

УДК 316.7

**Р.В. Кононенко****ФОЛЬКЛОР КАК КОЛЛЕКТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ  
И WOW-ФАКТОР: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ**

*Рассматривается народная культура как многозначный феномен, который становится полем властных отношений. Обсуждаются различные социокультурные и политические контексты, где происходит возрождение народной культуры, которая может использоваться в целях интеграции, а может выступать контраргументом социальной и политической идентификации. Анализируются специфические для каждого из контекстов ценностно-символические и структурные характеристики. С применением идей социологии профессий и интервью с народными исполнителями и экспертами-фольклористами разбираются аспекты коммодификации и профессионализации народных исполнителей.*

Ключевые слова: фольклор, общественные движения, коммерциализация, профессионализация.

**Возрождение народной культуры: романтика и политика**

Интерес к народной культуре восходит к традиции романтизма начала XIX в. – интеллектуального движения против классического мышления и ценностей Просвещения [1. С. 98, 100–101]. Представители этого движения – ученые, литераторы – собирали разнообразные данные, свидетельствующие об интересном и целостном содержании не «высокой», а «народной» культуры, о важных особенностях быта и представлений разных групп и сообществ. Фольклористы и этнографы наших дней и сегодня продолжают по крупицам собирать и сохранять народную музыку, тексты, обрядность, которые исчезают перед лицом стремительной урбанизации.

Другим и близким к романтизму источником интереса к фольклору является национализм, возникший как идеология и движение еще в XVIII столетии, который, впрочем, возымел неоднозначные последствия. Как показывает Б. Андерсон [2], благодаря развитию печатного дела и чтения язык, образование и культура могли быть унифицированы в рамках одной страны – нации. Это было необходимо в целях государственного управления. Ученые, писатели, поэты, артисты создавали и распространяли произведения в «народном стиле», способствовали формированию популярной – и главное – единой версии национальной истории и культуры. Усилиями политических, интеллектуальных и культурных элит создавались и внедрялись новые праздники, символы, учебники и другие средства, с помощью которых каждый человек должен был определять себя с нацией [3]. Фольклор из народной культуры переходил, трансформировался в высокую, «передаваемую не путем неформального общения с непосредственным окружением, а при помощи формального обучения» [4. С. 7]. Здесь налицо не только политические, но и рыночные интересы элит, поскольку все символы национального единства представляют собой выгодный товар, они легко тиражируются и продаются,

тем самым становятся еще более распространенными. В периоды обострения социальной ситуации, в ситуациях внутривнутриполитических конфликтов на повестку дня выходили локальные языки и фольклор, которые привлекались лидерами движений для тех же самых целей – сплоченности группы, выступавшей против доминантной системы ценностей. Исследователи отмечают слабость и непоследовательность национального чувства, сложившегося у населения России при царском режиме [5]. В ранний советский период возник ленинский тезис о параллельном существовании «национально-буржуазной» и «интернациональной пролетарско-социалистической» культуры, который удалось примирить Сталину [6] в его «пролетарском по своему содержанию, национальном по форме» культурном гибриде. Мы рассмотрим различные социокультурные и политические контексты, в которых происходит возрождение народной культуры, и проанализируем специфические для каждого из контекстов ценностно-символические и структурные характеристики.

### ***Возрождение народной музыки в США: контркультура и коммодификация***

В 1930-х гг. в США народная музыка стала ассоциироваться с левым политическим крылом, так как активисты стали использовать этот голос взаимодействия с рабочими как символическое орудие социальных изменений, они находили народных исполнителей, способствуя превращению тех в известных исполнителей и продвигая их песни среди населения [7]. Поскольку профессиональные певцы начали исполнять и даже сочинять фольклорную музыку, классическое определение фольклора как анонимного и непрофессионального искусства оказалось под вопросом. А «народность» стала относиться к совершенно разнообразным жанрам и формам музыкального творчества [8].

Популярность народной музыки стала быстро расти в 1960-е гг. в США благодаря контркультурным движениям, проповедовавшим ценности антиконсумеризма в противовес послевоенному конформизму и ценностям массового потребителя. Общественные движения и контркультуры 1960-х стали реакцией на послевоенный конформизм и консумеризм – идеологию «холодной войны» [9]. С течением времени культурные артефакты отрываются от их специфического социально-исторического контекста и начинают другую жизнь в потоке масс-медиа. Так, народная музыка чернокожих, когда-то служившая источником вдохновения для участников движения за гражданские права, впоследствии стала распространенным музыкальным стилем, что, по мнению Р. Айермана, способствовало преодолению расистских установок среди молодежи [10].

