



**МЕРОСИ ИЛМИИ З.А.ШИРОКОВА
ВА МАСЪАЛАҲОИ ОМУЌИШИ
ЭҶОДИЕТИ ХАЛҚ**

**НАУЧНОЕ НАСЛЕДИЕ
З.А.ШИРОКОВОЙ И ПРОБЛЕМЫ
ИЗУЧЕНИЯ НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА**

Академияи миллии илмҳои Тоҷикистон
Институти таърих, бостоншиносии ва мардумшиносии
ба номи А.Дониин

Национальная Академия наук Таджикистана
Институт истории, археологии и этнологии
им. А. Дониша

**МЕРОСИ ИЛМИИ З.А.ШИРОКОВА
ВА МАСЪАЛАҲОИ ОМУЗИШИ
ЭҶОДИЁТИ ХАЛҚ**

Маводи конференсияи байналмилалӣ илмӣ
Душанбе, 27 ноябри соли 2020

**НАУЧНОЕ НАСЛЕДИЕ
З.А.ШИРОКОВОЙ И ПРОБЛЕМЫ
ИЗУЧЕНИЯ
НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА**

Материалы международной научной конференции
Душанбе, 7 ноября 2020 года

Душанбе - 2021

ББК 63,5 (2 тоҷик)
М-55

Сармуҳаррир Ғлавний редактор Насрулло Каримзод Убайдулло

Мураптитб Составитель Лариса Додхудоева

Дизайнер Меҳроҷ Шоев

Маводи конференсияи байналмилалии илмӣ ба баррасии саҳм ва мақоми мардумшиносии маъруфии шӯравӣ Зинаида Александровна Широкова дар омӯзиши масъалаҳои либоси суннатӣ ва ҳунароҳои мардумии тоҷикон баҳшида шудааст. Зимни ин аксари навиштаҳои олимони ватанию хориҷӣ, ки ба ин китоб ворид гардидаанд, ба пажӯҳиши масоили эҷодиёти халқ доир мубошанд.

Материалы Международной научной конференции, посвящены вкладу известного советского этнографа Зинаиды Александровны Широковой в изучение традиционной одежды и народных ремесел таджиков. Вместе с тем, в большинстве статей отечественных и зарубежных ученых, включенных в данное издание, обсуждаются проблемы изучения народного творчества.

ISBN 978-99985-70-80-1

Зеликого при Императорской Академии наук. – Т. 3. – Петроград, 916. – С. 89-92.

4. Зарубин И. И. Отчет об этнологических работах в Средней Азии летом 1926 г. / И. И. Зарубин // Известия АН СССР. – Серия 6-8. 1927. – № 5-6. – С. 351-360.

5. Рахимов Р. Р. Иван Иванович Зарубин (1887-1964) / Р. Рахимов // Советская этнография. – 1989. – № 1. – С. 111-121

6. Соболев В. Г. Роль И. И. Зарубина в процессах национального межевания в Средней Азии в 1920-е годы / В. Г. Соболев // Вестник БГУ. – Серия 6. – 2015. – Вып. 2. – С. 141-151.

АЛЬЯНС ЦИВИЛИЗАЦИЙ И ОБРАЗ КУПЦА В ДИХОТОМИИ «ВОСТОК -ЗАПАД»

*Арман Кудабай, Гюльнар Муканова
Алматы*

Межцивилизационный альянс осуществим посредством активных встречных действий. В этнографических источниках привлекает внимание образ купца-торговца, в котором каким-то необъяснимым способом сочетаются противоречивые и загадочные качества человеческой природы. Это лобознательность и смелость, необузданная жажда ко всему новому, склонность к неоправданному риску и приключениям, при одновременной расчетливости, заостренном чувстве опасности. «Тысяча и одна ночь», свод восточных сказочных сюжетов насыщен сюжетами о их приключениях.

