

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ЭКОНОМИКИ**ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ
СЕВЕРНОГО КАВКАЗА****З.В. Канукова**

Как известно, модернизационная парадигма в качестве достаточно целостной субстанции сформировалась к середине XX века на базе различных аналитических течений и претерпела в своем развитии значительные изменения – от полного отрицания традиции как рудимента прошедших эпох до признания ее значимости в процессах общественных модернизаций. Если классическая теория модернизации противопоставляет инновации традициям, прогнозируя вытеснение, ломку и уничтожение традиций, то современные теории модернизации признают методологическую несостоятельность тезиса о естественном и неизбежном угасании традиционной культуры и включают представления об инновационном потенциале этнических традиций. Ключевыми позициями многолинейной версии модернизации стали признание необходимости существования национальных моделей модернизации в соответствии с социокультурной спецификой, признание важности социокультурного фактора модернизации, взаимосвязи и взаимообусловленности экономической, политической и культурной составляющей модернизации.

Изучение исторического опыта традиционных обществ показывает, что развитие традиции (материальной, социальной, духовной), имеет внутреннюю логику, проходит по своим «законам». Попытки запретить, подавить традицию, которые, как правило, предпринимаются в ходе включения традиционных обществ в широкое инокультурное экономическое, социальное и правовое пространство, могут привести только к нивелированию активных и многообразных, чаще всего, визуальных форм бытования традиции. Развиваясь в течение многих веков, традиция приобретает безупречный механизм адаптации в изменяющихся объективных условиях, в значительной степени основанный на сочетании консервативности со способностью к постоянному обновлению.

Суть современных парадигм модернизации заключается в понимании того, что органичное принятие обществом инновационных экономических технологий возможно лишь в случае, если инновации вырастают из традиций. В частности, С. Хантингтон признал, что современные общества могут включать немало традиционных элементов, а модернизация способна не только сохранить, но и актуализировать традицию [16]. З. Бауман утверждал, что общество обречено на гибель, на полный коллапс социально-нормативной системы, если новые институты коллективности не смогут совместиться с традиционными [1; 2]. Роберт Патнэм считает, что успехов в модернизации

добились именно те регионы, в которых гражданское общество и демократические ценности сохранялись в форме культурных традиций [12].

Указанные авторы, как и многие другие зарубежные и российские исследователи, признают нерациональность радикального отказа от существующей традиции в процессе исторического творчества; модернизация мыслится ими как инновационный процесс, базирующийся на традиции, устойчивой основе общества. Традиция, в свою очередь, не блокирует модернизацию, а ограничивает ее, приспособлявая к существующим отношениям. При выборе моделей модернизации безусловным императивом должен быть учет социокультурной специфики общества, которая выражает определенные константы этнической и национальной культуры.

Анализ исторического опыта народов Северного Кавказа показывает, что в ходе включения в российское административное, правовое, социокультурное и хозяйственное пространство традиционные культуры проявили жизнеспособность, основанную на глубинных уровнях этнического мироощущения и сознания. Самообновленческие функции этнической культуры, подтвержденные социально-культурной практикой многих поколений людей, обеспечивают ее адаптацию к новым экономическим и социальным условиям. Более того, современное общество может использовать традиционный пласт своей культуры в целях инновационного развития. Подобные попытки предпринимаются достаточно активно общественными организациями, различными акционерными обществами; все больше проявляется и заинтересованное участие региональных органов власти.

Однако корректировать качество этого процесса, определять уровень востребованности традиционной культуры современным обществом возможно лишь научными методами изучения культурного наследия. Для этого необходимо научное осмысление единого культурного пространства как совокупности материальных и нематериальных составляющих, несущих функцию самосохранения и адаптации в условиях модернизационных перемен и внешних влияний; определение значимости культурного наследия как ресурсного основания инновационного развития.

Научная составляющая брендинга территории была разработана академиком В.А. Тишковым и апробирована в его проекте «Этнокультурный брендинг субъектов Южного федерального округа как ресурс для инновационного развития» в рамках Программы Президиума РАН «Фундаментальные проблемы пространственного развития Российской Федерации: междисциплинарный синтез». Объектом исследования стал «уровень значений (смыслов), а также сама пространственная среда и ее изменения под воздействием человека: культурные ландшафты, поселения, здания и комнаты, организация интерьера и множество других визуальных проявлений пространственной организации». Наряду с визуальными, в понятие культурного пространства включены и «воображаемые пространства» [7; 8; 9; 14]. Инициатива В.А. Тишкова была поддержана исследователями на Юге России, в частности в Республике Северная Осетия – Алания и Республике Южная Осетия, что подтверждается проведением специальных научных

форумов [4]. Объектом исследования могут быть как узнаваемые бренды и образы, отражающие культурную уникальность (танцевальная культура адыгов, осетинское пиво, осетинский сыр, казачий обряд встречи гостей, традиционная карачаевская усадьба), так и потенциальные ресурсы культурного наследия (курортные места, перспективы этнокультурного туризма, отдельные памятные места и даже люди и др.)