Как указывают американские исследователи, народная музыка, исполнявшаяся на гитаре и банджо, в то время представляла контркультуру с ее отрицанием мейнстримного буржуазного образа жизни в обществе изобилия. Образованная молодежь, предпочитавшая народную музыку, считала себя антиподами массам – приверженцам поп-культуры. «Люди стали искать аутентичных народных музыкантов, а затем – и одеваться, выглядеть, говорить, вести себя и даже думать так, как они думали, должны были бы думать

и выглядеть деревенские, этнические, рабочие и другие маргинальные культуры, к которым они относили народные песни» [11. Р. 2, цит. по: 9. Р. 189].

Народная музыка считалась подлинной из-за ее маргинальных и досовременных корней, и ее возрождение действительно было крупным социальным явлением. Целое поколение, недовольное конформистскими идеалами устройства быта и семьи, обратилось к народной музыке в поисках «аутентичного», «настоящего» и «подлинного» опыта [9. Р. 190]. Концерты известных музыкантов собирали тысячи зрителей. То, что в 1950–1960-е гг. народная музыка была на пике популярности в США, позволило безбедно существовать десяткам исполнителей. С ростом профессионализации народной музыки определение ее как некоммерческой здесь было уже нерелевантным. И несмотря на то, что возрождение народной музыки было укоренено в антикоммерциализме, оно зависело от рынка. Музыка играла огромную роль в рекрутировании новых членов движений за права или контркультурных движений, в повышении степени их групповой сплоченности, создании чувства принадлежности, она поднимала дух участников коллективных действий, но была и источником материального капитала [10. Р. 447]. Сами способы сопротивления мейнстримной культуре были основаны на потреблении [9].

И все же, как показывает М. Тачи [Там же], антикоммерческая аура народной музыки не только сохранилась, но даже стала усиливаться и продолжала сохранять свою значимость для молодежи, противопоставляющей себя современной американской массовой культуре. Главным кредо этого движения было «do-it-yourself», кроме всего прочего означавшего, что можно самим создавать музыку, а не просто слушать профессиональных музыкантов. На фестивалях народной музыки зрители не только слушали профессиональных исполнителей, они приносили гитары и банджо, играли на собственных инструментах, пели. Каждому любителю народной музыки была нужна гитара или банджо, и продажи этих инструментов, как и пластинок с записями фолк-музыки, тоже резко возросли. Меньше чем за десять лет гитарная индустрия, а затем и звукозаписывающая превратились в многомиллионный бизнес [Там же]. Коммодификация, таким образом, была необходима для достижения антиконсумеристских культурных целей возрождения народной музыки.

### ***Фольклор как основа коллективной мобилизации в социалистическую эпоху***

С конца 1960-х, а особенно в 1970-е и 1980-е гг. в Восточной Европе и республиках СССР стали шириться массовые коллективные мобилизации, ценностным ядром которых был фольклор. Группы молодежи, составлявшие это движение, использовали символы «аутентичности» по-разному – как эстетический элемент самоопределения или как политическую стратегию [12]. Эти контркультурные движения так же, как и в США, активно использовали символические коды местного фольклора, но развивались они вне рынка и опирались в большей степени не на инструментальный, а на песенный фольклор.

Ситуация с развитием фольклорного движения в современной России во многом сходна с тем, что наблюдалось в других странах социализма. Здесь оно росло под влиянием романтических интеллектуальных течений в совет-

ской литературе и гуманитарных науках, начиная с 1960-х гг., а также на фоне изменений в повседневной жизни и культурном выборе людей, расширении степеней свободы этого выбора [13]. Такие изменения могли состояться в период политической оттепели, когда наблюдался рост фрондирующего интереса интеллигенции к крестьянскому фольклору и православию [14], а затем – в эпоху перестройки.

В 1980-е гг. инициативы и эксперименты исследователей-фольклористов, профессиональных музыкантов, мыслившиеся как оппозиция народному хору, были подхвачены и переосмыслены большим числом любителей. Городская молодежь занялась поисками принципиально новых форм практического освоения народного искусства, заключавшегося в исполнении аутентичного фольклорного материала [15]. Некоторые из них сделали стремление к изучению и воспроизведению подлинного фольклора важной частью своей биографии, а нередко и второй профессией.

В 1980-е гг. фирма «Мелодия» выпустила целый ряд грамзаписей аутентичной народной музыки благодаря стараниям известных собирателей фольклора. Пластинки выпускались тиражом от 2,5 до 5 тыс. экземпляров. Это производство не могло соревноваться по своей масштабности с популярностью мастеров народной музыки на Западе, чьи записи на пластинках расходились миллионами.

