

## СУВЕНИРНАЯ КУКЛА И ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЛМЫКИЯ\*

*Шараева Татьяна Исаевна*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> кандидат исторических наук, старший научный сотрудник отдела истории, археологии и этнологии Калмыцкого научного центра РАН (г. Элиста).

E-mail: sharaevati@yandex.ru

**Аннотация.** Калмыкия как туристический регион привлекательна своим экзотическим характером, который нашел отражение в том числе и в сувенирной продукции, производство которой дает возможности для создания дополнительных рабочих мест и для развития народных промыслов калмыцких мастеров. Изготовление сувенирной куклы в Республике Калмыкия имеет свои особенности, связанные с традиционными представлениями об антропоморфных куклах. Вместе с тем, современная сувенирная кукла калмыцких мастеров транслируют визуально антропологический тип, традиционную этническую одежду и ее разнообразие у калмыков в зависимости от гендерной и возрастной стратификации, а также традиционные представления, выраженные в отдельных элементах и деталях костюма.

**Ключевые слова:** туризм, этнокультурный туризм, Калмыкия, мастер-кукольник, сувенирная кукла

В современном развивающемся мире научно-технический прогресс, информационные технологии, процессы глобализации и большие миграционные потоки стали угрозой многообразию народов и сохранению их этнокультурного наследия. Но эти же процессы привели к активизации изучения этнических культур в контексте роста этнического самосознания, сохранения уникальных традиционных комплексов, являющихся своеобразным культурным кодом, хранящим информацию об этапах формирования этноса, его этнической истории, жизнедеятельности и мировоззрения, возрождения утраченных обрядовых практик. Желание не только знать и практиковать свои национальные традиции, но и узнать побольше о традициях других народов способствуют развитию таких видов туризма, как этнический, культурный, ретротуризм, ностальгический, этнопознавательный, антропологический и т. д.

\* Публикация подготовлена при финансовой поддержке гранта РФФИ № 17-01-00407-ОГН\19, № государственной регистрации АААА-А19-119042390119-6

Туризм в настоящее время является одной из динамично развивающихся сфер мировой экономики. Российская Федерация занимает 1-е место в мире по территории и 9-е — по численности населения. Ее население численностью почти 147 миллионов человек представляет более 200 национальностей, что определяет ее богатое историческое и культурное наследие. На территории страны площадью 17 млн. км<sup>2</sup> расположено 4 географических пояса с различными ландшафтными и климатическими зонами, богатыми природными комплексами, флорой и фауной, поэтому территория России привлекательна для любых видов туризма. В России сосредоточено огромное количество культурных и природных достопримечательностей, а также иных объектов туристского показа. По оценке Всемирной туристской организации Россия может принимать до 40 млн. туристов в год и стать одним из лидеров в сфере туризма и путешествий. При развитии туристской инфраструктуры на международном уровне наша страна может войти в десятку самых популярных направлений туризма.

Начиная с 2011 г., на территории России ведется работа по созданию туристических кластеров, призванных повысить уровень экономической устойчивости регионов, развить инфраструктуры, проводить эффективную рекламную политику, совершенствовать системы подготовки кадров, стимулировать внедрение инноваций и развитие новых направлений туристического бизнеса. Имеющиеся наработки в этой области показывают, что современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- √ рациональное использование имеющегося природного потенциала;
- √ приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории региона;
- √ создание и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса на территории региона;
- √ демонстрация исторического, культурного и духовного наследия народов России;
- √ формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;
- √ поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере;
- √ разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа региона как туристического региона и т.д. [Полянских 2013: 97–105].

За последние несколько лет на территории России стали активно развиваться въездной и внутренний туризм, несмотря на то, что выездной туризм прочно удерживает свои лидирующие позиции. Самым перспективным в развитии видом туризма на территории России является эт-

нокультурный, что обусловлено, в первую очередь, ее многонациональным составом, многогранным культурным наследием и природными комплексами. Термин «этнокультурный туризм» был введен А.Г. Бузузовым. По его мнению, *«этнокультурный туризм — это совокупность различных форм туристской активности, обусловленных стремлением к познанию многообразия феноменов этнокультурной сферы»* [Бузузов 2013: 82]. Автор под этим термином объединяет все разновидности этнически ориентированных путешествий. В контексте развития туристических кластеров на территории нашей страны этнокультурный туризм перспективен тем, что может способствовать многократным поездкам и позволит познакомиться со всеми регионами России по очереди, либо с несколькими сразу.

