традиция восприятия (<i>Х.В. Туркаев</i>)	123
1.2. Ростов-на-Дону как услуга и товар: эмоциональные и рациональные компоненты брендинга (<i>Г.С. Денисова</i>)	135
1.3. Памятные места русской культуры на территории Кавказских Минеральных Вод (<i>Т.А. Невская</i>)	143
1.4. Этнокультурный образ Ставрополя (<i>А.Б. Багдасарова</i>)	163
1.5. Имиджевые доминанты Кисловодска: солнце, здоровье, согласие (<i>В.Ю. Савельев</i>)	169

- 1.6. Проблема формирования этнокультурного бренда Волгоградской области
(*М.А. Рыблова*) 175
- 1.7. Этнокультурный бренд казачества в системе социальной самоидентификации
(*Л.Л. Хоперская, А.А. Киблицкии*) 181
- 1.8. Бренд казачества: мемориальная версия (*Е.Ф. Кринко*) 191

Раздел 2. Историко-культурные ценности, бренды и имиджи северокавказских республик

- 2.1. Социальный и политический имидж СКФО:
к постановке проблемы (*М.А. Аствацатурова, Т.А. Казиев*) 207
- 2.2. Роль национальных историй в создании
новых этнокультурных брендов Северного Кавказа (*Т.П. Хлынина*) 212
- 2.3. Этнокультурные образы Владикавказа (*З.В. Канукова*) 220
- 2.4. Этнокультурный брендинг: от традиционного образа к торговой марке
(*Л.Б. Гацалова, Л.К. Гостиева*) 234
- 2.5. Аргунский историко-культурный и природный музей-заповедник
как компонент чеченского бренда (*Т.А. Мазаева*) 247
- 2.6. Биологическое разнообразие Кабардино-Балкарии
как бренд в развитии экологического туризма (*М.И. Аккиев*) 254
- 2.7. Зольские и Нагорные пастбища как этнокультурный бренд
Кабардино-Балкарии (*Д.Н. Прасолов*) 260
- 2.8. Атажукинский сад — музей садово-парковой культуры (*Б.Х. Бгажноков*) . . . 266
- 2.9. Танцевальная культура кабардинцев как источник формирования
современного этнокультурного бренда (*З.М. Кешева*) 276
- 2.10. Креативные возможности региона Кавказских Минеральных Вод
(*М.А. Аствацатурова*) 293
- 2.11. Сохранение подлинного историко-архитектурного наследия
Северного Кавказа как условие этнокультурного брендинга
(*В.С. Яновский*) 303
- Сведения об авторах 308

Научное издание

**Культура и пространство:
историко-культурные бренды и образы
территорий, регионов и мест**

*Техническая редакция Ю.М. Валова-Романенко,
С.А. Шестак, А.А. Яковлева
Оригинал-макет С.А. Лункин
Перевод Р.Г. Михалюк
Дизайн обложки Н.В. Кубеш*

Подписано в печать 10.09.2012.
Формат 70 × 100/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Literaturnaуа. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 35,05. Тираж 200 экз.

Издательство ЮНЦ РАН
344006, г. Ростов-на-Дону, пр. Чехова, 41
Тел.: (863) 250-98-21
E-mail: ssc-ras@ssc-ras.ru