

Е. Н. Шапинская¹

ЭТНИЧЕСКИЙ ДРУГОЙ В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Проблема этнокультурной идентичности привлекает внимание исследователей различных социогуманитарных направлений, а в современной культурной практике многие черты культуры Другого как представителя этнокультурного сообщества уже не отторгаются, а инкорпорируются в «магистральную» культуру. По мере того как Россия входит в глобализированное пространство XXI века, проблема этнической идентичности нуждается в переосмыслении в соответствии с культурными практиками и тенденциями наших дней. С одной стороны, мы нередко встречаемся с отторжением этнического Другого, традиционно носящего отпечаток образа Врага. В этом случае большую роль играют исторически созданные стереотипы, укорененные в русской истории, весьма безжалостной к «басурманам» в области популярного сознания, которое упорно не принимало «западнических» реформ. С другой стороны, происходит «присвоение» Другого, в особенности в массовой культуре, которая легко заимствует культурные формы, еще недавно считавшиеся «экзотическими» и вызывавшие недоумение или усмешку. Мы можем найти примеры тому в области моды, кулинарии, музыки, рекреации. Что же представляет собой этничность как характеристика Другого? Однозначный ответ на этот вопрос дать весьма сложно, и в исследованиях этничности существуют разнородные направления. Не все этнические субкультуры воспринимаются как Другие, примером чего может служить этническая субкультура русского Севера, которая обладает высокой долей самоидентификации, но не воспринимается как культура Другого другими группами населения России.

Акцент в изучении этничности делается на гетерогенность, различие, специфику, «другость». Дискурс этничности — это «голос Другого», который вступает в сложные взаимоотношения с дискурсивными стратегиями социокультурного пространства. Именно сдвиг в позиции Другого в культуре, произошедший в последние десятилетия, поставил перед исследователями проблему этничности как Голоса Другого, обладающего полным правом на существование в плюралистическом мире современной культуры.

Большое внимание в изучении этнической идентичности уделяется ее манифестации в культуре повседневности, становящейся сложным полем взаимодействия различных влияний, заимствований, инкорпораций, в которых понятие Другого растворяется или, во всяком случае, утрачивает четкие очертания. С ростом мультикультурализма все это сильнее ощущается

в России с бурным развитием в ней мегаполисов, которые все больше приобретают полиэтнический характер, во всяком случае в области потребления. Другим примером «растворения» этнической специфики в общекультурном пространстве может служить индустрия развлечений, которая выстраивает свой мир, где этнические идентичности выступают в виде симулякра, потребляемого посетителями в качестве артефакта.

Из многих примеров «растворения» культуры Другого в современном (или, вернее, постсовременном) культурном мире, который по определению предполагает плюрализм и дивергентность, можно было бы прийти к заключению о снятии проблемы этнической идентичности как «другости» в контексте конституирования нового культурного пространства. Однако вопрос этот гораздо сложнее, и мы можем, рассматривая различные социокультурные процессы, а также связанные с ними теоретические построения, столкнуться с самыми разнообразными стратегиями и рефлексиями.

В культурологических исследованиях, основанных на философии постмодернизма, проблемы «различия» маргинальных культур и меньшинств концептуализируются в терминах фикциональности, фрагментации, коллажа и эклектизма, проникнутых ощущением неустойчивости и хаоса. В этом видении мира и культуры проблема маргинальных сообществ теряет свой дистинктивный характер, становясь одним из фрагментов общекультурного коллажа. В то же время в повседневном бытии культуры и теоретической рефлексии мы наблюдаем другие процессы, связанные с интенсификацией голосов маргинальных культур, не удовлетворяющихся возможностью коммерциализировать свою идентичность или инкорпорировать ее фрагменты в доминантную культуру. Большинство интеллектуальных рефлексий и теорий, направленных на установление границ идентичности, продуцируются внутри самих этих идентичностей и вступают в полемику с эгалитаристскими импульсами глобализаторских устремлений.

