

## БЕЛОРУССКАЯ КУКЛА КАК СРЕДСТВО ИНКУЛЬТУРАЦИИ ЛИЧНОСТИ

**Калашникова А. В.**

*доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности*

**Жидович В. Е.**

*студент 3 курса УО «Белорусский государственный*

*университет культуры и искусств»*

*(Республика Беларусь, г. Минск)*

Инновации как «прорыв» на новый уровень общественной организации, с точки зрения известного болгарского философа Петко Ганчева, всегда подготавливаются определенными формами культуры. Для белорусов, как показывает история, инновации (столь актуальные сегодня для страны) всегда были тесно связаны с уровнем развития национального самосознания и национальной идентичности. Актуализация национальной культуры, обычаев, традиций обеспечивает, с одной стороны, их преемственность и существенно влияет на формирование гражданской идентичности, с другой – этот процесс тесно связан с творчеством, а «через творчество система культуры развертывается и обогащается, обогащая, таким образом, и историю человечества» [1].

С древнейших времен куклы не только являлись частью культурного наследия, но и представляли собой объект для творчества каждого поколения. *Кукла в культуре* разных эпох выступала в различных ипостасях:

– кукла архаичная (часть ритуала, объект поклонения, оберег) – самые древние куклы найдены в IV в. до н.э. Египте в гробницах фараонов;

– кукла игровая (развлечение, познание ребенком мира через куклу) – в Британском музее хранится тряпичная кукла, относящаяся к III в. до н.э.;

– кукла театральная (воссоздание моделей поведения людей, отражение театральных сценографических тенденций) – происхождение самого древнего из известных нашим современникам кукольного театра относится к XVI в. до н.э., он был найден в Египте, а позднее и в Индии; наиболее древние образцы батлеечных кукол на территории Беларуси относятся к XVIII в.;

– кукла коллекционная (произведение искусства, авторская кукла, связанная с личностью художника) – механическая кукла «Птицелов» (XVIII в., высотой 1,20 м, является самой дорогой коллекционной куклой стоимостью 6 млн. 250 тыс. \$);

– кукла коммерческая (сувенирная, национальный продукт), к которой сегодня можно отнести интерьерные игрушки; манекены индустрии моды; карнавальные маски; а также современные модификации детской игрушечной индустрии – куклы-роботы, трансформеры, виртуальные куклы (например, «тамагочи») и др.

Внимание к «кукольной проблеме» в Республике Беларусь в последние годы усиливается: в 2008 г. Было проведено межотраслевое совещание «Современный мир игрушки: тенденции белорусского рынка, национальный интерес, педагогическая целесообразность» и по его итогам Министерство экономики страны утвердило очередное положение о принятии комплекса мер по расширению производства игрушек в республике. В данном контексте для анализа маркетологов, продвигающих национальный белорусский продукт, могут представлять интерес следующие факты: матрёшка – это не национальная русская кукла, а успешный коммерческий продукт, созданный в начале XIX в. и остающийся национальным сувениром; самая популярная игрушка в мире – кукла «Барби» имеет полное имя Барби Милисент Робертс (была создана Р. Хендлером в 1959 г.), всего за полвека она заменила детям всего мира национальную игрушку и олицетворяет новую философию красоты.

Богатый профессиональный опыт, накопленный белорусскими художниками и мастерами национальных ремесел уже сегодня демонстрирует возможности для преодоления промышленных стереотипов и открывает горизонты для разработки национальных трендов: соломенные куклы-сувениры, авторские куклы И. Рожко, А. Шостак, Л. Дребезовой (куклы-обереги) и др. Художница А. Балаш, создатель уникальных авторских кукол, также является организатором ежегодных выставок коллекционных кукол международного и республиканского уровня: «Балаганчик», «Плюшевое сердце», «Шелковое сердце» на базе библиотеки им. А. С. Пушкина (Минск). Благодаря деятельности А. Балаш популярность кукол ручной работы существенно возросла, появилась мода на создание кукол собственными руками и их коллекционирование.

Национальная игрушка (кукла), созданная из природных материалов (лен, глина, войлок, дерево), может обладать еще целым рядом важных для современности параметров:

- это сохранение здоровья детей;
- развитие креативности (игровые наборы «Сделай сам», «Театр кукол»);
- пропаганда экологического воспитания и поведения, простота и экологичность способов утилизации такого рода изделий.

В республике существуют ресурсы не только для создания куклы как детской игрушки и презентационного сувенира, но и перспективы для развития традиций национальной театральной куклы. Эти перспективы базируются на возрождении интереса к самобытным формам вертепных театров (таким например, как старинный кукольный театр «Батлейка») и достижениях отечественной сценографии профессионального театра кукол. Творения замечательных художников-кукольников 1960–1990-х гг. Л. Быкова, А. Фоминой, В. Рачковского широко представлены в музее Театральной культуры Республики Беларусь (Минск), музее Государственного театра кукол (Минск). Наиболее яркие национальные куклы и спектакли продолжают сохраняться в репертуаре кукольных театров республики.