Республика Калмыкия, несмотря на небольшую территорию и небольшую численность населения, обладает уникальными ресурсами для полноценного развития туризма, который можно развивать в перспективе как на региональном уровне, так и на общероссийском уровне. Основными факторами для развития туристической деятельности является наличие особых природно-климатических условий, предоставляющих возможность посещения нескольких природных зон (от степного к пустынному), уникальных природных и архитектурных памятников, наличие целебных источников, национального колорита, историко-культурного наследия, разнообразных и уникальных животного и растительного миров. Все это представляет собой перспективный туристско-рекреационный ресурс, который может послужить для развития многих видов туризма. Перспективность развития туристического бизнеса на территории Калмыкии с начала 2000-х гг. стала основой разработок различных программ, часть из которых была внедрена, другая — требует доработки и дальнейшего продвижения, а третья часть осталась нереализованной. На сегодняшний день в регионе действует «Стратегия социально-экономического развития Республики Калмыкия до 2020 года», ориентированная на кластерообразование в основных отраслях экономики — промышленности, сельском хозяйстве, туризме, а также транспорте и логистике. Сфера туризма в Республике Калмыкия также регулируется следующими документами: Законом «О государственной поддержке туристской деятельности в Республике Калмыкия» от 17 февраля 2006 г. [Закон]; Государственной программой Республики Калмыкия «Развитие культуры и туризма Республики Калмыкия на 2013–2020 годы» от 26 декабря 2017 г. [Государственная программа].

Современные туристские ресурсы и рекреационные территории Республики Калмыкия представлены 19 природными объектами регионального и федерального значения и более 200 объектами историко-культурного наследия. В республике активно развиваются этнографический, паломнический, экологический, событийный, гастрономиче-

ский, конный, пеший, медицинский, бальнеологический и другие виды туризма.

Одно из характерных особенностей калмыцкого туристского продукта — это его экзотический характер. Приехав в Калмыкию туристы, например, могут посетить восточные (буддийские) храмы *хурл*, услышать песни и познакомиться с богатым фольклором калмыков, поиграть на народных инструментах, покататься на верблюдах и совершить многодневные конные прогулки, пожить в кочевом жилище, попробовать различные блюда калмыцкой кухни, истоки которой обусловлены кочевым бытом и имеют сходство с кухней народов Центральной Азии, посетить спортивный праздник «Джангариада», где будет предоставлена возможность пострелять из лука, бросить аркан и принять участие в борцовском поединке *бөк бэрлдан*. Кроме того, на бескрайних и красивых просторах республики туристы могут увидеть цветущие тюльпаны, представителей фауны и флоры, многие из которых занесены в Красную книгу как редкие виды. В многочисленных протоках дельты Волги и на побережье Каспийского моря в сезон цветения лотосов организуются специальные поездки в места наибольшего их произрастания.

Для более динамичного развития въездного и внутреннего туризма в Калмыкии формируется имидж республики, как единственного в Европе представителя восточноазиатской культуры. Несомненно, что любые объекты, в которых проявляется этническая специфика традиционной культуры калмыков, представляют большой интерес для туристов, например, в виде изображения тюльпанов, весенней степи, лотоса, ступы, буддийского храма, сайгака, людей в национальной одежде, которые украшают кружки, чаши, магниты, открытки, конверты, копилки и другие сувенирные изделия. Выбор такого перечня символов на сувенирах обусловлен теми маркерами, которые понятны калмыкам как этнические, а приезжим — как символы республики, ее истории и культуры. В категории объектов, неизменно вызывающих интерес у туристов, находятся объекты народного промысла и быта, соответствующие традиционному хозяйственному типу, приобретаемые в качестве сувениров. Это предметы традиционного быта из войлока, кожи, металла и дерева, имевшие утилитарное значение, например, войлочные подстилки, кожаные пояса и сосуды, металлические ножи и деревянные чаши и т. п. Как отмечают исследователи, *«для туристов такие предметы становятся неразрывно связанными с полученными впечатлениями, с представлением о самобытной культуре народа, с местными традициями и образом жизни, о которых удалось узнать... изделия народных художественных промыслов могут быть использованы для создания устойчивых ассоциативных связей, на основе которых в перспективе может быть основано построение регионального бренда»* [Рапопорт 2015: 23].

