
Фольклор: загальносуспільне надбання та обмін досвідом

Оджал Огуз

УДК 398(560):316.654.001.86

Odzhah Oguz. Folk Art and Traditions: Collective Memory or Common Experience. Now it is impossible to research folk art, basing on traditions of the 19th century. The new cultural researches are made, which based on new theories that appeared after the 1970s. Folk art and traditions are defined as «collective memory» and «common experience». Most of these elements are cultural images. Turkish universities should participate in this discussion and should play their own role and then Turkey will form and develop perspectives of cultural industry.

Keywords: collective memory, common experience, cultural image, cultural industry.

Öcal Oğuz. Folklor: Ortak Bellek veya Paylaşılan Deneyim. Folklor günümüzde artık 19. yüzyıldaki kuramlarla çalışamaz. Kültür çalışmaları 1970'lerden sonra yeni kuramlara göre yapılmaktadır. Folklor günümüzde, ortak bellek ve paylaşılan deneyim olarak tanımlanmalıdır. Bu elemanların da çoğunu kültürel imgeler oluşturmaktadır. Türkiye üniversiteleri bu tartışmaların içinde yer almalıdır. Kültür endüstrisi yaklaşımlarının oluşturulmasına ve geliştirilmesinde rol almalıdır.

Anahtar Kelimeler: Ortak Bellek, Paylaşılan Deneyim, Kültürel İmge, Kültür Endüstrisi.

Сучасні форми використання культурного продукту та методи його створення суттєво відрізняються від тих, які існували в XIX–XX ст. до початку Другої світової війни. На жаль, ці значні та фундаментальні зміни не привернули увагу науковців, на відміну від власників масмедіа, які розвивають культурну індустрію. Важко навіть говорити про такі пріоритети «іншого світу» Туреччини. Сучасні світові університети, враховуючи попит та пропозицію, відкривають нові напрями, відкидаючи школи, які існували в довоєнні роки і проводили дослідження в галузі культури з погляду таких понять, як «еволюційний», «національний», «класовий», достосовуючи їх до потреб сучасності. Де зараз та популярність інститутів «археології», «історії», «антропології», «етнології», «етнографії», «фольклору», яку вони мали в XIX ст. та напередодні Другої світової війни? Чому такі популярні свого часу школи стали нецікаві сучасним приватним університетам? Чи до багатьох думок науковців, які працюють у цій сфері, прислухалися при вирішенні соціальних та культурних проблем? До того ж, згідно з сучасною ідеологією «іншого світу», людину як соціальне явище не може розглядати жодний напрям науки, окрім соціології. Таким чином, ті, що займаються «серйозними» справами, звертаються до соціологів, а романтики – до науковців. Газети, телебачення, політичні партії, щоб вирішити нагальні соціальні та культурні проблеми, звертаються до соціологів, але в жодному разі не до дослідників культури. Тобто соціологи, про яких ідеться, беруть на себе дослідження тенденцій сучасної епохи. Дисципліни XIX ст., здобувши собі місце в університетах, працюючи за старими схемами, зупинилися в своєму розвитку. Приватні університети, спостерігаючи за попитом та пропозиціями, згідно з потребами епохи відкривають нові кафедри соціології, і в жодному з них навіть не йшлося про можливість відкриття кафедр етнології, антропології або фольклористики.

Невже це означає, що ці науки відмирають? За таких умов відповідь на це питання є ствердною. «Фундаментальні ідеї» XIX ст. у сфері антропології, етнології та фольклору в сучасних умовах значних змін та соціальних процесів, що відбуваються, не можуть бути життєздатними і потребують змін. Поза сумнівом, культурні дослідження у цій сфері залишаються актуальними.

У декларації 1989 року, прийнятою ЮНЕСКО, було визначено термін «фольклор», а вже в резолюції 2003 року з'явилося нове поняття «нематеріальна культурна спадщина». Незважаючи на те, що ця резолюція стосується досліджень у сферах фольклору, етнології та антропології, ці науки залишилися поза увагою. Усе це свідчить про те, що ці науки та їх методи досліджень не викликають зацікавленості в сучасному суспільстві.

