Звягина Дарья Александровна

КУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ КАК КОМПОНЕНТ "МЯГКОЙ СИЛЫ"

Статья раскрывает содержание понятия "культурное влияние", которое определяется как элемент "мягкой силы". Анализируются роль и место культуры в политике и в обеспечении национальной безопасности. Выявляются семь факторов культурного влияния, посредством которых государства могут применять и увеличивать свою "мягкую силу". Каждый фактор изучается с теоретической и практической стороны. Рассматривается материал, взятый с интернет-порталов новостных СМИ, а также сайтов фондов и загранпредставительств РФ.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/11-2/22.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 11 (25): в 2-х ч. Ч. II. С. 94-98. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 32.001
Политология

Статья раскрывает содержание понятия «культурное влияние», которое определяется как элемент «мягкой силы». Анализируются роль и место культуры в политике и в обеспечении национальной безопасности. Выявляются семь факторов культурного влияния, посредством которых государства могут применять и увеличивать свою «мягкую силу». Каждый фактор изучается с теоретической и практической стороны. Рассматривается материал, взятый с интернет-порталов новостных СМИ, а также сайтов фондов и загранпредставительств РФ.

Ключевые слова и фразы: «мягкая сила»; взаимосвязь культуры и политики; факторы культурного влияния; структурный анализ; эффект присутствия; институции; национальная безопасность.

Дарья Александровна Звягина
Кафедра международной деятельности
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
daria89sunrise@gmail.com

КУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ КАК КОМПОНЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ»©

«Мягкая сила» – понятие, введенное американским политологом Дж. Наем, означающее «способность убедить других желать того же, чего хочешь ты» [21, p. 8]. «Мягкая сила» является «непрямым методом осуществления власти» [Ibidem]. Хотя это понятие уже плотно укоренилось в политологическом дискурсе, а феномен, за ним стоящий, имеет весьма долгую историю, до сих пор нет единого подхода ни к определению, ни к уяснению структуры «мягкой силы». Мы будем придерживаться мнения, что «мягкая сила» как инструмент мировой политики складывается из экономического, политического и культурного влияния. В данной статье мы более детально рассмотрим последний элемент.

Прежде чем приступить к описанию культурного влияния и его элементов, следует определить понятие культуры. Это весьма непростая задача, так как на протяжении веков данный термин имел разнообразные значения. Само слово пришло к нам из латыни (*cultura, ae)*. Издревле культура выступала, с одной стороны, демаркационной линией, отделяющей варвара от гражданина, а с другой – вместилищем знаков, являющихся ориентирами для человека в его деятельности.

Культура неразрывно связана с политикой. «Политика является частью культуры, поскольку в политической деятельности имеются определенные ценности и определенные образцы поведения» [1, с. 40]. Власть является одним из концептов политики, она присутствует во всех политических системах, но отношение к ней определяется культурой. Очевидна разница между азиатской и европейской моделью власти, ведь каждая исходит из своей культурной самобытности. «Взгляд на политическую власть через призму культуры позволяет лучше понять, какая власть, в какой степени, когда и для кого является ценностью. Без уяснения взаимоотношений между такими ценностями, как власть и собственность, власть и престиж, власть, религиозная святость и мораль, власть и литература и т.д., мы не сможем понять подлинного политического процесса» [Там же].

По свидетельствам дипломатов, работающих в загранучреждениях, в последнее время удельный вес культуры во внешней политике растет. В связи с этим появилось новое понятие «внешняя культурная политика». «Перед внешней культурной политикой России... стоят многоплановые задачи. Стержневая из них – содействие укреплению отношений взаимопонимания и доверия с зарубежными странами, развитию равноправного и взаимовыгодного партнерства с ними, обеспечению объективного и благоприятного восприятия нашей страны в мире» [17, с. 64].

Культура играет важную роль и в мировой политике, так как в условиях глобального мира понимание ее принципов и особенностей стало жизненно необходимым для организации диалога между странами. Зачастую различия в культуре и историческая память о давних и неразрешенных конфликтах не позволяют народам здраво взглянуть на проблемы, а порождают порочный круг взаимных обид. Знание культурных особенностей конфликтующих сторон дает ключ к примирению. «В конце концов, примирение в рамках укрепления мира сильно зависит от вопросов культуры и идентичности, изложения фактов и историй, возникших и распространяющихся в конфликтных зонах» [14, с. 5].

Нельзя забывать и о важности культуры в дипломатии. На протяжении веков союз дипломатии и культуры служил национальным интересам нашей страны. «Именно культурная дипломатия с присущим ей специфическим инструментарием форм и методов воздействия на общественное мнение в значительной мере помогала растапливать лед недоброжелательного, порой явно предвзятого отношения к нашей стране в советский период» [17, с. 63].

