

Этнос и культурное пространство: символы, знаки, смыслы

Е.А. Рукавишникова,

Кабардино-Балкарский государственный университет

Вынеся в заглавие такие сложные концепты, вынуждена оговориться: в рамках доклада можно рассмотреть лишь их отдельные взаимосвязанные элементы. Потому внимание автора обращено к маркировке пространства (в том числе – виртуального) при помощи некоторых символов этнических культур. В качестве материала для размышлений выбрано информационное и культурное пространство Кабардино-Балкарии. По всем статистическим данным среди населения КБР доминируют кабардинцы. Балкарцы же и русскоязычные группы – в относительном меньшинстве. В годы советской власти, когда происходила «русификация» не всегда обдуманная регионов, представители этнических групп стремились «раствориться» в русскоязычном большинстве народов Советского Союза. Автор не ставит цель проследить все временные и контекстные обстоятельства «русификации» этнических групп в Кабардино-Балкарии и последующего поиска моделей самоидентификации, лишь пробует наметить канву, культурные контуры происходящих изменений.

В чем это конкретно выражалось? Для успешной карьеры в то время требовалось не только хорошее образование, но и качественное владение русским. Применительно к городскому населению (особенно в пределах столицы КБР Нальчика) это привело к тому, что выросли поколения, использующие родной (скажем, кабардинский, балкарский) язык сугубо в утилитарных сферах. Языковые локусы сопровождали деление сферы активности человека: профессиональная деятельность сопровождалась рефлексией на русском языке, в то время, как домашние дела и насущные бытовые проблемы обсуждались на родном.

Желая продемонстрировать «лояльность» центральной власти, многие местные жители называли детей русскими именами (что, естественно, ранее не было характерно для среды). В качестве компромисса иногда избиралась стратегия: официально ребенка записывали в свидетельстве о рождении именем, распространенным в данной этнической группе, а в обиходе (среди знакомых, в местах учебы и работы) называли русифицированной версией. В последнем случае имена (данное при рождении и «русская» версия) не обязательно совпадали фонетически (возможно, активное распространение этой практики была связано с традиционными представлениями о том, что, давая ребенку второе имя, его можно было уберечь от недоброго влияния). Так что именно этот пример можно рассматривать не только в ключе культурной или политической экспансии, но и как поле пересечений культурных парадигм, давших любопытный симбиоз.

История «русификации» имен сопровождала изменения в написания фамилий. Дело в том, что фамилии представителей этносов, проживающих в Кабардино-Балкарии, не имели окончаний, характерных для русских фамилий. Для русского человека они звучали так, что трудно было определить, мужская фамилия или женская. Тем более что и часть имен имела в восприятии (иноязычных по отношению к кабардинцам и балкарцам) затрудненную по той же причине гендерную идентификацию.

90-е годы принесли этническим группам новые возможности развития своей культуры, чем они попытались воспользоваться. Интересно проследить, каким образом, по какому пути идет актуализация этнического самосознания и на чем строится базис самоидентификации. Естественной реакцией этнических групп стали попытки возврата к прежним вариантам написания фамилий (принятых в рамках конкретной этнической, языковой группы). Помимо этого, очевидно, увеличился интерес к старинным именам, к тем, которые еще пару десятилетий назад не были в моде. Их «немодность» отчасти проистекала и из того, что, например, своеобразная фонетика кабардинского языка не всем позволяла легко улавливать нюансы произнесения имени. И если в советское время такое имя представляло для его носителя некоторое «неудобство», то сегодня редкое и необычное имя – предмет гордости.

Обращаю внимание на еще один значимый, на мой взгляд, визуальный аспект символического пространства. Структура социума народов Кабардино-Балкарии представляла определенного типа иерархию. Где большое значение имела принадлежность к определенному роду. Многие фамилии имели визуальные знаки, являющиеся символами рода. Это так называемы тамги. Тамги представляют собой лаконичные и наполненные глубоким смыслом знаки-символы. Когда-то эти символы маркировали пространство (могли использоваться как вариант подписи на важных документах, тиражироваться на предметах быта аксессуарах, украшениях). Сегодня тамги получили еще и другие, совершенно отличные от прежних способы применения. Они могут украшать одежду (принты на футболках не такая уж редкость среди подростков), быть элементом тюнинга машин (удивительно смотрится сочетание древних знаков с новейшими технологиями). Но особенно актуальным становится их использование в качестве логотипов торговых марок. Имея историческое значение (в рамках культуры этноса), эмоциональную окраску (для представителей фамилии, рода), символ стал иметь и коммерческую стоимость. Безусловно, характеризуя эти тенденции, автор не пытается ставить в один ряд такие понятия, как историческая память и рыночная стоимость. Но и игнорировать факты в современной политико-экономической обстановке не представляется адекватным.