Если в странах социализма и республиках СССР рост фольклорного движения мотивировался противостоянием советскому и русскому, то движение за возрождение русского фольклора представляло «противогосударственную фронтду» и в 1980-е гг. в основном было движимо эстетическими интересами. И хотя пути молодых романтиков, увлеченных народной песней, подчас пересекались с некоторыми радикальными патриотическими движениями, такие контакты носили тогда спорадический характер и позднее членами фольклорного движения были оценены негативно. Отсутствие этнонациональной «униженности» в воображаемой коллективной памяти микшировало протестные акценты, связывая их до поры до времени не с национальной, а социальной проблематикой [14]. Начиная с 1990-х гг. в российском фольклорном движении проявляется православный уклон, который к 2000-м гг. становится более выраженным. Этому способствует и кооперация движения с казачеством и церковью. Однако по сравнению с националистическими выступлениями ультраправых организаций национальная идея фольклорного движения, по мнению его участников, не содержит идей насилия и отрицательного отношения к представителям других культур.

С падением «железного занавеса» в бывших советских республиках отпала необходимость в защите местного фольклора как оппозиционной ценности от «советских оккупантов». «Песенный национализм», ставший для многих синонимом национальной идентичности («Эстонцы – поющая нация», «Наш знаменитый фестиваль песни объединяет нас»), по мнению исследователей, стремительно начал терять свою значимость [16].

И хотя ценности традиционной культуры в 1990-е гг. отступали на второй план под давлением рыночных и политических трансформаций, в постсоветский период в странах Балтии, Восточной и Центральной Европы на новую волну вышли интеллектуальные течения, связанные с этнографией и фольк-

лористикой. Некоторые авторы связывают растущее внимание к фольклору и этнографии в 1990-х гг. в Восточной Европе с актуальными там задачами построения новых государств-наций [17] и высказывают опасение относительно того, что этнология и близкие дисциплины используются соответствующими группировками и партиями для обслуживания этнонационализма и ксенофобии [18]. Ведь аргументы из области этнонациональной и этнокультурной истории позволяют переформулировать коллективную память общества, его сегментов или групп, которые с помощью интереса к прошлому «пытаются освятить собственную теперешнюю идентичность. Через память, наследие, юбилеи, исторические празднества утверждаются и переосмысляются ключевые координаты осознания себя как общности» [19. С. 27].

### **Профессионализация и коммодификация фольклора в современной России**

В классических определениях фольклор понимается как анонимные, создаваемые народом и бытующие в народе формы творчества, в частности музыкального, передаваемые изустным путем и исполняемые самодельными артистами, подвергаемые изменениям посредством устной передачи и поэтому существующие в различных вариантах. Народная музыка, следовательно, отличается от популярной (коммерческой) музыки, создаваемой и исполняемой специально подготовленными профессионалами ради выгоды и распространяемой посредством медиа [9. Р. 189]. Однако в рыночных условиях в странах постсоциализма, включая Россию, коммодификация народной культуры идет более интенсивно. Хотя современное фольклорное движение так же, как и раньше, характеризуется отрицательным отношением к культуре потребления, но оно не свободно от него. Тематика народной культуры востребована на рынке народных промыслов, ремесел, этномызыкальных записей или культурных услуг. В некоторых российских городах существуют специализированные производства, торговые точки, организуются ярмарки, где продаются изделия «народных промыслов», видео- и аудиозаписи, а также и продукты питания. Коммодификация, или превращение народной культуры в товар, активно происходит и за счет интернет-ресурсов. Участвуют в них и представители фольклорного движения.

Отметим, что потребление культурных артефактов, связанных с культурной памятью, – это не индивидуальные, а коллективно ориентированные практики, укорененные в коммуникациях, это специфическое символическое потребление, в рамках которого ценятся символы поколенческой связи и социальной принадлежности. Это не только потребление само по себе, это культурная практика, погруженная в городской опыт, тесно связанная с представлениями о «русскости», «традиционности», с коммуникацией и формированием идентичности. Соединение усилий по сохранению, развитию и популяризации казачьей культуры с коммерческой выгодой позволяет исследователям говорить об этом процессе, например, как о тренде «этнокультурного брендинга казачества» [20]. Как отмечают исследователи, движение за возрождение казачества основывается на переоценке исторического опыта репрессий, но в первую очередь в аспекте возвращения группе утраченного статуса.

Фольклор и народные исполнители в России не могут быть коммодифицированы столь же успешно, как другие, более мейнстримные музыкальные стили. И все же процессы профессионализации и коммерциализации народной культуры углубляются и идут они рука об руку. Профессионализм можно понимать как «нормативную ценностную систему, необходимую для сплоченности и стабильности», а также как «систему аргументов, направленных на оправдание власти и доминирования профессионалов» [21. С. 64]. Нормативная ценностная система, в которую входит вид занятий «народный исполнитель», включает факторы значимости традиций для общества в целом или каких-либо сообществ, символической ценности исполнителей и произведений для тех или иных сегментов потребительского рынка, а также их рыночной стоимости.