Итак, подходя к рассмотрению культурного влияния как такового, стоит отметить, что в нем можно выделить два пласта: теоретический и практический. Под первым мы будем понимать теоретическую основу

© Звягина Д. А., 2012

культурного явления, а под вторым – ее выражение в реальном объекте. Таким образом, мы выделим семь факторов культурного влияния, состоящих из теоретического ядра и эмпирических данных. К сожалению, формат данной статьи не позволяет нам детально рассмотреть предмет, поэтому мы осветим лишь основные моменты.

Первым фактором является *язык*. Будучи сложной развивающейся семиотической системой, он выступает специфическим и универсальным средством объективизации содержания как индивидуального сознания, так и культурной традиции. Помимо национальных языков (английского, русского языка) существуют и основанные на них язык поэзии, язык науки, язык СМИ и так далее. Всех их объединяет одно: каждый из них является системой знаков, отсылающих к тем или иным предметам, событиям, явлениям. Важно отметить, что лишь осведомленный слушатель может понять языковой знак, слово или выражение, так как знает, что означает этот знак. Проще говоря, слово *water* поймет человек, который знает английский, а термин *бензольное кольцо* – химик.

Язык, будучи основным средством коммуникации, позволяет передавать как объективную информацию, так и чью-то точку зрения. Используя те или иные речевые обороты, можно воздействовать на слушателя и сформировать его мнение по данному вопросу [6]. Здесь перейдем к практическому пласту и рассмотрим СМИ как механизм культурного влияния. В сущности, текст массовой информации создан на основе перевода коммуникативного намерения в коммуникативную деятельность. «СМИ создают определенную текстуально-идеологизированную “аудиоиконосферу”, в которой живет современный человек и которая служит четкой концептуализации действительности. Именно сфера массовой коммуникации способствует тому, что общество выступает как “генератор социального гипноза”, попадая под влияние которого мы становимся согласованно живущей ассоциацией, именно в СМИ наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка» [5, с. 18].

В качестве примера разберем феномен иновещания и тот эффект, который он производит. Общеизвестно, какое влияние на интеллигенцию СССР оказала радиослужба «Голос Америки» [8]. Даже сегодня, когда противостояние «холодной войны» осталось в прошлом, радиопередачи «Голоса Америки» эманируют недружелюбными настроениями.

Россия тоже располагает радиокомпанией, занимающейся иновещанием. «Голос России», государственная радиовещательная компания, ведет передачи на зарубежные страны с 29 октября 1929 года [9].

Перейдем ко второму фактору – *образу*. Мы рассмотрели, как СМИ воздействуют на человека через вербальный ряд, теперь проанализируем, как можно использовать визуальный. Как и язык, образ является предметом исследования семиотики, науки о знаках. Процитируем пример из статьи Р. Барта «Миф сегодня». «На обложке [журнала] изображен молодой африканец во французской военной форме; беря под козырек, он глядит вверх, вероятно, на развевающийся французский флаг. Таков смысл изображения. …оно означает, что Франция – это великая Империя, что все ее сыны, независимо от цвета кожи, верно служат под ее знаменами… здесь есть означающее… африканский солдат отдает честь, как это принято во французской армии; есть означаемое, в данном случае это намеренное смешение принадлежности ко французской нации с воинским долгом; наконец, есть репрезентация означаемого посредством означающего» [3, с. 79-80].

Этот пример как нельзя лучше показывает механизм, который использует телевидение и кинематограф, в особенности американский, для популяризации своих идеалов. Телевидение вообще является мощным средством воздействия на массовое сознание, ведь оно оперирует образами, а наука подтвердила старую поговорку: лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Частота повторяемости образа в информационном пространстве – залог его внедрения в умы и сердца людей. Красивые чистые улицы, безопасные дома, улыбающиеся люди в кадре – об этом можно говорить, но лучше это показать. Такие образы являются кирпичиками положительного образа государства. И, напротив, если нужно уверить людей в бесчеловечности режима в определенной стране, то демонстрируются ужасающие образы беспорядков и бедствий.

Что касается кинематографа, то не прошло и десятка лет с изобретения кинематографа братьями Люмьер, как обнаружился его суггестивный потенциал. Идея того, что кино может выступать механизмом воздействия на массовое сознание, встречалась еще у таких теоретиков киноискусства, как С. М. Эйзенштейн [18] и А. Базен [2]. Особо преуспела в использовании этого эффекта киноиндустрия США, распространившая свое влияние далеко за границы своей страны. «Голливудский кинематограф выступает основным инструментом неофициальной внешней культурной политики США, идеологическим орудием, неким символом современной Америки и средством формирования имиджа этого государства на мировой арене» [15, с. 71].