Примером удачного в коммерческом смысле применения символов этнокультур можно считать эмблему холдинга «Синдика». Нэйминг холдинга интересен тем, что обращается к

достаточно раннему периоду истории, когда адыгские племена жили в рамках государства под названием Синдика. Более того, название имеет ряд коннотаций (назовем хотя бы синдикат), достаточно благозвучно с точки зрения фонетики русского языка и параметров психолингвистики. Все вместе это делает имя холдинга узнаваемым. Не менее удачным дополнением имени холдинга служит его визуальная символика. Она представляет собой три перекрещенные стрелы и двенадцать звезд на зеленом фоне. Символика является актуальной и понятной представителям адыгской культуры как знак объединения нескольких народов под знаменем общих целей.

Для обычного «пользователя» услуг холдинга «Синдика» элементы визуальной символика стали просто ярким маркером компании. Тем более, если учесть, что предприятия, входящие в концерн «Синдика», работают и на российском пространстве, а не только на региональном, символика практически не имеет близких по образу конкурентов. Это связано и с этнокультурной парадигмой, и с культурными реалиями российской территории. Для фирм, продвигающих услуги россиянам, сложно представить себе использование таких активных визуальных элементов, как, скажем, стрелы. Подобные условия делают символику холдинга «Синдика» выигрышной.

Еще более интересным представляется проследить изменение этнической окраски используемых символов и привнесение в них иных ассоциативных аспектов. Если предположить, что холдинг «Синдика» будет успешно развиваться и сохранит позицию известного, довольно крупного игрока в определенном секторе экономического рынка, то его визуальная символика также может претерпеть оценочные изменения. В случае реализации такого оптимистичного сценария, изображение стрел и звезд вполне может занять место в концепции стратегии успеха. В области продвижения коммерческих идей. Почему лейтмотивом данного доклада становится идея о доминировании этнических символов в процессе самоидентификации? Есть много причин, назовем лишь некоторые, самые, на взгляд автора, очевидные. Развитие социальных связей и контактов в современном российском обществе в основном опирается на статус, обеспеченность, степень влияния, защищенность персоны. В этой связи при знакомстве в первую очередь подчеркиваются именно эти регалии (с присущими им атрибутами и визуальными символами). В качестве заключительного пассажа, не замыкающего, впрочем, рамки темы, стоит привести иллюстрации использования этнических маркеров в виртуальном мире. Разумеется, речь о сети Internet. Пока оставим в стороне необходимость анализа контента сайтов, направленных на развитие этнической парадигмы и культуры (как кабардинцев, так и балкарцев). Отметим лишь некоторые детали, появившиеся в век гипертекстов. Открывая почтовые ящики в различных поисковиках, представители Кабардино-Балкарии иной раз

выбирают «имя» почтового ящика, куда включено название (или самоназвание) этноса. Так попадаются (заранее извинившись, напишем для ясности кириллицей) «кабардинка», «черкес», «адыг», «таулу» и т.д. Бывает, если невозможно открыть ящик только лишь с использованием названия этнической группы, изобретательные пользователи присоединяют (до или после, через прочерк либо точку) свое имя. В результате для внешнего виртуального мира человек маркирует свою принадлежность в первую очередь причастностью к этнической группе, а потом уж называя имя, фамилию и т.п.

Сходная ситуация с логинами, которые используются для общения в форумах, регистрации на сайтах и т.п. Особенный интерес вызывают форумы, где посетитель, не регистрируясь при входе, может при каждом комментарии выбирать себе логин (технически это не самые «продвинутые» сайты). Эта техническая «непродвинутость» позволила увидеть еще одну тенденцию. Находясь в роли анонима, а точнее, героя в карнавальной маске, активные пользователи так же с немалым удовольствием называют себя как представителя какого-то этноса, опуская при этом имя (не говоря уже о фамилии). То есть, подписываясь подобным образом, пользователь как бы получает «право» выражать интересы и чаяния определенной этнической группы – по крайней мере в рамках конкретного ресурса – феномен, наверняка интересный исследователям виртуального пространства.

Что должно быть в основе самоидентификационной базы гражданина РФ: православные ценности, «русскость» (как принадлежность к касте правящей элиты), вертикальность управления политическими процессами и идентичное восприятие оных? Или возможность предложения многоаспектной культурной парадигмы, включающей в себя не «высшие и низшие», а различные элементы культур, языков, локусов?

Надеемся, что приведенных мозаичных сведений достаточно для того, чтоб понять, что формирование этнопарадигмы, базиса самоидентификации в современном информационном пространстве становится ключевым моментом. Для осуществления грамотной политики, бережного отношения к истории, развития модели поликультурности и полилингвизма, продвижения региона как на уровне России, так и в международном пространстве. Возможно, эти ремарки, провоцирующие гораздо больше вопросов, нежели дающие шансов получить определенный ответ, вызовут профессиональную дискуссию. Тогда поле диалоговой культуры способно стать экспериментальным пространством, где этносимволы не устанавливают границы миров, а обогащают и расширяют горизонты восприятия.