Можно предположить, что переход к информационному обществу во многом изменил сам концепт Другого, который в значительной степени формировался под влиянием недостатка знаний об этом Другом. Это особо значимо в случае этнического Другого, который, будучи физически удаленным и малоизвестным, представлял в самых экзотических образах. По мере развития информационных технологий, увеличения скорости перемещения в пространстве и связанной с этим массовизации туризма, появления колоссального объема медиaproдукции, посвященной описанию различных культур, этот Другой стал трансформироваться, приближаться, а также фрагментироваться, выделять некоторые аспекты своей «другости» в общую мозаику глобальной культуры. Результатом этих процессов стало появление многих гибридных форм культуры, которые вошли в повседневную жизнь (пост)современного человека, утратив свои первоначальные смыслы или же

¹ Главный научный сотрудник Российского института культурологии, доктор философских наук, профессор. Автор 120 научных публикаций, в т. ч.: «Дискурс любви», «Очерки популярной культуры», «Образ Другого в текстах культуры», «Взаимодействие культур — взаимодействие людей (контекст мультикультурализма)», «Культурологический дискурс после постмодернизма», «Конструкция образа Востока в текстах культуры: политика репрезентации», «Путешествие на Восток как бегство от повседневности: феномен туристического эскапизма» и др. Член Московского культурологического общества.

образовав их симбиоз с другими смыслами, немислимыми в контексте аутентичной культуры.

Проблема существования Другого в глобальном информатизированном обществе имеет еще один важный аспект — изменение позиции и качества Другого, его точки зрения на себя и того, кто становится Другим по отношению к нему при изменении субъектной позиции. То, что представляется Другим для нас, — объекты нашего знания, любопытства, желания, — является в то же время воплощением собственной самости, принимающей облик Другого, экзотизируя самое себя тогда, когда это становится экономически выгодным, но сохраняя свою аутентичность в собственном контексте.

Будучи замкнутым в себе, не будучи вынужденным поставлять свою этничность на рынок тотального потребления, Другой остается самодостаточным, а компоненты «западной» культуры, заимствованные для успешного взаимодействия с ней, остаются лишь внешними знаками приспособления к современной реальности. Данная ситуация ставит перед нами еще один вопрос. Если «другость» превратилась в легкодоступный предмет потребления, сохраняя в то же время свою идентичность внутри локального контекста, можно ли вообще говорить о «другости» в век открытия всех тайн Другого (если это возможно) путем безграничного расширения доступа информации о нем? При ответе на этот вопрос необходимо принимать во внимание, что существование Другого возможно при наличии его определенных отношений со Своим, будь это субъектно-объектные, властные отношения или присвоение/отторжение. Если оппозиция деконструируется, Свой и Другой становятся рядоположенными категориями в пространстве интерсубъективности и бесконечных различий. При помощи Интернета создаются «виртуальные сообщества», новые культурные пространства, где «свои» и «чужие» определяются через личное желание, а не по за-

ранее заданной модели (этничности, гендеру и т. д.). В этом пространстве выстраиваются новые различия, поскольку Другой имеет свойство возникать там, где прежняя «другость» кажется растворенной в информационной супермагистрале. Возникает несколько пространств репрезентации Другого: с одной стороны, утверждение «другости» как самости, с другой — ее размывание в медийном интерактивном пространстве, где она становится лишь элементом общей игры в реальность. И все же это «размывание» — лишь метафора, поскольку «другость» возвращается снова и снова, придавая новые смыслы этнокультурным мифам. Другой утверждает себя вопреки всем стратегиям потребительского общества, поскольку он необходим для существования коллективного «мы» этого общества. Традиционный экзотический Другой продолжает сохранять свою притягательность даже в упаковке, произведенной культуриндустрией. Множественные образы этнокультурного Другого представляют собой не столько репрезентацию реальности, сколько конструкт, основанный на тех представлениях, которые возникают в сознании человека, живущего в пространстве мультимедийности и глокализации. Эти представления устойчиво опираются на стереотипы этничности не потому, что они соответствуют действительности, но потому, что они более удобны для потребления.

Фрагментация образа Другого происходит и в условиях современной России, когда обществу приходится пересматривать многие этнические стереотипы и выработать отношение к этническому Другому как в самой России, так и за ее пределами, а также учиться смотреть на себя глазами Другого. Без этого конфликты и непонимание неизбежны. Можно приводить многочисленные примеры того, как актуальна тема этнического Другого в культуре нового тысячелетия, что убеждает нас в том, что существует большой потенциал для исследования связанных с ней проблем.