В контексте развития этнической сувенирной продукции калмыцких мастеров можно отметить следующие тенденции: создание изделий, полностью повторяющих предметы традиционного быта калмыков; стилизованные под них; с этнической тематикой. Как известно, наличие таких сувениров является одним из основных условий правильной организации туризма. Они как часть социально-культурных ресурсов используются при производстве туристических услуг. В современных обществах развитие туризма стало толчком для возрождения утраченных ремесел, развития школ мастерства, например, традиционной вышивки, сохраняются и популяризируются традиции и обряды. Несомненно, что в туризме, особенно в этнокультурной его форме, отражается *«идея сохранения, преумножения и передачи потомкам историко-культурного наследия»* [Кизилева, Лях 2016: 215].

Если изготовление и продажа изделий мастеров народных промыслов наряду с распространенными в современной туристической индустрии магнитами, кружками, блокнотами и т. д., является уже устоявшейся практикой и развивается также как в других регионах России, то изготовление сувенирной куклы можно считать новым явлением в ассортименте сувенирной продукции и культурной практике калмыков.

Куклы сопровождают человека с древних времен. Под куклами принято понимать *«любые антропо- и зооморфные фигурки, употреблявшиеся в традиционных обрядовых и необрядовых практиках и способные в условно-игровых формах заменять человека, выступать в его функции, а также их аналоги в современном быту, в том числе в детских играх»* [Морозов 2011: 10]. До сих пор возраст куклы не определен. По данным исследователей, это связано с тем, что куклы в качестве игрушки первоначально не существовало, тогда она использовалась в качестве заместителя человека в различных обрядовых практиках. История существования, развития и трансформации куклы-игрушки тесно связана с историей человечества. Исследователи выделяют в ней основные периоды: от Древнего мира до Средневековья; светский период (XV–XIX вв.); индустриально-массовый; массовая и авторская кукла XXI в. [Политова 2014: 72–78]. Кукла всегда отражала жизненный опыт, традиции, верования, культуру различных народов. Так, например, в традиционном обществе *«кукла рассматривалась как эталон рукоделия, часто на посиделки вместе с прялкой девочки-подростки брали кукол, которых сделали сами. По ним взрослые судили о мастерстве и вкусе их владелицы. В кукольных играх девочки произвольно учились шить, вышивать, прясть, постигали традиционное крестьянское искусство. В кукольных развлечениях проигрывались почти все деревенские праздничные обряды. Относились к игре очень серьезно, сохраняя последовательность обряда, запоминая и повторяя разговоры взрослых, исполняемые ими песни... Игре с куклами придавалось особое значение: они были живой*

*частью народной традиции и считались символом продолжения рода»* [Шиповская, Шелаева 2012: 27–28].

Ю.М. Лотман разделил куклы на две группы:

1) **Куклы-игрушки** или куклы для игры, которые отличаются способностью двигаться и быть объектом игр либо манипуляций:

- а) куклы-игрушки — разнятся по внешнему виду (неваляшки, матрешки, парижанки Брю, фландрские куклы, куклы из тыквы-горлянки и т.д.), по степени сложности (кукла-ветка аборигенов Австралии и современная механическая кукла), по традиции и месту происхождения (городская, народная, кустарная), по материалу изготовления (дерево, целлулоид, керамика, фарфор, гипс, ткань и т.д.) и по функциональности (кукла-погремушка, кукла-ребенок, кукла-подушка и т.д.);
- б) театральные куклы или куклы-марионетки, которые являются моделью актера;
- в) обрядовые куклы — самые древние куклы, выполняли функции талисманов-оберегов, а также были средством передачи детям верования и культуры народа;
- г) куклы для шествий — это большие куклы, предназначенные для процессий (раньше религиозных, позже политических), они тоже выполняют магическую роль;
- д) утилитарные куклы — те, которые имеют подчиненное значение, например куклы-погремушки, баба на чайник и прочие предметы бытового назначения (солонки, прихватки, посохи, сосуды и т. д., сделанные в форме кукол.)