Применительно к традиционной культуре Северного Кавказа, к числу объектов материальной культуры могут быть отнесены отдельные территории – памятники природы, архитектурные сооружения, культовые и памятные места, народные промыслы, прикладное искусство, традиционная одежда, орнамент, традиционная ритуальная и повседневная пища и др.

К объектам социальной культуры – советы старейшин, родственные объединения в форме общественных движений, фамильные пиршества, этикетные нормы, традиционные свадебные ритуалы, зрелищные, знаковые обряды жизненного цикла, традиционные игры, развлечения, спортивные состязания и др.

Из объектов духовной культуры весьма перспективными представляются символы и образы Нартовского и других эпосов, сказок, песенной и танцевальной культуры, праздничной обрядности, конфессиональные и праздничные традиции.

Исследование выявленных объектов может проходить по следующей схеме: выявление первоосновы отдельных элементов традиционной культуры, определение последующих напластований, формировавшихся в различные исторические периоды в результате внутренней динамики и внешних влияний; выявление отношения разных социальных и этнических групп к своему культурному наследию и востребованности его отдельных объектов и элементов; разработка системы популяризации и брендинга отдельных объектов культуры, определение сфер применения инновационных возможностей культурного наследия.

Исследование функционально-смыслового содержания историко-культурного наследия позволяет выявить новые функции и смыслы, пересмотреть некоторые устоявшиеся, но безосновательные толкования элементов традиционной культуры, а также определить в культурном наследии объекты, имеющие инновационные ресурсы.

Однако, информация о потенциальных этнокультурных символах, даже качественная и научно обоснованная, не может сама по себе создавать образ-бренд. Необходимо грамотное определение его сущности, позиционирования и стратегии управления, анализ рыночной ситуации, выявление целевой аудитории, исходного состояния и перспектив продвижения бренда, мониторинг и оценка эффективности. В коммуникациях стратегического маркетинга учитываются материальные (сама продукция, ее качество и характеристики, описание преимуществ) и нематериальные (доверие, надежность и другие формы, связанные с ценностными установками социума) компоненты бренда. Многие концепции конкурентной идентичности территории, в частности, «шестиугольник Анхольта» предлагают методику

оценки национальных брендов из 6 элементов: экспорт; управление; культура и историческое наследие; туризм; люди; инвестиции, миграция [6, с. 65; 10, с. 144].

Важную роль играет создание системы визуальной и вербальной идентификации, разработка способов презентации результатов проведенного исследования. К их числу могут быть отнесены различные визуальные источники – фотографии, открытки, каталоги, буклеты и пр. Хороший эффект дает включение объектов историко-культурного брендинга в популярные сериалы, фильмы, телепрограммы и пр. Определенные ресурсы имеют и традиционные изобразительные источники – живопись, скульптура. Огромный потенциал имеет комплексный подход к брендингу, параллельная разработка нескольких брендов с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций. Богатейшие возможности историко-культурного наследия нашего региона позволяют разработать интересные мега-проекты комплексного брендинга, объединить имеющиеся и поддержать перспективные направления.

Кроме теоретической значимости – вклада в сложную и многоаспектную проблему традиционной культуры в условиях модернизационных перемен, поставленная проблема имеет и прикладную ценность. Этнокультурное брендинг выявленных объектов, используемое в развитии различных видов туризма, народных промыслов, в производстве качественной и экологически чистой продовольственной продукции и в других сферах жизнеобеспечения, может способствовать повышению инвестиционной привлекательности, стимулированию малого бизнеса, решению проблемы занятости на селе.

Необходимость разработки новых методик исследования традиционной культуры, в частности системы этнокультурного брендинга, подтверждается отсутствием подобных исследований в регионе, а также появившимися попытками стихийного и неграмотного брендинга традиционной культуры со стороны бизнес-сообществ. Продвижение этнокультурных брендов имеет также информационную значимость в общероссийском масштабе, в плане нивелирования негативного имиджа кавказских народов, сложившегося в последние десятилетия, и создания мультикультурного позитивного образа региона.