Данные социологического исследования (2003) об этнической и гражданской принадлежности в оценках и представлениях белорусов разных поколений показали, что если для старшего поколения наиболее важной является установка на *уважение* к национальной культуре и на её сохранение, то для молодежи – это, в большей степени, *знание* своей культуры, традиций, истории [3, с. 361]. Осознание и переживание собственной национальной принадлежности невозможно фактически вне рамок родного языка и культуры, обычаев, символов и праздников. *Белорусская идентичность* является коллективной идентичностью, формирующейся вокруг принадлежности к Беларуси как общему пространству жизнедеятельности и социального взаимодействия [3, с. 216]. Это пространство характеризуется также деятельностью социальных институтов, направленных на формирование национальной принадлежности, среди которых важную миссию воспитания молодого поколения и укрепления семьи выполняет театр кукол, школьные и внешкольные учреждения (исследования показали, что дети и семейные ценности занимают лидирующие позиции в приоритетах белорусов всех социальных слоев). Как необходимая педагогическая инновация рассматривается сегодня внедрение в образовательные программы школ национальных игрушек-типажей близких и понятных родителям и детям. Тем более, что на современном этапе развития общества префигуративная культура (дети учат родителей), которая связана с развитием новых механизмов сохранения и передачи опыта и культуры (под влиянием электронных средств коммуникации), обостряет кризисные явления во взаимодействии поколений [4, с. 189].

Национальная кукла как носитель *исторической памяти* со свойственным ей существованием в модусе актуальности, (современный контекст накладывает на

объективное значение куклы новую перспективу [4, с. 200]), способна сгладить различия между поколениями и оказать влияние на ценностную систему ориентаций белорусов. Несмотря на развитие виртуальной среды, реальная кукла не умрет, так как она была и будет тесно связана с человеком всей его многовековой историей.

*Инновации в культуре* сегодня широко представлены через симбиоз современной знаковой куклы-игрушки и социально-культурной деятельности: историческая реконструкция событий (Фестивали средневековой культуры), обрядовая деятельность (Масленица), арт-терапия, кукольные кружки, кукольная мультипликация, перфомансы, инсталляции («Рождественские ясли» в церквях, витринах, домашних интерьерах), театральные проекты (Международные фестивали театров кукол), социальные проекты художников-реборнеров (создание копий младенцев – популярная игрушка в Европе в связи с падением рождаемости), выставочные проекты (Музей Восковых фигур – манекены-копии известных личностей); сувениры-шаржи (матрешки политических лидеров), рекламная кукла – игрушечный герой как воплощение визуального бренда продукта (мороженное марки «Гоша» – попугай, детская одежда марки «Маруся» – стилизованная лошадка) и др.

Таким образом, в современной культуре у куклы на первый план выступают развлекательная, эстетическая и коммерческая функции. К сожалению, в первые годы жизни человека, когда происходит наиболее активное освоение информации и формируется система координат, в рамках которой будет развиваться индивид и его культурная идентичность, белорусского ребенка окружают игрушки-прототипы зарубежных мультипликационных фильмов и животных других континентов. Национальное обличие дизайна в игрушечной индустрии пока не сформировалось. Однако, как отмечают маркетологи, увеличивается интерес покупателей к игрушкам с национальной спецификой. Белорусский дизайн как инновационная деятельность, которая связана с проблематикой эстетического качества, способен обеспечить разработку образов национальной игровой продукции, что позволит отойти от тиражирования зарубежной архитектоники и создать нетипичные игрушки с белорусским культурным кодом [2, с. 11].

### *Литература*

1. Ганчев, П. Культура как форма и дух истории: универсальные смыслы и национальная специфика // Национальная философия в современном мире: сб. науч. Ст. / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2010. – С. 34–36.
2. Панкратава, Н. Маркер свайго або «лішняя прафесія» / Н. Панкратава // Культура. – 2011. – 26 сак. – 1 крас. – С. 11.
3. Социальные и социокультурные процессы в современной Беларуси: социологический анализ / М. Г. Алейник [и др.]; отв. Ред. Г. М. Евелькин. – Минск: Белорус. наука, 2006. – С. 208–361.
4. Социологическое знание и современные процессы в современном белорусском обществе: сб. ст. Шестой межин-т. Науч.-практ. Конф. Молодых ученых, Минск, 17 нояб., 2006 г. / НАН Беларуси, Ин-т социологии; редкол.: Г. В. Евелькин (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Белорус. наука, 2007. – С. 189–200.