2) **Кукла-модель** или куклы для упражнения, для украшения, обычно статичные, неперемещаемые и не задействованные в игре или действии

- а) интерьерно-экстерьерные — пугало, восковая кукла, салонная кукла (авторская, уникальная, дорогая);
- б) витринные — манекены;
- в) сувенирные — знак страны производства, распространена в странах массового туризма, произошли от этнических кукол;
- г) коллекционные — уникальные куклы, выполненные для пополнения частной коллекции;
- д) музейные — сюда включаются любые виды кукол, независимо от целей их создания [Лотман 1992: 377–380].

Сувенирные куклы распространены во всем мире. Их охотно покупают туристы и современные коллекционеры. В личной коллекции А.Э. Жабревой насчитывается более 300 этнографических кукол со всего мира. Как пояснила автор коллекции, ее увлечение началось и *«развивалось стихийным образом: покупка сувенирных кукол во время зарубежных поездок, подарки подруг и знакомых, посещения блошиных рын-*

*ков и антикварных магазинов — таковы источники «комплектования» моего собрания. Главным критерием отбора кукол изначально было наличие национального костюма какой-либо страны (поскольку кукол в исторических костюмах я делала сама). Вторым ограничением, по понятным причинам, был размер куклы... не за стариной кукол я гонюсь, а за их «национальностью»: хочу собрать все варианты национальных костюмов народов мира» [Жабрева 2015: 246]. Этнографические куклы из коллекции А. Жабревой не предназначены для игры. «Ими можно любоваться, вспоминая города и страны, откуда они приехали, рассматривать и изучать самобытные национальные костюмы и пытаться с их помощью постичь особенности той или иной традиционной культуры, в наше время все больше предающейся забвению. Куклы в этой коллекции не просто любовно собраны. Они потребовали много забот: надо было установить время их рождения, а иногда и уточнить место их изготовления. Некоторых кукол пришлось почистить, отреставрировать и «вылечить» [цит. по: Альбедиль 2018].*

Прообразами современных сувенирных кукол в национальных костюмах считают в Европе этнические куклы Ж.Н. Штайнера, А. Монтанари, Л.К. Брю, которые для своего времени были не только красивыми, одетыми по моде или в национальные костюмы, но и новаторскими в техническом отношении: они могли открывать глаза, имели многочисленные усовершенствования в креплении и движении, могли выражать эмоции, пить и т. д. В России этнографические игрушки стали изготавливать в период правления Петра I, который пригласил из Голландии мастериц кукольных дел. Они научили русских монахинь собирать фарфоровые детали, открыли секреты папье-маше. Тело, ручки и ножки изготавливались вручную, а головки, представляющие наибольшую сложность в создании, выполнялись на частном фарфоровом заводе семьи Бенуа в Санкт-Петербурге. В конце XIX в. этнографические куклы изготавливались в Московском Румянцевском музее. На Международной выставке 1892 г. в Чикаго куклы в традиционных красных сарафанах и душегрейках произвели фурор и получили почетный диплом. К 1900 г. кукольные мастера в Сергиевом Посаде создали красивые куклы с фарфоровыми головками, одежда которых изображала одежду разных губерний России того времени. Всего было изготовлено более ста кукол. Эта традиция была прервана в первой половине XX века, но затем ее возобновили, и в Советском Союзе неоднократно создавались подобные серии. В 1970–1990-е гг. фабрика «Ленинградская игрушка» выпускала наборы сувенирных кукол в костюмах пятнадцати республик СССР.