В отношении народных исполнителей важна не только их профессионализация как певцов, музыкантов, но еще и признание их как носителей или источников фольклора, к которым приезжают собиратели «за материалом». Иными словами, мы можем рассматривать их метафорически как «профессиональных народных исполнителей» и «профессиональных источников фольклора».

Пожалуй, главным примером профессионализации народных исполнителей в истории России является создание М.Е. Пятницким крестьянского хора в 1911 г. Талантливые крестьяне из разных областей страны были привезены в Москву и интегрированы в один коллектив, руководил которым профессионал-музыкант. Традиционное бытование пения было нивелировано новой обстановкой сцены и репетиций, а уникальные исполнительские особенности каждого музыканта утеряны на фоне разных манер и традиций исполнения. Пятницкий сам запевал все песни поставленным оперным голосом. В советское время хор им. Пятницкого после того, как умерли первые участники из крестьян, стал профессиональным коллективом, исполняющим советские или популярные народные песни в специальной обработке и в сценических костюмах. Сегодня этот хор в официальном дискурсе называется «ведущим профессиональным коллективом народного музыкального искусства».

Если понимать профессионализацию народных исполнителей как процесс специализации, т.е. выделения специализированных родов занятий, представители которых предоставляли услуги за деньги и передавали ученикам свои умения, то это явление не новое. Широкую известность имеет факт существования переходных музыкантов, сказителей, зачастую слепых, исполнявших былины за деньги. Гармонисты, скрипачи и другие музыканты всегда пользовались хорошей репутацией в сельских сообществах. Информанты подчеркивают, что на свадьбах, вечерках и кулачных боях такие люди традиционно пользовались особым уважением, таким образом, социальная роль музыканта была очень значима для человека и для общины. Но это была профессионализация «снизу».

Важный вклад в профессионализацию народных исполнителей «сверху» внесли фольклористы – собиратели словесного и музыкального народного творчества, этнографы, интересовавшиеся бытом и обрядностью народов, многие из которых выступали одновременно и первыми «продюсерами» артистов из народа. И в конце XIX в., и позднее, в советский период, этнографы

находили талантливых сказителей из народа и продвигали их с выступлениями на концертах. В советское время тексты былин превращались в «новины», подвергаясь редактированию профессиональными литераторами, а некоторые их исполнители стали членами Союза писателей, тем самым их индивидуализированная творческая деятельность была подкреплена профессиональным статусом [22, 23]. Это один из примеров «изобретения традиций», что, по Э. Хобсбауму, означает «совокупность общественных практик ритуального или символического характера, обычно регулируемых с помощью явно или неявно признаваемых правил; целью ее является внедрение определенных ценностей и норм поведения, а средством достижения цели – повторение. <...> Специфика “изобретенных” традиций заключается в том, что их связь с историческим прошлым по большей части фиктивная» [3. С. 48].

В понятие профессионализации можно включить накопление знаний и других символов, отличающих группу от других: особенный репертуар, специфические приемы пения или танца, внешняя атрибутика. Например, национальная одежда, которую носят как участники фольклорного движения, так и народные исполнители в деревнях. Зачастую у сельских жителей не сохраняются костюмные комплексы от родителей и прадедов. В этом случае для сцены используются костюмы, сшитые на заказ, зачастую не соответствующие традиционной одежде, характерной для данного села, региона. Это костюмы унифицированные, яркие, в быту и на праздник не носимые, одним словом, сценические.

Сегодня фольклористы в своих экспедициях сталкиваются с тем, что народные исполнители могут не различать фольклорные песни и эстрадные песни прошлых десятилетий. В принципе аутентичная культура может поглотить любые инновации, переработать их и превратить в фольклор. Но в связи с этим можно выделить различные стратегии народных исполнителей в рамках профессионализации: как правило, положение «народных исполнителей», или «фольклорного ансамбля», например при сельском ДК, обязывает исполнять только «старые» песни. Или, например, в с. Самойловка Саратовской области и в соседних селах, которые являются местом проживания переселенцев из Украины, в случае приезда экспедиции или какого-то официального концерта считается правильным петь только украинские песни. Решение об этом могут принять как руководитель коллектива – профессионал с образованием, так и рядовые участники. В этом случае исполнители ориентируются на так или иначе понимаемый ими «национальный колорит» как их уникальную специфику.

Большую роль в этом играет формирование так называемой местной социокультурной идентичности: она включает традиционный «культурный ландшафт», созданное людьми культурное наследие, артефакты коллективной памяти, истории, фольклор, местные ремесла, искусство, традиционные события, а также более современные примеры культурного производства, местное чувство собственного достоинства (самооценка), культурное самосознание [24].