Сьогодні у постановах ЮНЕСКО з'явилися твердження, що фольклор слід розуміти як «колективну пам'ять», «загальний досвід», «соціальну ідентичність», «безперервність історичного процесу». Другим важливим терміном, який уже вважають застарілим та не розглядають у фольклорних працях, є «традиція». Хоча, пройшовши через століття, через терни історії, термін «традиція» не втратив свого первісного значення. Термін «міжособистісний код», який увів А. Дандес, разом із терміном «перехід», пов'язав деякі теми культури з поняттями, поширеними в XIX ст.

У своїй статті «Поезія та будівництво» Зія Паша піддав сумніву належність творчості Бакі, Недіма та Шейха Галіба до нашої культури. Чи знайдемо ми місце для «Загального плачу», «Пісень Недіма» чи «Кохання Хюсю» у сучасній міській культурній спадщині, яка відома як «колективна пам'ять» у «безперервності історичного процесу». Якщо схожі асоціації та поняття, такі, як: Фузулі – Караджаоглан, пам'ять – збірник поетичних народних творів, Лейла та Меджнун – Керем та Асли, тамбур – приспів, ней – сопілка, ревані – бахлава, Херекський палац – туркменські килими, аванська

кераміка – плитка Ізніка, новий рік – невруз, Темел – Насреддин Ходжа стануть самобутніми та зможуть бути охарактеризовані поняттями «чужий» або «свій» у світі, який об'єднується та стає однотипним, займають місце між «кодами», які необхідні у визначенні основи сучасного фольклору, тоді вони збагатять «суспільне надбання» та зумовлять «обмін досвідом».

Продукт «суспільного надбання», який сформувався від тих понять, які було передано завдяки «кодам, відомим як обопільні», лежить в основі фольклору, того культурного спадку, який передається від покоління до покоління, посівши в процесі споживання культурного продукту відповідне місце в соціальній індустрії та збагативши сучасний світогляд.

Хибною є думка про те, що культурний продукт створюється лише в культурній галузі сучасного міста, що фольклор не може існувати в сучасному місті. Проте неважливо, де виникло «суспільне надбання», у місті чи в селі. Воно може виконувати не тільки розважальну функцію, а бути цікавим для науки і має бути повернено в культурну індустрію, попри свій занепад у другій половині ХХ ст.

Завдяки засобам масової інформації символи та образи, які притаманні певній місцевості, можуть передаватися по всьому світові та з легкістю ставати частиною інших культур. Вони поширюють культурний продукт, притаманний певній культурі, наприклад: Бременські музиканти та Жанна д'Арк, вина Бордо та італійські спагеті, іспанська корида та китайська панда, Дракула та Червона Шапочка, Санта Клаус та великодні крашанки, Ейфелева вежа та міст у м. Мостар, Сервантес та Віктор Гюго – усіх їх об'єднує поняття «колективна пам'ять».

Сьогодні авіарейси здійснюються майже по всьому світу. Приблизно два мільярди людей їздять у віддалені його куточки. Завдяки Інтернету та супутникам стало можливим ознайомлення з будь-якою інформацією, яку публікують у світі. Проте неможливо вивчати фольклор без поєднання з цінним та рідкісним мовним досвідом, який залишився нам у спадок. Фольклор, археологія мають вивчатися разом з іншими науками як зв'язок поколінь, як суспільне надбання, у містах чи в селах, в усній чи письмовій формі.

Селянин Юнус Емре та мешканець Мевляни, Хаджі Бекташ та провінційна жінка, яка розповідає казки про смарагди, «Лейла і Меджнун» Фузулі, пісні Стамбула та тюркю м. Егін – усе це колективна пам'ять, яку треба вивчати, як «кодову передачу інформації». Ми маємо цінувати «історичну плинність», «обмін досвідом», «колективну пам'ять» тому, що вони виокремлюють нас у світі. Насамперед ми маємо підтримати «нематеріальні цінності» і забезпечити передачу їх від покоління до покоління, відродити «культурну індустрію», основою якої вони є.