Безусловно, типаж этот одновременно новатор и изобретатель, идущий наперекор всем сложившимся устоям и вековым традициям, бросающий последние свои сбережения на безумные проекты, но с другой стороны - неисправимый плут и авантюрист, прожигающий свои дни в показной праздности и бездельи.

Для описания образа «купца» идеальнее всего подходит концепция «стереотип». Еще в 1922 году американский журналист Уолтер Липпман (Walter Lippmann) в своей книге «Общественное мнение» [1] вводит в научный оборот ныне широко уже всем известный и используемый нами повсеместно термин «стереотип». Восприятие окружения – суть лишь «картинка мира» в голове человека» [2], своеобразный посреднический, «информационный конструкт» между объектом восприятия и субъектом его же оценивающим, «упорядоченный, схематизированный и детерминированный его культурой», багажом собственных чувств и унаследованных ценностей[3].

В дальнейшем эта концепция получила развитие во множестве других школ и направлений, сохраняя при этом основные свои положения. Согласно английскому социальному психологу Генри Тэджфелу (Henri Tajfel), автору теории социальной идентичности (Social Identity Theory) [4].

Каковы источники наших представлений о людях «купеческого сословия» давно минувших времен? Даже сегодня, это довольно редкие и в большей части обрывчатые свидетельства из описаний далеких стран, сохранившихся и доставшихся нам в наследство либо от первых философов и летописцев (Геродот, Ибн-Батута, Марк Страбон и др.), либо это записи путешественников, решившихся пуститься в опасные и многодневные переходы, но не ставивших себе особых научных целей. Они проявляли скорее сугубо частный, меркантильный и деловой интерес, но часто тексты были переписаны уже с их же слов другими (Марко Поло, Ибн-Фадлан, Вильгельм Рубрук, Афанасий Никитин и др.).

Отдельные исследователи обращают внимание на периодически обнаруживаемые расписки о фактах древних торговых сделок и пометки о торгах в «государственных» книгах от лица первых чиновников, однако также, в свою очередь, скорее говорящих о характере торговли, чем о нраве ее участников. Как пишет И. Фильштинский: «К сожалению, о масштабах торговых операций (и характере первых купцов - *примеч. авт.*) мы можем судить лишь косвенно и главным образом из обширной географической литературы и из многочисленных полуфольклорных описаний дальних заморских путешествий» [5].



Рис. 1: Китайская терракотовая статуэтка западного купца. Династия Северная Вэй (386-534 гг. н.э.). Музей Cernuschi, Париж, Франция.

Используя в исследовании артефакты литературного наследия, фольклорных сказок и народных легенд в целях формирования тех же представлений об образе древнего купеческого люда, мы обязаны будем учитывать, что они не лишены косвенных, неподтвержденных либо сугубо личностных факторов. «Литература – это искусство самовыражения с помощью слов», считал японский поэт и писатель Акутагава Рюноске [6]. По этой причине, в такое повествование вольно или невольно будут примешаны как личная интерпретация, так и мнение, отношения свидетелей. «Отличительной особенностью мифов и саг более ранних эпох было то, что в них особое значение придавалось героям и чудовищам, оружию и конфликту, чести и гордости, и сверхчеловеческой борьбе против сверхъестественных сил. Мы никогда не встречаем античных греческих героев, которые пользовались бы деньгами или ходили на рынок» [7].

Несомненно, красочные и яркие картины прошлого сохранили для нас пословицы и поговорки, передававшиеся поколениями у множества народов. «В поговорках, отличающихся образностью и связанностью с определенным жизненным событием, выявляется переносный смысл» [8]. Если в случае литературных и документальных источников мы говорим об фактологической относительности, что же можно сказать о сказках и легендах? «Сказка – не хроника, – утверждал в свое время основоположник сравнительно-типологического метода в фольклористике, теоретик жанра В.Я.Пропп: «...развитие сюжета в сказках идет путем наслоений, путем замен, переосмысления и т.д., с другой же стороны – путем новообразований» [9].