В настоящее время этнографические куклы изготавливают чаще всего мастера или ремесленники. Кукол представляют на различных выставках, фестивалях, во время проведения мастер-классов по их изготовлению, продают в частные коллекции и выставляют в сувенирных

лавках. Кроме того, много лет фирма ДеАгостини выпускает партворки (журналы с приложениями) с фарфоровыми куклами в национальных костюмах в сериях «Куклы в народных костюмах» и «Куклы в костюмах народов мира». В журналах этих серий содержится ознакомительная информация об истории народа, его культуре и символике одежды. Вместе с тем, сувенирные игрушки представляют собой «пассивную категорию интерьерных кукол». Они призваны быть больше, чем просто украшением или напоминанием о стране приобретения. Сувенирная кукла как сувенир дает представление о стране, истории определенного народа, его культуре, традициях, мировоззрении. Поскольку сувенирные куклы приобретают чаще всего во время поездок, экскурсий, путешествий, то большое значение имеет небольшой размер сувенирной куклы и ее легкий вес.

Однако создать сувенирную куклу в этнографической одежде не так просто. Ведь важно передать все особенности народной одежды, учесть все мелкие детали в ней, имеющие свою символику. Для создания и украшения сувенирной куклы в национальной одежде необходима теоретическая подготовка и сбор сведений о костюме нужного региона, затем подбор необходимых материалов и выбор технологий. Мастер, создающий такую куклу, должен обладать портновскими, художественными, парикмахерскими навыками, уметь вышивать и разбираться в свойствах различных материалов.

Современные сувенирные куклы калмыцких мастеров разнообразны по видам и материалам, но имеют одно общее свойство: транслируют визуально антропологический тип, традиционную этническую одежду и ее разнообразие в зависимости от гендерной и возрастной стратификации общества, традиционные представления, выраженные в отдельных элементах и деталях костюма. Необходимо отметить, что у калмыков до сих пор сохраняется неоднозначное отношение к таким антропоморфным куклам. Истоки этого кроются в традиционных верованиях, мировоззрении и кочевом образе жизни в прошлом. Например, в широком распространении культа предков, сохранившегося до наших дней, и существовании онгонов, наличие которых до XIX в. подтверждается различными древними рудиментами в современной культурной традиции калмыков. По мнению исследователей, *«образ предка непосредственно связан с ритуальными изображениями или заместителями умерших, поэтому все, что выступало в этой роли, могло быть и было образом предка»* [Герасимова 1989: 147–148], в первую очередь, антропоморфные фигурки из различных материалов. Тут можно согласиться с мнением исследователей, что *«кукла, безусловно, является иконическим знаком человека»* [Мухина 1999: 20–21].

Эти представления отразились в изготовлении куклы-подвески «*Өлгү*», выполненной в виде женской головы с азиатским типом внеш-

ности и в национальном головном уборе, с телом в виде пяти цветных лент — красной, желтой, белой, зеленой, синей. Идея ее создания возникла в результате оформления сакральных цветных маркеров *өлгү* калмычки-невесты в межэтничном браке. Ее автор — мастерица Е.Л. Адыяева. В современной культуре калмыков *өлгү* — это набор определенных ритуальных предметов, используемых в свадебном и обрядовых комплексах для оформления вступления одного из членов сообщества под покровительство предков на сакральном уровне. В числе предметов обязательны лоскут белой ткани, белая рубашка и цветные ленты/нити, цвета которых коррелируют с основными константами окружающего мира [Шараева 2010: 158–186].

В данном случае мастер совместил в кукле-подвеске наличие охраняющих свойств, характерных для кукол-оберегов, в том числе других народов, и знания о создании в прошлом антропоморфных фигурок предков, но давно не практикуемых в калмыцкой религиозной и бытовой практике. Примечательно отметить, что сувенирная кукла-подвеска теперь продается как кукла, с помощью которой можно показать универсальное цветовое обозначение окружающего мира, но не как символ предка, не как кукла-оберег. На взаимосвязь таких представлений с изготовлением кукол и работой определенного мастера указывает также отказ от попыток создания собственно «онгонов» по типу тех, которые сохранились у других тюрко-монгольских народов, связанных с калмыками этногенетическим родством. Мастера, первоначально пожелавшие изготавливать куклы-онгоны, чтобы показать *«многогранность религиозных верований калмыков и их экзотичность»*, затем отказались от этой мысли, чтобы избежать «наказания» за то, что *«образ их предка будет храниться в чужой семье на чужой территории»* [ПМА: Б.Б. Гостаева].