Возрождение этнической культуры представляет собой позитивный социокультурный феномен современности, но как показывает опыт прошедшего двадцатилетия, может сопровождаться проявлениями нетерпимости по отношению к другим культурам. Межнациональные и межконфессиональные проблемы часто возникают от непонимания иного способа мышления, менталитета, этических ценностей. В связи с этим особое значение приобретает позитивное формирование этничности, которое предусматривает знание своей традиционной культуры, понимание и уважительное восприятие культур других этносов.

Традиционная культура, обладая мощными защитными механизмами и адаптационными возможностями, может стать важным ресурсом в

выстраивании конструктивного межэтнического и межконфессионального диалога. Для грамотного использования этого ресурса необходима разработка определенных методик этнокультурного брендинга, которое предполагает изучение и осмысление культурного пространства, насыщенного многочисленными материальными и духовными символами, образами, их выявление и продвижение с целью укрепления своей национальной идентичности, формирования позитивного имиджа и оживления социально-экономической и культурной жизни региона.

Представляется перспективным использование системы историко-культурных и этнологических брендов в развитии контактов соседствующих культур на Северном Кавказе. Для этого необходимо выявление и использование этнокультурных образов, общих и понятных для всех народов региона. Таковыми могут стать многие элементы материальной, социальной и духовной культуры (традиционный этикет, песенное и танцевальное искусство, национальный костюм, национальная кухня, нартовские сказания и др.)

Обязательным условием инновационного развития России, и особенно Северного Кавказа, является интеграция его народов и культур, укрепление этнической, общерегиональной и общероссийской идентичности. Система историко-культурных и этнологических брендов может способствовать решению этих задач.

В этой связи представляется перспективным создание в районе Кавказских минеральных вод «этнографической деревни», визуального «общего дома», где будут представлены этнические бренды - традиционные дома и подворья народов региона, включающие этношопы, этнорестораны, этномастерские и пр. Территория этнографической деревни может использоваться как площадка диалога культур для всего региона, места проведения различных фестивалей, форумов, научных, культурных и других мероприятий, способствующих воспитанию этнической и конфессиональной толерантности, установлению межнационального согласия.

Трудно переоценить значимость такой площадки для воспитания подрастающих поколений. С сожалением приходится признать, что на Северном Кавказе выросло поколение, не знакомое с соседствующими общностями и культурами, а перепалки части молодежи в интернете имеют явный националистический оттенок. Поэтому формирование позитивных социально-культурных практик становится первоочередной задачей.

Особого внимания заслуживает, в этой связи, межрегиональный молодежный проект «Построй свою башню», организованный министерством по делам молодежи, физической культуры и спорта Республики Северная Осетия-Алания.

Башня – неотъемлемая часть горного ландшафта, яркий символ культурного наследия многих кавказских народов, в котором отразились уникальность строительной техники, мастерство зодчих, каменотесов, каменщиков, оставивших потомкам великолепные монументальные сооружения, привлекающие внимание исследователей и путешественников.

Многочисленные легенды и предания, связанные с башнями, являются и частью духовной культуры, в частности устного народного творчества.

«Башню дружбы» возвели в поселке Верхний Фиагдон Северной Осетии молодые люди из всех республик Северо-Кавказского федерального округа. 24 волонтера из Ставропольского края, Чечни, Ингушетии, Карачаево-Черкесии, Дагестана, Кабардино-Балкарии и Северной Осетии строили башню, как это делали их предки - обтесывали камни, размешивали раствор, а заодно учились у опытных мастеров азам строительной кладки. Башню возвели возле популярного в республике места отдыха школьников и студентов - туристического краеведческого центра «Барс». Для участников были организованы тренинговые занятия, направленные на развитие толерантного сознания, укрепление межэтнического диалога, экскурсии по культурно-историческим местам Северной Осетии [13]. Выбор этнокультурного бренда «башня», общего и понятного для многих северокавказских народов, представляется научно обоснованным и достаточно перспективным.

В последние годы самой популярной молодежной площадкой стал форум «Машук» - социально-образовательный проект, направленный на выявление и поддержку инициатив активных молодых граждан и проектных команд Северо-Кавказского федерального округа в области экономики, права, политики, журналистики, науки, инноваций, информационных технологий, гражданского общества, искусства, культуры, добровольчества и здорового образа жизни. Организаторами Форума выступают аппарат полномочного представителя Президента Российской Федерации в Северо-Кавказском федеральном округе, Правительство Ставропольского края при содействии Министерства образования и науки Российской Федерации, Федерального агентства по делам молодежи. Форум является итоговым в цикле межрегиональных молодежных мероприятий, проводимых субъектами СКФО, он собирает тысячи самых активных молодых людей, у которых есть инициативы, идеи, проекты, и которые хотят продвигать их дальше. Участниками его являются представители регионов СКФО, а также Абхазии и Южной Осетии. Обращают на себя внимание образовательные курсы: «Управление проектами», «Эффективные коммуникации» и «Межкультурное взаимодействие», «Инвестиции & Инновации» (посвященные проблемам образования, науки, инновационных производств), «Добрососедство» (волонтерство, добровольчество), «Мое дело» (проекты молодых предпринимателей), «Гражданская активность» (деятельность молодых общественников), «Медиа-Кавказ» (молодые журналисты и блогеры), «Индустрия гостеприимства» (сервис и туризм).