Если же передаваемый в мифах, сказках портреткупца-торговца лишь отчасти и отдаленно напоминает нам искомый предмет, можно предположить, что мы имеем дело со стереотипами. «История – это прошлое, опосредованное источником, материальным или духовным» [10], по сути, мы изучаем артефакты, древние документы, только частично фиксировавшие мнения авторов. «Совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу», как мы сегодня знаем, формирует мнение общее, общественное [11]. Так знакомы ли мы с этим общим мнением, *volontegeneral* [12], или лишь с его незначительной частью?

В пользу такого предположения, будет говорить и то, что древние философы, первые архивисты и летописцы, путешественники, сказители, да и значительная часть самих купцов, уже в те времена относилась к элитарной, интеллектуальной части общества.



Рис. 2: Караван Марко Поло. Великий Шелковый путь. Каталонский Атлас. 1375 г.

Возможно, решением этой задачи является феномен *архетип*. Проблемой существования «усредненных» образов у аудитории озадачился в своей концепции коллективного бессознательного (*Kollektives Unbewusstes, Collective unconscious*) знаменитый швейцарский психиатр, основоположник аналитической психологии Карл Юнг (*Carl Gustav Jung*). В своих трудах [13] знаменитый теоретик выделял элементы всеобщего и объединяющего, независящего от конкретной эпохи или ситуации, своеобразной «психологической памяти» человечества, которая проявляется в повторяющихся образах и сюжетах во множестве мифов, легенд, сказок народов, указывал на общие мифологические мотивы всех этносов и времен.

Мы имеем дело не просто с образом «купца» либо в современном его варианте с его имиджем, а с довольно-таки старыми прочным архетипом, несмотря на все коррективы истории сохраняющим общие и древние элементы? Ведь существуют же архетипы волшебника, ведьмы, героя, царя, отца и матери. К тому же, у большинства народов купеческий образ имеет весьма схожие индикаторы. [14]

К примеру, картинка действительности, преподносимая в мифологическом сюжете порой просто не требует нашего критического переосмысления [15]. Таким образом, миф вовсе не противопоставляет рациональное и иррациональное, а скорее объединяет их в единой, стройной картине своего мира. В этом же кроется и причина живучести всех мифов и сложностей каким-либо образом воздействовать на них. [16] По определению французского

философа, культуролога и социолога Клода Леви-Стросса (Claude Lévi-Strauss), «миф – это машина для уничтожения времени» [17].



Рис.3: Торговля без использования денег. Гравюра из книги Олафа Магнуса «История Северных народов», 1555 г.

К.Юнгом и его венгерским коллегой К.Кереньи был введен в научный оборот термин «мифологический архетип», позднее получивший другое, более известное название *мифологема* или *мифема*[18].

Истории о купцах являются, по сути, мифологемами. В пользу этого говорит и то, что в них присутствует, хотя и с различной степенью модификации и разной замесью оттенков местного колорита, одни и те же мотивы, герои и сюжеты. Независимо от времени и местоположения происхождения «историй», *герой* – купец обладает в них весьма узнаваемыми и близкими характеристиками и атрибутами. В числе последних – обладание капиталом (независимо от того, что он собой представлял в разные промежутки истории). *Сюжеты*, о которых говорил профессор А.Н.Веселовский как «о сложных схемах, в образности которых обобщились известные акты человеческой жизни и психики в чередующихся формах бытовой действительности» [19], не особо отличаются изощренностью.

Мифы, стереотипы и архетипы объединяет не только особая устойчивость, но и особая опосредованность. В формировании и первых, и вторых, и третьих в большей степени задействован не личный опыт, а «опыт» окружающего социума.