Неоднозначное отношение калмыков к куклам также было вызвано и отсутствием практики их изготовления, что было обусловлено особенностями кочевой жизни и дефицитом тканей в быту у калмыков. Как отмечали исследователи *«у калмыков издревле были широко распространены разнообразные массовые игры — как средство развлечения и как спортивные состязания, призванные воспитывать в молодом поколении ловкость, смелость и выносливость... игры и игрушки помогали прививать молодежи с малых лет трудовые навыки... дети делали из глины фигурки лошадей, верблюдов, повозки, котлы для приготовления чая. Играя, дети подражали перегонке чигяна на араку, изготавливали шюрмяг, хурсун, «запрягали» овечьи астрагалы крупного размера в качестве волов в глиняные повозки, на них «возили сено, воду», имитировали перекочку с одного места на другое, а также пастьбу скота и т. д.»* [Эрдниев 1970: 259]. В калмыцком языке, согласно калмыцко-русскому словарю, выпущенного в 1977 г., термин

«*наадһа*» обозначал только игрушку [КРС 1977: 364]. В современном калмыцком языке этот термин обозначает также и куклу, что указывает на позднее появление куклы в детской игровой сфере. Практика изготовления непосредственно кукол из ткани и подручных средств относится к 1-й пол. XX в., что связано с изменениями в бытовой и религиозной жизни калмыков.

Однако в последние годы сувенирная кукла все увереннее завоевывает свое место в разнообразной палитре сувенирной продукции мастеров и ремесленников Калмыкии. Начальным этапом изготовления калмыцких сувенирных кукол можно считать проведение празднования 400-летия вхождения калмыков в состав России в 2009 г. В тот период остро встал вопрос о необходимости изготовления для гостей, туристов и паломников товаров местных мастеров и ремесленников, отражавших «этническую специфику», в том числе и сувенирных кукол. Ввиду их отсутствия стали завозить сувенирные куклы из Монголии, которые, как тогда считалось «*отражают единую азиатскую культуру*».

Первые свои сувенирные куклы калмыцкие мастера изготавливали из соленого теста, гипса, папье-маше, ткани, дерева. Лицо расписывалось вручную, поэтому основной задачей мастеров было придать ему монголоидные черты: узкие глаза, маленький нос, широкие скулы и яркий румянец. Сложнее дело обстояло с нарядом куклы, так как она должна была отражать традиционную одежду калмыков, знания о которой в тот период были общими и малоинформативными вследствие значительных изменений в материальной культуре к середине XX в. и смене образа жизни. Поэтому мастерам пришлось тщательно изучить фонды Национального музея Республики Калмыкия им. Н.Н. Пальмова, восстановить крой, форму, вышивку традиционных костюмов и головных уборов, найти компромисс в их цветовом решении. В настоящее время большинство сувенирных кукол мастера изготавливают в смешанной технике: голова, кисти рук, стопы ног — из бисквитного фарфора, тело — из ткани; либо голова — из фарфора, дерева, фетра, тело и остальные его части — из ткани. Несмотря на все старания мастеров, необходимы специальные программы для поддержания малого бизнеса в Калмыкии, в том числе занимающегося сувенирной сферой. Суммы грантов, которые выделяет республика, недостаточны. Необходимо также создание развитой инфраструктуры туризма в регионе, которая будет обеспечивать приток туристов и спрос сувенирной продукции.

С одной стороны, наметившееся увеличение туристического потока в Калмыкии и спрос на сувенирные куклы калмыцких мастеров, изготавливающих их с соблюдением особенностей антропологического типа, гендерного и возрастного деления в одежде, способствуют развитию их производства, но медленными темпами.

Шараева Т.И. Сувенирная кукла и ее место в системе этнокультурного туризма  
в Республике Калмыкия



Сувенирные куклы в магазине предпринимателя А.В. Очировой



Танцующая пара из холодного фарфора. Выставка–продажа на праздничном мероприятии «День города» в г. Элиста (фото Т.И. Шараевой, 2019 г.).