Важно отметить, что на форуме проводятся акции, презентующие объекты национальной культуры. Однако потенциал культурного наследия может использоваться более продуктивно, если включить эту тематику в контекст маркетинговой стратегии региона и привлекать молодежь к разработке креативных способов популяризации объектов этнических культур.

Следует отметить и новый проект известного российского журналиста Руслана Гусарова «Маяки дружбы. Башни Кавказа», нацеленный на сохранение историко-культурного наследия, укрепление межнациональных связей

и дружбы молодежи Авторы проекта также хотели привлечь внимание к достопримечательностям Северного Кавказа, как к объектам туризма. В 2016 году журналист был автором пилотного проекта, в рамках которого молодые активисты из Москвы провели 12 дней, участвуя в реставрационных работах на объектах архитектурного наследия - родовых башнях в Северной Осетии и Ингушетии. Гусаров предложил, чтобы одной из участниц проекта стала и Южная Осетия. По его словам, такое же предложение будет адресовано Абхазии. Тибиллов принял предложение Гусарова и отметил, что он уже дал некоторые поручения Министерству культуры. «Правда, речь шла больше о реставрации наших архитектурных памятников. Это и храмы, и родовые башни. А идея привлечения к вашему проекту еще большего количества молодежи из разных регионов действительно будет иметь положительный эффект для укрепления мостов дружбы между нашими народами», - сказал президент. Партнерами проекта «Маяки дружбы. Башни Кавказа» выступают Аппарат полномочного представителя Президента РФ в Северо-Кавказском федеральном округе и Московский кавказский клуб [15].

Кроме устойчивых символов – брендов можно выделять формирующиеся или потенциальные образы, исторические места, события, которые могут стать основой формирования популярных и действенных брендов. Несомненную пользу приносят такие проекты как «Этнокультурный лагерь», призванные изучать родной язык, традиции и обычаи. Особо успешным представляется привлечение к этим проектам диаспорной молодежи. Так, в проекте министерства Республики Северной Осетии – Алании по делам национальностей «Аланский след» принимают участие молодые представители турецкой осетинской диаспоры, а также гости из Венгрии, потомки венгерских ясов. В ходе проекта они знакомятся с осетинской культурой, проходят мастер-классы по осетинскому языку, по осетинским народным танцам, по изготовлению традиционных блюд, посещают исторические и памятные места, музеи, знакомятся со своими родственниками и сверстниками. К сожалению, столь значимые проекты, несмотря на их популярность, пока охватывают не так много участников.

Подготовленные представители молодежи могут популяризировать свои бренды в межрегиональных проектах, таких как «Машук». Организаторами форума являются Аппарат полномочного представителя Президента РФ в СКФО, Росмолодежь и министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ. Форум собирает тысячи самых активных молодых людей, у которых есть инициативы, идеи, проекты, и которые хотят продвигать их дальше. Участниками его являются представители регионов СКФО, а также Абхазии и Южной Осетии. Обращают на себя внимание образовательные курсы: «Управление проектами», «Эффективные коммуникации» и «Межкультурное взаимодействие», «Инвестиции & Инновации» (посвященные проблемам образования, науки, инновационных производств), «Добрососедство» (волонтерство, добровольчество), «Мое дело» (проекты молодых предпринимателей), «Гражданская активность» (деятельность молодых

общественников), «Медиа-Кавказ» (молодые журналисты и блогеры), «Индустрия гостеприимства» (сервис и туризм).

Для осетин, как и некоторых других народов Северного Кавказа, весьма перспективными представляются символы и образы Нартовского эпоса, персонажи, сюжеты и предметы быта которого становятся этнокультурным брендом.

Востребованность нартвовских сказаний как выражения этничности и духовности, их интегрированность во многие сферы художественной культуры – живопись, скульптуру, музыку, литературу в последние годы обретает качественно иной характер. Появляются социальные, культурные, образовательные и коммерческие проекты, связанные с «исторической энциклопедией осетинской жизни».