Рис.4: Торги на фондовой бирже Нью-Йорка

Так, не встретив лично представителя бизнеса Поднебесной, мы априори готовы приписать ему «азиатскую» хитрость и вероломство, оказавшись же в партнерстве с германским либо американским менеджментом, ожидать от него излишнюю щепетильность и «нордическую» черствость и бесстрастность. Мифы и фобии чаще имеют значение на уровне *больших групп* (тот же коллектив, клан, классы, этносы). Миф выстраивается на стереотипах, отсеивает и в некоторых случаях цементирует стереотипы. Если стереотип формирует отношение, то миф дает моральное оправдание этим отношениям. Британский антополог и социолог Бронислав Малиновский считает: «Мифы ...это не вымышленные истории, а отражение более величественной и значимой реальности, задающий мотивы ритуальных и моральных действий человека» [20].

Просеивая веками стереотипы и мифы, на уровне подсознания народов, формировались порой не совсем ясные, но четкие по своему действию, изначальные, но прочные прото-, прообразы. Мифы и стереотипы могут со временем исчезать, но остается их «след», «исходный контур вещей» [21], первообразы-архетипы [22].

Архетип – это изначальная матрица, на который наслаиваются новые образы, будь то современные имиджи, стереотипы и мифы[23]. При этом, если они совпадают, то только усиливают свое воздействие. К примеру, устоявшийся архетип хитрого купца только усиливает негативные стереотипы перед зарубежной экономической экспансией. Даже в случае честного и обоюдовыгодного ведения бизнеса будет присутствовать «осадок» от опаски возможного обмана. При «несовпадении» же создается ситуация когнитивного, смыслового дисбаланса, и по всей вероятности, последний «слой» окажется в проигрыше.

Пример. Существующие поныне сложности с продвижением в общественном мнении концепций социально-ориентированного бизнеса или возможностей безвозмездной помощи со стороны бизнеса населению. Другим примером неудачной «стыковки» архетипов с реальностью является трагическая история стран, переживших социальные потрясения (Императрица-немка и архетип тевтонского нашествия, классовый террор, уничтожение кулачества и предпринимательской прослойки страны, трагедия НЭПа). К.Юнг предупреждал об опасностях, когда при неумении работать с архетипами «наружу вырываются скрытые в нем разрушительные и опасные силы, что порой ведет к непредсказуемым последствиям... вопреки всем доводам и воле» [24].



Рис.5. Плакат времен коллективизации СССР

Безусловно, образы торгового люда — это одновременно и мифы, которые наслаивались друг на друга в легендах древних сказителей, пересказах путешественников в караван-сараях, пересудах торговцев на рынке, размышлениях философов. Образ купеческого сословия — это и прочные стереотипы, которые исследователи используют в своей работе. Стереотипы, мифы и архетипы обладают как отрицательным, так и положительным зарядом. Купец — новатор, купец — храбрый муж, купец — меценат. Восприятия западного и восточного мировоззрений имеют определенные отличия, что фиксируется в артефактах, этно-предпочтениях, изобразительном искусстве, легендах и проч.

Литература:

1. Акутагава Рюноске, «Мысли о литературе» // «Иностранная литература», №3, март 1974, С.223
2. Алешина И., Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. — М.: Гном-Пресс, 1997. С.9.