Противоположный пример влияния национальной составляющей на состав репертуара можно наблюдать в истории ансамбля «Бурановские бабушки»: широкую известность он получил, включив в свой репертуар песни по-

пулярных российских исполнителей, спев их на удмуртском языке. Один из промоутеров этого коллектива П. Поздеев говорит, что идеологически дошел до понятия «wow-национализм», вслед за Пелевиным понимая его как эффект креативного подхода на рекламном рынке [25]. В пространстве национально-культурных отношений он применил те же инструменты, что в рекламе товаров или услуг.

Мы наблюдали сходный эффект в экспедиции в с. Самойловка, когда народные исполнители жаловались, что их побуждают петь определенные песни, которые никогда не бытовали у них в селе. Появление таких новых традиций становится частью коммерческих и даже политических проектов по созданию национальной идентичности.

Кроме локального национального принципа, встречается классификация репертуара в зависимости от контекста: праздники, приемы гостей, официальных делегаций. По данным наших интервью в экспедиции в с. Самойловка при постановке праздника Иван Купала в местном ДК репертуар ансамбля изменяется под жестким контролем руководства, специально разучиваются песни, традиционно не бытовавшие на территории села. Однако во время обычных посиделок у народных исполнителей остается возможность исполнять песни по желанию, будь то традиционные или полюбившиеся им эстрадные.

С появлением и широким распространением городских фольклорных ансамблей, а также концертной и гастрольной деятельности коллективов народных исполнителей возникают новые принципы формирования репертуара: *«Ансамбль с. Нижняя Покровка, выступая в Москве вместе с другими коллективами и самостоятельно, стал петь песню «Порушка-Параня» в конце концертов. Постепенно эта песня из спокойной превратилась в быструю и бравурную, и следующие экспедиции в Нижнюю Покровку записывали уже измененную песню»* (из интервью с В.Н. Никитиной-Медведевой). Постоянные концерты видоизменяют и саму песню, в 1980-х превратившуюся в настоящий шлягер молодежных городских фольклорных коллективов под влиянием ансамбля Дмитрия Покровского, который был еще одним важнейшим агентом продвижения фольклора на профессиональную сцену. Кроме того, эта же песня исполнялась в 1980-е гг. ансамблем «Русская песня» и ВИА «Ариэль».

Новые формы бытования традиционных песен в формате фольклорных ансамблей при сельских домах культуры (ДК) обусловили и появление новых структур передачи знания: вид передачи знания из уст в уста стал зачастую формален: в ансамблях – руководитель иногда с высшим образованием в области культуры или музыкальным образованием, профессионал. В данном случае «знание» относится не к представлениям о жизни вообще, а именно о том, как петь («играть»), плясать, зачем и для кого.

Народные исполнители, являясь носителями ценных знаний и умений, сами по себе становятся символической ценностью, этому способствует внимание к ним не столько фольклористов-собирателей, которые могут относиться к ним как источникам – «записал и забыл», сколько энтузиастов, которые стремятся вывести исполнителей в свет, сделать их известными, приглашают их на концерты и фестивали, издают звукозаписи и снимают фильмы.



Получается, что людей, которых знало «все село», могут узнать далеко за его пределами, и они попадают в поле культурной политики, в том числе и в суб-поле культурной индустрии, где их могут оценивать и в терминах рыночной стоимости. Тем самым фольклористы становятся агентами поля культурной политики и индустрии.

Фольклористы порой ездят в деревни по несколько раз к одним и тем же информантам, потому что всю информацию от них невозможно получить за одну экспедицию. В результате этого формируются устойчивые связи «исследователь–информант», и роль народного исполнителя прочно закрепляется за человеком. Про этих людей снимают фильмы, вывозят их на фестивали, на концерты в другие села, города, в Москву, иногда – за границу.

Собиратели фольклора в деревне не всегда профессионалы – этнографы, антропологи или фольклористы. Их деятельность обусловлена порой не научными целями, а стремлением к сохранению народной культуры, это могут быть участники фольклорного движения [26]. Несмотря на разнородность исследователей и собирателей фольклора, местными жителями они воспринимаются как профессионалы: у них присутствуют и необходимые атрибуты: тетради с записями, диктофоны, видеокамеры, фотоаппараты.

Фольклорное движение особым образом повлияло на профессионализацию народных исполнителей, постепенно вовлекая сельских исполнителей в практики, которые в ряде случаев носят гибридный характер: с одной стороны, сельские жители (или станичники) могут быть «носителями» традиции, знающими ее с детства, а с другой стороны, по духу, целям и способам работы такие объединения следуют образцу городских коллективов, объединяясь в певческие ансамбли и собирая песенный материал в своем селе и соседних населенных пунктах [15]. Однако этот вариант песенного коллектива мало распространен. Чаще всего встречаются коллективы при местном ДК, где есть руководитель или концертмейстер, зачастую профессионал с музыкальным образованием, и участники-местные жители. В среде народных исполнителей как в селе, так и в городе есть четкое разделение на профессионалов и непрофессионалов. И музыканты со специальным образованием пользуются большим уважением у рядовых граждан.