Популярным брендом становится «Яблоко Нартов» - символ чуда. Согласно сказаниям, у нарттов в саду росла волшебная яблоня с сияющими небесной лазурью цветами и только одним золотым яблоком, созревшим в течение дня. Чудесное яблоко, обладавшее живительной силой, кто-то похищал по ночам; а поскольку росло оно на верхушке дерева, могло достаться только самому умному и ловкому из нарттов. Волшебное «Яблоко Нартов» - желанная награда героев осетинского эпоса; не случайно символ недостижимой мечты активно используют организаторы различных конкурсов и состязаний, игр и фестивалей.

В последние годы было организовано немало проектов культурно-образовательной направленности, духовным сопровождением которых стал символ яблока из нарттовских сказаний.

В 2005 году с целью развития осетинского языка и национальной культуры был учрежден благотворительный фонд Хаданова, учредивший Национальную премию «Яблоко Нартов». Она присуждается на конкурсной основе в трех номинациях: в области художественной литературы, искусства и науки. Каждому победителю конкурса вручается статуэтка «Яблоко нарттов», вместе с дипломом лауреата и 100 тыс. рублей.

В марте 2011 года во Владикавказе прошел Первый Северо-Кавказский фестиваль интеллектуальных игр «Яблоня нарттов», при поддержке Детского фонда ООН (ЮНИСЕФ) и Всемирного банка. Интеллектуальные игры завоевали популярность во многих субъектах страны, как одна из форм консолидации и объединения молодежи, но в СКФО они вышли за рамки мероприятий, несущих исключительно образовательный характер. Проект предоставил уникальную возможность для молодых людей северокавказских республик, объединённых общностью идей, традиций, культуры, языка, за короткий период получить с помощью новых интеллектуально-игровых технологий знания в области изучения Нартовского эпоса, истории и культуры народов, населяющих Северный Кавказ, и вместе с тем, поделиться своими познаниями о малой родине, являющейся частью Кавказа. В фестивале принимали участие интеллектуальные сборные 6 субъектов СКФО – республика Северная Осетия-Алания, республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская республика, Карачаево-Черкесская республика, Чеченская

республика и республика Дагестан. В рамках фестиваля проходили игры «Что? Где? Когда?», «Брэйн-ринг», «Своя игра» и Круглый стол (дискуссия) на тему: «Влияние героев Нартовского эпоса на формирование личности современного молодого человека». В программе фестиваля также предусмотрены экскурсии по памятным и историческим местам Северной Осетии.

В формировании новой модели туристического рынка большое внимание уделено этнокультурной составляющей. Образы нартских героев визуально презентуются в городе и его окрестностях. В этой связи заслуживает внимания проект историко-этнографического комплекса «Страна нартов», инициированный администрацией местного самоуправления города Владикавказ. По замыслу организаторов, человек, попадающий на территорию комплекса, должен чудесным образом окунуться в сказочную страну Нартов, где благородный Сослан борется с врагом, во главе Стыр Ныхаса рядом с именитыми нартами сидит Урузмаг, а мудрая Шатана приветствует гостей... Важным символом проекта станет «Яблоня нартов», скульптурное изображение которой будет располагаться у входа и каждый желающий за символическую плату сможет приобрести и повесить на нее листочек со своим здесь же выгравированным именем, оказав таким образом содействие в строительстве комплекса.

Планируется предоставить туристам и отдыхающим возможность наблюдать и даже лично участвовать в приготовлении блюд национальной кухни, изготовлении предметов традиционного быта, сувениров. По замыслу авторов идеи, будет представлена сказочная страна с равниной Зилахар, подводным царством Донбеттыра, «Колесом Балсага», территориями Афсати, Ацамаза, Нарта Сослана, Сырдона, Сатаны, детской кольцевой дорогой, где будет оборудован своеобразный нарт-ленд «Путешествие Сослана».

28-31 марта 2011 г. впервые во Владикавказе прошел Первый Северо-Кавказский фестиваль интеллектуальных игр «Яблоня нартов». Фестиваль проводил Интеллектуальный клуб Альбус Республики Северная Осетия-Алания по гранту, выделенному Детским фондом ООН (ЮНИСЕФ) и Всемирным банком. Интеллектуальные игры завоевали популярность во многих субъектах страны, как одна из форм консолидации и объединения молодежи, и давно вышли за рамки мероприятий, несущих исключительно образовательный характер. Проект является уникальной возможностью для молодых людей северокавказских республик, объединённых общностью идей, традиций, культуры, языка, за короткий период получить с помощью новых интеллектуально-игровых технологий большое количество знаний в области изучения Нартовского эпоса, истории и культуры народов, населяющих Северный Кавказ.