3. Бренное и вечное. Символические парадигмы модернизации культурного пространства: Материалы Всероссийской научной конференции, 10-11 окт. 2006 г., НовГУ, Великий Новгород, 2006.
4. Липпман Уолтер, Общественное мнение / Пер.с англ. Т.В.Барчуновой М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004, С.108.
5. Бисенбаев А.К. Другая Центральная Азия. – Алматы: «Арқас», 2003. С.9.
6. Везерфорд Дж. История денег: Борьба за деньги от песчанника до киберпространства / Пер. с англ. Т.Сулицкой, И.Сиснёва. –М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2001, С.171-172
7. Карасик В.И., Языковые ключи, - М.: Гнозис, 2009.
8. Кучинский С.А., Человек моральный. – М.: Политиздат, 1989.
9. Норберт Болыц. Азбука медиа. – М.: Изд-во Европа, 2011.С. 132.
10. Платонов Ю. П. Психология национального характера. - М., Изд-во «Академия», 2007.
11. Поченцов Г.Г., Паблик рилейншиз для профессионалов. – М.: «Релф-бук»; К.: «Ваклер», 2000. С.640.
12. Пронн В.Я., Исторические корни волшебной сказки, – Л.: Изд-во ЛГУ, 1986.
13. Резепов И.Ш., Психология рекламы и PR. – М.: Дашков и Ко, 2009. С.75
14. Сериков А. Е.. Типичные сюжетные схемы в повествованиях и в жизни // Вестник Самарской Гуманитарной академии. Серия "Философия. Филология."-2009.-№2(6). С.60-84.
15. Теория и методология истории: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. А. И. Филюшкина. – М.: Издательство Юрайт, 2016.
16. Тохтарбаева Ш.Э.Этикетные нормы казахов (в 2 ч.) .Алматы: ТОО «LaGrace», 2017.
17. Цуладзе А., Политическая мифология. – М.: ЭКСМО-Алгоритм, 2003. С.41
18. Юнг К.Архетип и символ. – М.: RenaissanceVEwo-S&D, 1991.
19. Юнг К. Г., Человек и его символы. - М.: Серебряные нити, 1997.
20. Юнг К. Г. Психология бессознательного. М.: Когито-Центр, 2010.
21. Lippmann, Walter (1922). Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company: Retrieved 3 May 2016.
22. Tajfel H. Social Stereotypes and Social groups - In: Turner J.C., Giles H. (eds.) // Intergroup behavior. - Oxford: Basil Blackwell, 1981. - P.144-167.
23. Jung C.G., Kerenyi K. (1949) Essays on a science of mythology. New York: Bollingen Foundation. (1959) Four Archetypes. Princeton University Press.

МУНДАРИЦА

Содержание

<i>Насрулло Каримзода Убайдулло Муҳаккики</i> шинохтаи либоси миллии тоҷикӣ.....	4-7
<i>Зинаиҳо Юсуфбекова, Мумина Шовалиева</i> Вклад З.А. Широковой в развитие таджиковедения	7-14
<i>Зухра Мадамиджанова</i> Преданность науке - преданность таджикскому народу.....	15-19
<i>Усто Чаҳонов Саҳми Зинаида Широкова</i> дар омӯзиши этнографияи тоҷикони Фарғона (аз хотирот).....	19-23
<i>Екатерина Ермакова</i> Работа с народными мастерами Таджикистана в 1960-1980-х гг. (по материалам архива И.А. Жданко).....	23-35
<i>Гюльнар Муқанова</i> Элементы традиционной одежды народов Центральной Азии в фотодокументах фонда М.Дулатова первой четверти XX века.....	35-43
<i>Бахриҷисо Кабилова</i> Исследование древних музыкальных традиций Бухары в творчестве Н.Х. Нурджанова.....	43-49
<i>Лейли Додыхудоева</i> К сложению традиционного женского костюма народов Западного Памира.....	49-78
<i>Рухиона Чаҳонзода</i> Рушди хунаркои мардумӣ дар низоми иқтисоди миллий.....	79-85
<i>Рустам Муқимов, Салия Мамадҷанова</i> Традиционное строительство и инженерное дело в особых условиях Таджикистана	86-92
<i>Набидҷон Раҳимов, Муаззама Бободҷанова</i> Керамика Худжанда IX-XII вв.: особенности декора ручек кувшинов.....	92-97
<i>Бахтиёр Одинаев</i> Художественное своеобразие керамики и ювелирного искусства таджиков: традиции и инновации.....	98-104
<i>Жаҳъибек Алтаев, Гюльнар Муқанова</i> Этнографические аспекты в трудах аль-Фараби.....	104-108
<i>Манзура Ҳасанова</i> Семейные традиции в народной музыкальной культуре таджиков на современном этапе.....	109-112
<i>Ғалия Торемуратова</i> Реставрация объектов изобразительного и декоративного искусства: проблемы и перспективы развития.....	113-115
<i>Тутинҷисо Ашурмадова</i> Нақши З.А. Широкова дар омӯзиши ва муарррифии маводҳои этнографӣ.....	116-120
<i>Маҳмудҷон Ҳолов, Хуршеда Киюмова</i> Хронологические традиции и календари таджиков Каратегина и Дарваза в XIX - начале XX веков.....	120-132
<i>Джамшия Бектиярова</i> Семантика войлочных изделий казахстана.....	132-135