В экспедиции в Самойловский район Саратовской области мы столкнулись с ситуацией, когда группа сельских жителей стеснялась петь свои песни в присутствии ансамбля «профессионалов» из соседнего села. В Саратове существует давняя традиция, согласно которой каждую неделю в Детском парке или на Сенном Рынке собираются местные гармонисты и другие люди, как правило, пожилого возраста, играют и поют. Традиционный для города инструмент – саратовская гармошка – уже довольно редкий и сам по себе уникальный, есть уже у единиц, и умеют на нем играть немногие. Однако в один из наших визитов на эту встречу пожилой гармонист при наличии саратовской гармошки отказывался играть на ней в присутствии баяниста, так как тот считается в этой среде профессионалом, а его инструмент более совершенным и его творчество ставится на порядок выше игры на саратовской гармошке или гармони-хромке.

В глазах же (и под влиянием) некоторых фольклористов и представителей фольклорного движения исполнители становятся правообладателями пе-

сен, которые от них записали. Одним из примеров такого авторства является знаменитый среди фольклористов Ефим Тарасович Сапелкин, житель с. Афанасьевка Алексеевского района Белгородской области. По словам В.Н. Никитиной-Медведевой, его знание традиционного пения, особая манера исполнения привлекли фольклористов-собрателей к многочисленным экспедициям в это село. Кроме того, его вместе с другими жителями села возили в Москву и другие города, устраивали концерты с их участием. Ефим Тарасович создал свой стиль исполнения и манеры одеваться: к традиционной белгородской рубашке у него была уникальная жилетка с узорами, которая стала его фирменным брендом. Она не является обязательным атрибутом белгородского мужского костюма и не вписывается в общую локальную традицию, однако стала примером для многих участников фольклорного движения, находившихся в поисках сценического образа.

Кроме фольклористов-профессионалов и любителей, следует упомянуть еще и таких агентов культурной политики и индустрии культуры, как директора и работники домов культуры, отделов и комитетов по культуре, а также всевозможные продюсеры, менеджеры некоммерческих и бизнес-проектов в сфере культуры. Процесс превращения крестьян в «народных исполнителей» происходит под влиянием этих агентов и сопровождается эстрадизацией, т.е. приобретением черт, характерных для самодеятельных и профессиональных артистов, выступающих со сцены.

Когда народные исполнители попадают в публичное пространство, в их практики и самоощущение приходит конкуренция, они оказываются в поле действия рыночных законов. Песенная составляющая народной культуры и институт домов культуры заставляет народных исполнителей ставить себе высокую планку соответствовать уровню эстрадных коллективов и даже разучивают эстрадный репертуар: «*А чем мы не артисты?*» (жительница с. Залесьянка Самойловского района Саратовской области). Сельские коллективы ездят на конкурсы, фестивали, готовятся, репетируют, делают специальные наряды для шоу.

Современные народные исполнители, как и представители любого рода занятий, стремятся завоевать престиж, признание, а также экономический и властный ресурс. Их очень заботит «карьерный путь» их ансамбля, а певческая деятельность стала ассоциироваться с денежным вознаграждением:

– А они ведь нам ничего не платят. И вот были выбора как-то – никто не едет на выбора – нас, бабушек. И вот, значит, мы поехали по выборам, три участка... и по семь песен. И вот мы двадцать одну песню пропели. Вот мы пропели – переезжаем в другое... Вживую! Приезжаем в другое место, десять минут едем, опять поем, еще десять минут проехали, опять поем. А ездил за нами директор, он только пришел к нам, и он следил, думал, что здесь халтура какая-то. Потом приехал, говорит: «На тебе триста рублей, срочно купи торт девочкам и вино. Я не думал, что они на это способны!» А мы ж вживую поем, не просто так халтурим (жительница с. Самойловка Саратовской области).

Нередко проводятся фестивали местного и всероссийского значения, выезды в города на концерты и конкурсы. У поселковых клубов, у администра-

ций сел и районов не всегда хватает денег на поездки в другие районы, в областные центры, коллективы народных исполнителей из бедных районов завидуют своим соседям или более известным коллективам, которые прославились на конкурсах или фестивалях. Статусность этих мероприятий становится постоянно растущей планкой исполнительской карьеры:

– Мы часто ездим на фестивали разные. Но вот в Москве не были. Мечта – в Америку попасть.

– Ты сначала в Москву попади! На Евровидение... с Бурановскими (смеются) (Жительницы с. Суморьево, Вознесенского района Нижегородской области).