Когда в столице Южной Осетии готовился I Международный детско-юношеский фестиваль, в котором участвовали представители 16 стран мира, концептуальной основой этого значимого мероприятия также стал нартский эпос. Фестиваль получил название «Яблоко Нартов», а организаторы, в числе которых исполнительный директор Израильского офиса Всемирного Конгресса Русскоязычного Еврейства, Генеральный директор израильского центра

поддержки детского творчества Элион Виленчик, президент международной Ассоциации благотворительных фондов «Мама» Раис Атнагулов и многие другие, единодушно признали, что дети, которые приехали сюда со всего мира, будут рады получить за свой талант Нартовское Яблоко.

В рамках государственной программы «Развитие образования РСО-Алания на 2014-2016 годы» в селении Чми Северной Осетии открылся детский этнокультурный лингвистический лагерь «Нарты», в котором обучаются 30 школьников из разных районов республики. Лингвистический лагерь, нацеленный на усовершенствование знаний родного языка у детей, проводится в Северной Осетии в пятый раз. Воспитанники лагеря «Нарты» изучают древнюю историю, культуру и традиции осетинского народа, участвуют в проведении инсценированных праздников и обрядов. Кроме этого, для детей организованы экскурсии по живописным ущельям родного края. Все мероприятия, игры и встречи лагеря «Нарты» проводятся на осетинском языке.

Фестиваль «Нартовские игры» проходит в Республике Северная Осетия-Алания, Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесии. Название означает участие в необычных соревнованиях, известных по нартовским сказаниям. В Северной Осетии состязания проходили в таких играх как поднятие тяжестей и метание больших камней, прыжки, стрельба из лука, армрестлинг, борьба на поясах, лазание по канату, перенос тяжестей, прыжки, бег на одной ноге. В Кабардино-Балкарии во время «Нартских игр» команды состязаются как в спортивном, так и в творческом плане. Участники меряются силами в борьбе на поясах, джигитовке, скандырбеке (армрестлинге) и забеге в гору, а также демонстрируют ораторское искусство, исполняют народные песни и частушки. Целью проекта является возрождение нартовского эпоса, а также укрепление среди молодежи знаний обычаев и традиций. Победители «Нартских игр», по традиции, представляют республику на «Кавказских играх», которые поочередно проходят субъектах СКФО.

Нартовские персонажи, скульптурные изображения которых представлены на главных улицах и площадях города Владикавказ и его окрестностей, могут стать и становятся самостоятельными брендами, их именами обозначают популярные места отдыха и другие объекты. Но в процессах этнокультурного брендинга эпические символы могут использоваться и в популяризации объектов материальной культуры. Например, с целью возрождения традиционного ритуального напитка осетин – пива – в Республике Северная Осетия-Алания проводится национально-культурный конкурс «Осетинское пиво», организаторами которого выступают министерство культуры и пивоваренная компания «Бавария». В результате, собраны рецепты приготовления пива в разных ущельях Осетии, желающим наладить производство пива предложено участие в системе кредитования малого бизнеса, что может стать вкладом в решение проблемы занятости на селе. Конкурс с национальными народными гуляньями, активной поддержкой СМИ, яркими слоганами на осетинском языке оказал огромную роль в возрождении традиции. Однако при профессиональном подходе этнокультурное сопровождение проекта должно включать популяризацию пива

как древнейшего сакрального напитка, появившегося в скифо-сакской среде и отраженного в нартовском эпосе как ритуального питья нартов.

А поскольку ритуальное осетинского пиво воспринимается исключительно в комплексе с чашей, эпические сказания могут стать культурологическим сопровождением восстановления еще одной традиции – деревообработки и резьбы по дереву. Образ чаши занимает видное место в осетинском нартовском эпосе. Нарты называют свою волшебную чашу Нартамонга, Уацамонга. Функции волшебной чаши не ограничиваются лишь даром определения достоинства героев. Амонга – иногда просто неиссякаемая чаша, всегда наполненная лучшими напитками. Она неизвестным образом наполнялась сама по себе и нарты никогда не оставались без чудесного напитка.

Священные напитки и чаши играли большую роль в древних индоиранских культах. Нартовская Уацамонга несомненно ведет свое начало от той чаши, которую описал Геродот в «Мельпомене» у скифов. В легенде о происхождении скифов, рассказанной Геродотом, говорится, что золотая чаша упала на скифскую землю с неба в качестве божьего дара. Согласно другой легенде, переданной Геродотом, золотая чаша была передана богатырем Гераклом праматери скифов – полудеве, полужмее, чтобы та передала её трем сыновьям, рожденным от Геракла. В память о той золотой чаше и до сего дня скифы носят на поясе чаши [3]. На эту связь указывал еще Вс. Миллер, доказывая преемственность скифо - алано - осетинской традиции [11].