С другой стороны, сдерживающим фактором массового производства сувенирных кукол является длительность процесса их изготовления, трудоемкость и высокая стоимость (рыночная стоимость составляет в среднем от 800 до 2 тыс. рублей). Это, соответственно, приводит к низкому уровню продаж, некупаемость затраченных материалов, времени, коммунальных услуг. По объяснениям мастеров, этническим предпринимателям, работающим в сфере туризма и сувенирной продукции, проще закупать оптом деревянные заготовки кукол в соседних регионах, в Республике Бурятия и Монголии, лица которых уже имеют восточные

черты и нанесены во время конвейерного изготовления. После получения заготовок предприниматели заказывают их оформление в традиционный костюм желающим подработать: от студентов до профессиональных мастеров. Главным критерием отбора является знание специфики традиционной одежды, навыки в швейном, вышивальном и оформительском искусстве. Несмотря на небольшую оплату, такая форма подработки распространена, поскольку предоставляется достаточное время для ее выполнения. Эту работу можно делать дома, в удобное время, она не требует подбора дорогостоящих материалов и несложна в исполнении. Такие сувенирные куклы стоят недорого и пользуются спросом.

Несмотря на трудности, калмыцкие мастера-кукольники продолжают свои творческие изыскания в производстве сувенирных кукол. Большим спросом пользуются сувенирные куклы Е.С. Лукиной, А.Э. Самбаева, Е.Л. Адьяевой, Д.Ю. Давыдовской, А. Гард и др. Мастера постоянно ищут новые формы сувенирных кукол. Так, например, пара «Неразлучники» в виде двух небольших текстильных кукол в национальной одежде имеет белые хадаки, колокольчик или красную кисть.



Широкое распространение получили куклы-невелички из фетра и войлока, полностью тканевые куклы.



Куклы-невелички из войлока работы Е.Л. Адьяевой (фото Т.И. Шараевой, 2018 г.).



Куклы-невелички из ткани и войлока



Тканевые куклы

Многие мастера стали принимать участие в выставках-продажах, проходящих в г. Элиста во время туристического сезона. Первоначально мастера-кукольники принимали участие в различных выставках декоративно-прикладных изделий, но в последнее время стали больше отдавать готовые куклы на реализацию.



Сувенирные куклы (фото Т.И. Шараевой, 2019 г.).



Ю. Давыдовская (Город мастеров)  
на социальной ярмарке г. Элиста (фото Т.И. Шаровой, 2019 г.).

Некоторые калмыцкие мастера и вовсе вынуждены были сменить сферу деятельности. Например, Л.В. Мошулдаева, занимавшаяся изготовлением кукол, оставила это малоприбыльное занятие и теперь помогает другим мастерам и художникам, открыв частную галерею.



Л.В. Мошулдаева с выставкой-продажей сувениров из своей галереи.

Вместе с тем большой интерес стали вызывать мастер-классы, которые проводят мастера-кукольники. Аделина Гард одна из них. Ее куклы узнаваемы. Особенностью многих является шкатулка, которая находится под подолом одежды куклы. Лицо и руки своих кукол мастер изготавливает из бисквитного фарфора и расписывает вручную акрило-



выми красками. Задействовав социальные сети, она активно продвигает свой товар. Например, так:

*«3 лучших изделия в моей мастерской*

*1) Кукла-шкатулка. Высота куклы ~ 30 см, глубина шкатулки ~ 6,5\*7,5 см. Шикарная шкатулка и прекрасный элемент декора в вашем доме. Цена — 1 800 р.*

*2) Текстильная кукла. Размер ~ 35 см. Выполнена из качественных материалов. Отличная игрушка для маленькой принцессы. Цена — 650 р.*

*3) Верблюжонок из войлока. Размер сувенира ~9\*9 см. Изготовлен из натурального войлока, в мешочке полынь. Прекрасный сувенир, напоминающий о поездке в наш город Элиста. Цена — 350 р.» [Социальная сеть].*



Таким образом, изготовление сувенирной куклы в Республике Калмыкия имеет свои особенности, связанные с традиционными представлениями об антропоморфных куклах в прошлом. В целом, регион имеет неплохие перспективы в этнокультурной направленности туристической

деятельности, для развития въездного и внутреннего туризма. Сувенирная продукция может создавать в Калмыкии дополнительные рабочие места, но для этого нужны специальные программы для поддержания малого бизнеса и продвижения товаров.