Локальный традиционный фольклор в современном обществе «предрасположен функционировать в качестве символического капитала, т.е. оставаться непризнанным в качестве капитала и признаваться в качестве легитимной компетенции, в виде силы, влияющей на узнавание (или неузнавание)» [2. С. 65]. Так, «привратники» индустрии культуры, популярные звезды шоу-бизнеса, демонстрируют свою некомпетентность и неготовность, как в случае с молодым исполнителем Олегием Заецом из Киевской области, который прошел кастинг на участие в украинском вокальном телешоу «Голос країни» в 2011 г. Приехав на конкурс в национальном аутентичном костюме и спев старинную аутентичную песню, которую пела его бабушка, он был воспринят как диковинка, а то, что он исполнил, было воспринято как «материал, который непонятно, как применить». Наставники, или «звездные тренеры», сказали, что «услышали это впервые» и не представляют, что с этим можно делать. Музыкальное жюри фактически продемонстрировало свою некомпетентность в музыкальной культуре и негибкость мышления. Получается, что аутентичная музыкальная культура, как правило, не проходит «через фильтр культуриндустрии» [27. С. 157], не помещается в шаблонные рамки масскульты.

Похожий случай произошел и с Анастасией Сороковой из фольклорно-этнографического ансамбля «Истоки», которая участвовала в российском конкурсе «Минута Славы», спев традиционную сибирскую песню «Черный ворон воду пил». Члены жюри оценили выступление как недостаточно страстное и эмоциональное, хотя песня эта связана со смертью и согласно традиции поется в спокойной манере. Это типичный пример рынков, где экономический капитал тех или иных культурных форм, по Бурдье, «не получает полного признания» [28. С. 65]. Вместе с тем нередко фольклор органично взаимодействует с различными другими жанрами и традициями и даже принимается массовой публикой. Давно существуют известные направления и группы молодых музыкантов, опирающихся на фольклорную стилистику (например, группа «Иван Купала»). Получается, что символический капитал традиционной культуры в современном обществе во многом зависит от компетентности агентов поля культурной политики.

Ансамбль «Бурановские бабушки», известный своим удачным выступлением на Евровидении в 2012 г., можно считать своеобразным апогеем профессионализации и коммодификации народных исполнителей в современном мире

российского шоу-бизнеса. Исполнив *Party for Everybody* в аутентичных удмуртских нарядах, они вызвали неожиданный эффект двойной экзотизацией: фольклорные по форме, но популярно-эстрадные по содержанию.

\*\*\*

«Народная культура» как многослойное понятие представляет собой поле символической борьбы. Она может использоваться в целях интеграции, а может выступать контраргументом социальной и политической идентификации. Ценностные установки, находящиеся в основе внимания к «народному» в России, были разными: если в XIX – начале XX в. они развивались под влиянием идей романтизма с его «открытием» фольклора, то в советское время «народное» стало использоваться и контролироваться, производиться с помощью государственной политики и институтов, а начиная с 1960-х гг. поднимается интерес к народной культуре «снизу» – как реакция на засилье технократии и авторитаризма. Профессионализация народных исполнителей была основана на их взаимодействии с фольклористами (профессионалами и любителями), властями в советское время, а в постсоветский период эти процессы усиливаются. Местные, региональные, а подчас и федеральные власти в лице сельсоветов, комитетов по культуре, Министерства культуры привлекают народных исполнителей (как солистов, так и в коллективах) к участию в различных смотрах, конкурсах, концертах, которые повышают социальный капитал местной власти и трансформируют фольклор в товар. В некоторых случаях при участии бизнеса более или менее успешно развивается индустрия народной культуры, которая приобретает черты массовой культуры благодаря механизмам маркетинга. При этом она выполняет роль национального символа, а бизнес в сфере культуры делает этот символ частью коммодифицированной медийной стратегии, стремясь привлечь массового потребителя. Попадая в публичное пространство, народные исполнители обретают новую социальную роль «носителей фольклора», а также профессионализируются по законам, властвующим в поле культурной политики и индустрии культуры, стремясь подчеркнуть уникальность – собственную или их коллектива, вырабатывают свой образ, который становится чем-то вроде бренда. Фольклор как явление контркультуры с альтернативными массовому потреблению ценностями нуждается в коммодификации для сохранения и развития, но процессы профессионализации и коммерциализации пока не позволяют аутентичному фольклору занять более уверенные позиции на рынке вкусов аудитории. Успешные в маркетинговом смысле проекты продвижения народных исполнителей позиционируют аутентичность как экзотику, усиленную стилистической эклектикой.

#### Литература

1. *Абельс Х.* Романтика, феноменологическая социология и качественное социальное исследование // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1, №1.
2. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2001.
3. *Хобсбаум Э.* Изобретение традиций // Вестник Евразии. 2000. №1(8).

