

*А. В. Калашикова,
доцент кафедры менеджмента социокультурной
деятельности Белорусского государственного
университета культуры и искусств;*

*В. Е. Жидович,
студент Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

БЕЛОРУССКАЯ КУКЛА: СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

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 разворачивается 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. в 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 сценических 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 1,2 м с поющими птицами является

самой дорогой коллекционной куклой стоимостью 6 млн 250 тыс. долл.);

– 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 Беларуси 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: матрешка – 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., и 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 уровней «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 60–90-х гг. Л. Быкова, А. Фоминой, В. Рачковского широко представлены в Музее истории театральной и музыкальной культуры Республики Беларусь (Минск), музее 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 фактически невозможны 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 выполняют 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 модуле 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 (рис).

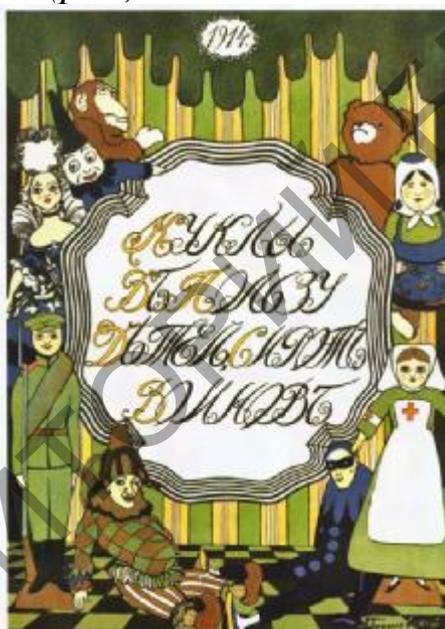


Рис. Куклы в пользу детей, сирот воинов

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 обличье 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].

1. *Ганчев, П.* Культура как форма и дух истории: универсальные смыслы и национальная специфика / П. Ганчев // Национальная философия в современном мире: сб. науч. ст. / Институт 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.

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 межинститут. науч.-практ. конф. молодых ученых (Минск, 17 ноября, 2006 г.) / НАН Беларуси, Ин-т социологии; редкол.: Г. В. Евелькин (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Белорус. наука, 2007. – С. 189–200.