Наприклад, виробничий центр «Панда» в китайському місті Ченгду складається з дуже великих відділів, які неможливо оглянути за один раз навіть їдучи на автомобілі, і схожий він на промислову корпорацію «Коал» в Австралії. У цих відділах розташовані кінотеатри, у яких показують фільми про життя панд, буфети, речі та

подарунки, елементом яких обов'язково є образ панди. Панда в Китаї, як і коала в Австралії, сприймається не лише як рід тварин, що вимирають, але і як символ суспільства. У нас не спромоглися як символ країни винести на світовий рівень подібний зв'язок Туреччини із особливими породами кішок Ван або собак Кангал тощо. Якщо б такого роду зв'язок був утворений, то він би зайняв місце поряд з лукумом, ракі [анісова горілка. – Прим. перекладача] та кебабом.

А на внутрішніх рейсах авіаліній Китаю безкоштовно роздають журнал, на двох сторінках якого розміщено статтю під назвою «Грецька кухня». Грецькі страви, які відомі 1,5 мільйонам китайців, називаються *долма*, *мусака*, *кадаїф*. Важливою є порада автора статті: «Якщо ви будете у Греції, не скуштувавши цих страв, не повертайтеся».

У Туреччині навіть не постає питання про створення нових символів чи про використання вже існуючих. Безперечно, що страву *мусака* готують і греки, є і поціновувачі страви *кадаїф* [кондитерський виріб. – Прим. перекладача]. Хтось із розумників може сказати, що через їжу неможливо досягнути національної ідентичності, що це є застарілий аргумент та показник відсталості, який поєднує вивчення фольклору на тих самих засадах, які були прийняті в ХІХ ст. Було створено такі потужні культурні символи, як «французька кухня», «китайська кухня», «індійська кухня», «грецька кухня», які переносять такі поняття, як спільне надбання та обмін досвідом. Ці символи стали відомими в усіх куточках світу як кулінарна індустрія. Народи, які дали життя цим символам, створюючи важливі сфери діяльності та споживання, продають їх як культурний продукт по всьому світу.

Ті, що рекламують Туреччину як туристичну країну, кожного року витрачають мільйони доларів на медіа потенційних країн-клієнтів. У цих рекламах з гордістю пропонують: «Ось наша родзинка! Ми покажемо вам таке наше багатство, якого немає у вас!» Але деякі люди, які у своїх поглядах зупинилися в ХІХ ст., сприймають такі заклики як «шовінізм». Чи можемо ми вважати шовінізмом такий вислів: «*келайнак* [вид лелеки. – Прим. перекладача] є лише у нас, а у вас його немає»?

Китайський театр тіней, схожий на турецький фольклорний театр з головним персонажем Карагьоз, представлений у музеї «Нематеріальної культурної спадщини» просто неба в м. Ченгду та в музеї «Нематеріальної культурної спадщини» університету Газі. У цих місцях одні роблять афіші, інші беруть участь у спектаклях, а хтось демонструє старі спектаклі на великому екрані. Натомість у Туреччині така важлива родзинка культури, як Карагьоз, ігнорується суспільством та засобами масової інформації, тобто залишена напризволяще.

Представники технічних та природничих наук порівнюють нас із бідними вартівими, які мають великий спадок, але не знають, що з ним робити. Невже ми, дослідники культури, не говоримо те саме?

Суть у тому, що сучасні науковці не можуть підтримувати теорії XIX ст. в галузі культури, а вуличні реклами на зразок: «віддалення від нас» та «зустріч у космічному просторі», які були поширеними до 1970-х років, не можуть бути витворами мистецтва. Світ за останні п'ятдесят років неймовірно швидко змінився, і ці зміни слід вивчати. А якщо хочете по-справжньому відчувати традицію народу, то приїздіть у Стамбул, щоб

скуштувати кадаїф, у Газіантеп – щоб скуштувати пахлаву, у Шанлиурфу – щоб побачити келайнак.

Традиційна культура вступає в конфлікт з сучасною культурою. Саме з цього погляду необхідно розглядати значення Конвенції ЮНЕСКО «Про охорону нематеріальної культурної спадщини», а також протистояти намаганням окремих країн контролювати світовий розвиток та нівелювати народні традиції.

Переклад з турецької Тетяни Терещенко, Тетяни Нікітюк