4. Геллер. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991.
5. Бранденбергер Д. Сталинский популизм и невольное создание русской национальной идентичности // Неприкосновенный запас. 2011. № 4 (78) // <http://magazines.russ.ru/nz/2011/4/re1-pr.html>
6. Калинин И. СССР: социалистический по форме – национальный по содержанию. От редактора // Неприкосновенный запас. 2011. № 4 (78) // <http://magazines.russ.ru/nz/2011/4/re1-pr.html>
7. Lieberman R. My Song Is My Weapon: People's Songs, American Communism, and the Politics of Culture, 1930–1950. Urbana: University of Illinois Press, 1989.
8. Cohen R. Rainbow Quest: The Folk Music Revival and American Society, 1940–1970. Amherst: University of Massachusetts Press, 2002.
9. Tachi M. Commercialism, Counterculture, and the Folk Music Revival: A Study of Sing Out! Magazine, 1950–1967 // The Japanese Journal of American Studies. 2004. № 15. P. 187–211.
10. Eyerman R. Music in Movement: Cultural Politics and Old and New Social Movements // Qualitative Sociology. 2002. Vol. 25, № 3. P. 443–458
11. Cantwell R. When We Were Good: The Folk Revival. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
12. Давыдов В.Н. Культурная аутентичность и коренные народы: институциональные процессы и политика идентичности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2006. Т. 9, № 3. С. 93–109.
13. Ионин Л.Г. Свобода в СССР. СПб., 1997.
14. Гавриляченко Е.Э. Фольклорные волны и молодежное фольклорное движение в России // Обсерватория культуры. 2007. № 4. С. 79–83.
15. Жуланова Н. Молодежное фольклорное движение // Самодеятельное художественное творчество в СССР. Очерки истории. Конец 1950-х – начало 1990-х годов. СПб., 1999. // <http://www.ruplace.ru/kuljtura/molodezhnoe-foljklornoe-dvizhenie.-zhulanova-n.i-3.html>
16. Aarelaid-Tart A., Kannike A. The End of Singing Nationalism as Cultural Trauma // Acta Historica Tallinnensia. 2004. № 8. P. 77 – 98 // <http://www.thefreelibrary.com/The+end+of+singing+nationalism+as+cultural+trauma%2fRahvakultuuri...-a0199194962>.
17. Verdery K. 'Franglus' Anthropology and East European Ethnography: the prospects for synthesis // Anthropology's multiple temporalities and its future in East-Central Europe. A Debate / ed. by Ch. Hann Working Paper of the Max Planck Institute for Social Anthropology. Halle (Saale): Max Planck Institute for Social Anthropology. 2007. № 90.
18. Bitusikova A. Teaching and Learning Anthropology in a New National Context Educational Histories of European Social Anthropology / ed. by Dracklé, Dorle, Edgar, Iain R., and Thomas K. Schippers (eds.) Vol. 1. New York and Oxford: Berghahn Books, 2003.
19. Рождественская Е., Семенова В. Социальная память как объект социологического изучения // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2011. № 6.
20. Киблицкий А.А. Этнокультурный брендинг как новая тенденция в развитии современного казачества // Учен. зап. СКАГС. 2011. № 2. С. 109–110.
21. Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В. Идеологии профессионализма и социальное государство // Антропология профессий, или Посторонним вход разрешен / Под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011.
22. Иванова Т.Г. Сказитель и официальная политика в области фольклористики в 1930-е годы (о жанровой природе песенного советского эпоса) // Мастер и народная художественная традиция Русского Севера (доклады III Междунар. науч. конф. «Рябининские чтения–99»). Петрозаводск, 2000. С. 84–91.
23. Марковская Е.В. Сказители Карелии и новые произведения эпического склада 1930–1950-х годов // «Калевала» в контексте региональной и мировой культуры: матер. междунар. науч. конф., посвящ. 160-летию полного издания «Калевалы». Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. С. 221–226.
24. Roca Z. Local Identity, Globalisation and Rural Development: Searching for Empirical Evidence. Conference «European Rural Policy at the Crossroads», University of Aberdeen, 2000 // [www.abdn.ac.uk/itr/arkleton/conf2000/papers/roca-z.doc](http://www.abdn.ac.uk/itr/arkleton/conf2000/papers/roca-z.doc)
25. Ижболдин К. Бурановские бабушки – «неоконченный сериал» // <http://www.myudm.ru/interview/izhboldin/pozdeev>

26. Кононенко Р.В., Карпова Е.Ю. «Связь с корнями». Социальный капитал фольклорного движения // Власть времени: социальные границы памяти / Под ред. В.Н. Ярской и Е.Р. Ярской-Смирновой, 2011.

27. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. Философские фрагменты: пер. с нем. М.: Медиум, 1997.

28. Бурдье П. Формы капитала; пер. М.С. Добряковой; под ред. В.В. Радаева // Экономическая социология. Электронный журнал. 2002. Т. 3, № 5. Ноябрь // <http://www.ecsoc.msses.ru/Transl.html>)