<i>Рустам Мукимов, Саёра Мукимова</i> Традиции в производственной деятельности таджиков в XIX-XX вв.	135-140
<i>Хасан Нурматзода</i> Саҳми мардумшиносон дар чамъоварии созиҳои мусикии тоҷик дар осорхонаи мардумшиносии (аз солҳои 40-ум то солҳои 80-уми асри XX).....	140-149
<i>Муродали Иброҳимов, Бека Ёғибекова</i> Саҳми олими мардумшинос И. И. Зарубин дар омӯзиши нозуқиҳои либоси тонкитлобии тоҷикони Бадахшон	150-153
<i>Гюльнар Муқанова, Арман Кудабай</i> Альянс цивилизаций и образ купца в дихотомии «Восток-Запад».....	153-160
<i>Шафот Хошимова, Мохира Гайбуллоева</i> Народные промыслы и их возрождение.....	161-166
<i>Сакен Солтанаев</i> К общности казахской и кельтской культур: мифология и музыкальные инструменты.....	166-175
<i>Нигора Джураева</i> Некоторые экспедиционные дневники З.А. Широковой(по материалам этнографического архива Института истории, археологии и этнологии им. А. Дониша Национальной Академии наук Таджикистана)	176-183
<i>Лариса Додхудоева</i> Ресурсы визуальной репрезентации полевых материалов (на примере «Альбома одежды таджиков» Н.Н. Ершова и З.А. Широковой).....	184-196
<i>Джавҳар Шоназар</i> Изделия мастериц Дарваза(по материалам полевых исследований).....	197-201
<i>Бибираджаб Саидова</i> Участие народных мастериц в создании коллекций современных таджикских модельеров.....	201-207
<i>Галия Темиртон</i> Отражение кочевой ментальности в народном творчестве (на примере национального искусства казахов).....	207-216
<i>Сафар Эркаев</i> Вклад русских специалистов в изучение истории и культуры таджикского народа	216-223
<i>Муроджон Джураев</i> Традиционный дресс-код таджиков севера (по материалам З.А.Широковой).....	223-227
<i>Зӯхро Зокирова (Бобоева)</i> Бозтоби таъриху тамаддуни тоҷикон дар паҷӯшиҳои бонувони муаррихи рӯстабор ва русабони Тоҷикистон.....	228-237
<i>Марина Буравова</i> Ранние переводы произведений Н.В. Гоголя на языки народов Центральной Азии (таджикский и казахский языки).....	237-244
<i>Сомон Содиқов</i> Саҳми З.А. Широкова дар омӯзиши либосҳои миллии Тоҷикистон.....	245-247
<i>Шахноза Сайфуллоева</i> Обычаи и традиции, связанные с новорожденными в Таджикистане: прошлое и настоящее.....	248-255

Ба матбаа супорида шуд 31.05.2022
Барои нашр имзо шуд 01.06.2022
Чопи офсетӣ. Ҷузъи чопӣ 24. Андоза 70x100¹/16.
Адади нашр 150 нусха. Супориши №84.



МН «Дониш»

Муассисаи нашриявӣ «Дониш»-и АМИТ
ш. Душанбе, 734063, кӯчаи Айнӣ, 299/2.