### **Источники**

Государственная программа Республики Калмыкия «Развитие культуры и туризма Республики Калмыкия на 2013–2020 годы» (с изменениями на 26 декабря 2017 года) [Электронный ресурс: Режим доступа: URL: <http://docs.cntd.ru/document/460132757> (дата обращения: 20.06.2019)].

Закон «О государственной поддержке туристской деятельности в Республике Калмыкия» (с изменениями на 17.07.2015) [Электронный ресурс: Режим доступа: URL: <http://docs.cntd.ru/document/802052096> (дата обращения: 20.06.2019)].

[КРС] Калмыцко-русский словарь. М.: Русский язык, 1977. 765 с.

Полевые материалы автора (ПМА). Информант Б.Б. Тостаева, 195 г. рождения, запись 2018 г. (г. Элиста).

Социальная сеть. Страница Аделины Гард [Электронный ресурс: Режим доступа: URL: <http://m.vk.com/adelinagard> (дата обращения: 21.10.2019)].

### **Литература**

*Альбедиль М.* Кукольная этнография. О выставке «Наряды и народы: куклы в национальных костюмах из частного собрания А.Э. Жабревой. Санкт-Петербургский Государственный университет, Восточный отдел Научной библиотеки им. М. Горького. Санкт-Петербург 21 февраля –27 апреля 2018 г.» [Электронный ресурс: Режим доступа: URL: <http://www.intelros.ru/readroom/teoriya-mody/28-2013/20306-kukolnaya-etnografiya.html> (дата обращения: 18.06.2019 г.)]

*Бутузов А.Г.* Этнокультурный туризм: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2013. 248 с.

*Герасимова К.М.* Традиционные верования тибетцев в культовой системе ламаизма. Новосибирск: Наука, 1989. 320 с.

*Жабрева А.Э.* Этнографические куклы второй половины XX в.: приобретение, реставрация, атрибуция // CREDE EXPERTO: транспорт, общество, образование, язык. 2015. № 4. С. 245–261.

*Кизилева К.И., Лях О.А.* Особенности организации этнографического туризма // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом. Материалы III Международной научно-практической интернет-конференции (г. Чита, 21–23 декабря 2016 г.). Чита: Забайкальский государственный университет, 2016. С. 215–225.

*Лотман Ю.М.* Куклы в системе культуры // Избранные статьи. В 3 т. Т. I. Таллинн: Александра, 1992. С. 377–380.

*Морозов И.А.* Феномен куклы в традиционной и современной культуре (Кросскультурное исследование идеологии антропоморфизма). М.: Индрик, 2011. 352 с.

## Шараева Т.И. Сувенирная кукла и ее место в системе этнокультурного туризма в Республике Калмыкия

*Мухина В.С.* Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество. М.: Академия, 1999. 456 с.

*Политова М.А.* История кукол: традиции и современная жизнь // Современное дошкольное образование. Теория и практика. 2014. № 7 (49). С. 72–78.

*Полянских Е.А.* Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в регионе // Вестник Евразийской академии административных наук. 2013. № 1(22). С. 97–105.

*Рапопорт Н.В.* Народные художественные промыслы как фактор формирования туристического кластера // Научные записки молодых исследователей. 2015. № 2. С. 21–24.

*Шиповская Л.П., Шелаева М.И.* Кукла как неотъемлемая часть эстетической культуры, человеческих традиций и человеческого опыта // Сервис plus. 2012. № 4. С. 27–33.

*Шараева Т.И.* Современное бытование сакрального маркера өлгц у калмыков (по материалам полевых исследований 2008 — 2010 гг.) // Проблемы этнической истории и культуры тюрко-монгольских народов. Вып. 2. Элиста: КИГИ РАН, 2010. С. 158–186.

*Эрдниев У.Э.* Калмыки (конец XIX — начало XX в.). Историко-этнографические очерки. Элиста: Калмыцкое книжное издательство, 1970. 312 с.