Нартовский эпос - популярный источник духовного и культурного наследия, который активно используется и другими народами Северного Кавказа, в их национальных версиях. В Адыгее конкурс детского рисунка «Путешествие в страну нартов», организованный фондом развития карачаево-балкарской молодежи «Эльбрусоид», в Абхазии - экскурсионно-развлекательный тур «Сокровища Земли Нартов», в Кабардино-Балкарии - Международного фестиваля-конкурса изобразительного искусства «Сокровища нартов». Последний представляется особенно интересным: в ноябре 2011 года в Аммане (Иордания) работала детская передвижная художественная выставка, для которой конкурсная комиссия приняла на рассмотрение более 400 рисунков, выполненных ребятами из Москвы, республик, краев и областей Юга России, стран, где есть большие диаспоры черкесов и абхазов, - Сирии, Иордании и Турции, а также Франции, Албании, Китая, Коста-Рики, Перу, Эквадора, Колумбии, Экваториальной Гвинеи [5, с. 10-11].

Этот бренд следует признать весьма действенным и перспективным, но стратегия его использования должна предусматривать и возможность дезинтеграционных тенденций, которые, к сожалению, наблюдаются в обществе и по своей сути являются непродуктивным «перетягиванием одеяла». Молодое поколение должно воспринимать Нартиаду как свое историко-культурное наследие, с уважением и с позиций академической науки оценивать его национальные версии.

Можно говорить о том, что Нартовские сказания становятся ресурсом социальных и культурных инноваций, своеобразным этнокультурным брендом,

общим и понятным для многих народов Кавказа. При цивилизованном и профессиональном подходе этот бренд может стать позитивного взаимодействия.

Создание единого пространства для культурного, образовательного, научного диалога между народами региона может позитивно содействовать решению проблем стабилизации, интеграции и инновационного развития на Северном Кавказе.

Продвижение этнокультурных брендов имеет также информационную значимость в общероссийском масштабе, в плане нивелирования негативного имиджа кавказских народов, сложившегося в последние десятилетия, и создания мультикультурного позитивного образа региона.

Реализация интегральных научных, образовательно-воспитательных и культурологических проектов требует объединения усилий интеллектуальной элиты всего региона. С этой целью предлагается организация постоянно действующего научного форума, место проведения которого может поочередно определяться во всех субъектах Северного Кавказа.

Выявление и брендинг историко-культурного наследия наряду с природно-климатическими и аграрно-промышленными факторами, должно быть направлено на повышение инвестиционной привлекательности, на решение проблемы занятости населения, на развитие рекреационной и туристической коммерческой деятельности. Вместе с тем, система этнокультурного брендинга является средством сохранения самобытной культуры, стабилизации межнациональных отношений и формирования позитивного имиджа региона.

Долгосрочные перспективы сохранения и актуализации культурного наследия связаны с научными методами его изучения, которые предполагают определение значимости культурного наследия как ресурсного основания инновационного развития, осмысление культурного пространства как совокупности материальных и нематериальных составляющих, несущих функцию самосохранения и адаптации в условиях модернизационных перемен и внешних влияний.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

1. *Бауман З.* Глобализация. Последствия для человека и общества / Перевод с английского М.Л. Коробочкина. – М.: Весь Мир, 2004. – 188 с.
2. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / Пер. с англ.; под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
3. *Геродот.* История в девяти книгах. Книга четвертая. Мельпомена / Пер. и прим. Г.А. Стратановского. – Владикавказ, 1991. – 80 с.
4. *Инновационная стратегия* Республики Южная Осетия: экономический, социокультурный и медико-биологический аспекты. Труды международной научной конференции (Цхинвал-Владикавказ, 14-17 октября 2010 г.) Владикавказ: ЮМИ ВНИЦ РАН РСО-А, 2010. – 346 с.
5. *Канукова З.В.* Символы и образы нартовского эпоса в современных социальных и культурных практиках // Нартоведение в XXI веке: современные парадигмы интерпретации:

сборник научных трудов. ФГБУН СОИГСИ ВНЦ РАН и РСО-А. – Владикавказ: ИПЦ СОИГСИ ВНЦ РАН и РСО-А, 2015. – С. 8-15

6. *Ковынева Л.В.* Формирование территориального бренда в регионах России // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. – № 5 (97). – С. 61-68.

7. *Культура и пространство.* Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест / Под ред. В.А. Тишкова, В.К. Мальковой. – М.: ИЭА РАН, 2010. – 184 с.

8. *Культура и пространство.* Книга третья. Этнокультурный бренд и историко-культурные образы в инновационном развитии Северо-Кавказского региона / Под ред. В.А.Тишкова, М.А. Аствацатуровой, В.К. Мальковой. – Ростов-на-Дону – Пятигорск: ИАЭ РАН – ЮНЦ РАН, 2011, 210 с.

9. *Малькова В.К., Тишков В.А.* Культура и пространство. Книга первая. Образы российских республик в Интернете. – М.: ИЭА РАН, 2009. – 147 с.

10. *Масальский Д.С.* Анализ основных брендинговых моделей // Вопросы современной науки и практики. – 2010. – № 4-6 (29). – С. 242-250.

11. *Миллер Вс.Ф.* Черты старины в сказаниях и быте осетин // Журнал Министерства народного просвещения. – 1882. – № 8. – С. 1-21.

12. *Патнэм Р.* Чтобы демократия сработала: Гражданские традиции в современной Италии. М.: Издательство «Ad Marginem», 1996. – 235 с.

13. *Северная Осетия.* - №166 (25703). - 10 сентября 2010 г.

14. *Тишков В.А.* Культурный смысл пространства // V Конгресс этнографов и антропологов России. Тезисы докладов. – М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2003. – С. 16-24.

15. *Южная Осетия* присоединится к проекту «Маяки дружбы. Башни Кавказа». 9 октября 2016 // Северо-Осетинский информационный портал 15-й РЕГИОН: сайт. URL: <http://region15.ru/news/2016/10/09/20-43> (дата обращения: 12.04.2017).

16. *Хантингтон Э.* Политический порядок в меняющемся обществе. М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 235 с.

УДК 304.4/394

DOI: 10.31143/2542-212X-2017-2-89-102

ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

З.В. КАНУКОВА

*Северо-Осетинский институт гуманитарных и социальных исследований им. В.И. Абаева
– филиал Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального
научного центра «Владикавказский научный центр Российской академии наук»*

360040, РФ, РСО-Алания, г. Владикавказ, пр. Мира, 10

E-mail: soigsi@mail.ru

Аннотация. Современные теории модернизации признают значимость социокультурного фактора, взаимосвязи и взаимообусловленности экономической, политической, культурной составляющей модернизации и включают представления об инновационном потенциале этнических традиций. В статье предложена система использования традиционной культуры народов Северного Кавказа в инновационном развитии региона. В качестве объектов традиционной культуры, имеющих ресурсный потенциал, рассматриваются элементы традиционной жизнеобеспечивающей, социальной и гуманитарной культуры, на основе

которых формируются современные социально-культурные практики, направленные на развитие экономики, культуры, социальной сферы, оживление рекреационной и туристической деятельности, повышение инвестиционной привлекательности; особое внимание уделено оптимизации межэтнического общения. На примере использования архитектурных памятников, традиционных игр, спортивных состязаний, эпических символов и образов и других элементов традиционной культуры рассматриваются механизмы ее адаптации в изменяющихся условиях, в значительной степени основанные на сочетании консервативности со способностью к постоянному обновлению.

Ключевые слова: Северный Кавказ; традиционная культура; инновационный потенциал; миротворческие ресурсы.

TRADITIONAL CULTURE IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE NORTHERN CAUCASUS

Z.V. KANUKOVA

*North Ossetian Institute for Humanitarian and Social Studies n.a. V.I. Abaev
– the branch of the Vladikavkaz Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences
362040, RF, RSO-A, Vladikavkaz, Mira street, 10
E-mail: soigsi@mail.ru*

Abstract. Modern theories of modernization recognize the importance of sociocultural factors, co-relationship and co-dependence of economic, political, cultural component of modernization and include views on the innovative potential of ethnic traditions. In the article the system of traditional culture of the peoples of the Northern Caucasus in the innovation development of the region is proposed. The elements of traditional life-supporting activity, social and human culture, on the basis of which formed modern socio-cultural practices aimed at economic development, culture, social sector, renewal of recreational and tourist activities, increase of investment attractiveness are studied as the objects of traditional culture, with resource potential; particular attention is paid to the optimization of interethnic communication. On the example of the use of architectural monuments, traditional games, sporting events, epic characters and images, and other elements of traditional culture mechanisms for adapting to changing conditions are considered, largely based on a combination of conservatism with the ability to constant renovation.

Key words: the North Caucasus; traditional culture; innovation potential; peacekeeping resources.