Затронув тему телевидения, сразу скажем о третьем факторе – *информации*. Согласно своему определению информация объективна, она свидетельствует о реально существующих фактах, событиях, людях. Однако в современном мире в СМИ мы все чаще сталкиваемся если не с искаженной информацией, то с весьма субъективным и ангажированным взглядом на нее. Сегодня глобальные новостные каналы (*CNN, Al Jazeera, CCTV, Press TV, France 24, Russia Today*) имеют большое влияние на формирование общественного мнения. Благодаря своей оперативности они способны первыми оказаться на месте событий и подать информацию в нужном для себя ключе. «Глобальное информационное пространство превратилось в поле соперничества между государствами, которые соревнуются друг с другом за утверждение собственных информационных смыслов или интерпретаций» [13, с. 15].

Четвертый фактор культурного влияния будем условно называть *эффект присутствия*. В психологии искусства под этим термином понимается «мера общего воздействия художественного произведения, которая слагается из качеств самого произведения» [4, с. 756]. Применительно к нашей теме под эффектом присутствия будем понимать активное присутствие агентов и носителей одной культуры в другой. Такими носителями

могут быть иностранная реклама, зарубежные телеканалы, рестораны национальных кухонь, иностранные просвещающие программы, даже компьютерные игры. Эффект присутствия агентов культуры США в культурном пространстве других стран может быть рассмотрен на примере ресторана «Макдональдс». Расположенный вблизи культурных маркеров других стран («Макдональдс» и Эйфелева Башня, «Макдональдс» и Кремль), он утверждает свое присутствие не только и не столько в экономике страны, но в ее культуре.

Не менее важным фактором является пятый – *наследие*. К нему относятся значимые природные и культурные ценности, как материальные, так и духовные. Материальные ценности – это предметы не только высокого искусства (живопись, архитектура, скульптура), но и повседневности (вино, одежда, предметы быта). К духовным ценностям стоит отнести произведения художественной мысли: литературу, кинематограф. Все эти феномены несут на себе отпечаток идей и проблем своего времени и своей культуры. Они отсылают к стране, в которой появились, делая ее более привлекательной.

Средством для привлечения внимания к своей стране является туризм. Наша страна изобилует природными, историческими, архитектурными памятниками, произведениями искусства, занимающими достойное место в мировой культуре. Именно через них, через напоминание об их значимости можно вернуть себе уважение других стран. Как известно, боятся того, чего не знают. Мы должны рассказывать о своей стране, показывать ее в выгодном свете. Необходимо налаживать презентацию российской культуры как в стране (туризм), так и за рубежом (культурный обмен). В последнем направлении уже достигнуты определенные результаты. «Художественные выставки на многомиллиардные страховые суммы экспонируются в лучших музеях мира, и их посещают миллионы посетителей. Завораживают уже сами их названия: “Великолепие коллекции Екатерины Великой”, “Золото Кремля”, “Русский авангард”… Эти и другие экспозиции дают зримое представление о классическом культурном наследии России» [17, с. 68]. Однако с туризмом в России дела обстоят не лучшим образом. Иностранцев пугают неразвитость инфраструктуры и уровень преступности.

К пятому фактору культурного влияния относится такой важный феномен, как история. Эта наука никогда не была и вряд ли будет объективной, ведь будучи нашим прошлым, она влияет на наше настоящее, а подход к ее рассмотрению – залог суждений о сегодняшнем дне. Победителей не судят – но кто победил? Исконное право на территорию – но кто населял ее сотни лет назад? Документ, определивший ход вещей, – но кто его подписал и подписал ли? Ответы на эти вопросы, возможно, определяют будущее целых стран, но они зависят от точки зрения, с которой мы посмотрим на прошедшие события.

Шестым фактором является *образование*. В узком смысле образование – это закладывание культурных основ и прививание норм поведения, принятых в обществе. Рефлексия и осмысление этого понятия имеет долгую историю. В Древней Греции, где образование означало взращивание политического деятеля, философ Сократ задавался вопросом о способах передачи добродетели, так как очевидно, что она не является наследственным признаком. Важно отметить разницу между понятиями *образование* и *воспитание*. Оба термина обозначают процесс передачи и усвоения культурных норм и правил поведения, но образование предполагает получение профессиональных навыков, а воспитание происходит в основном в семье и несет в себе традиции определенной социальной группы. Поскольку в этой статье мы рассматриваем лишь те механизмы, которые может использовать государство в наращивании своей «мягкой силы», оставим воспитание за скобками.

Образование играет крайне важную роль в формировании положительного имиджа страны. Помимо того, что государство формирует достойные кадры для себя, оно может принимать иностранных студентов. «В контексте укрепления мягкой власти государства предоставление услуг получения высшего образования выступает как инструмент, позволяющий сформировать не только долгосрочные связи на уровне сообществ, но и определенное мировоззрение у иностранных гостей» [12, с. 158]. Сегодня на этом поприще весьма преуспели США. Человек, окончивший колледж в этой стране, проведший там «лучшие годы студенческой жизни», вряд ли не будет лоялен к своей альма-матер. А если этот человек окажется в высших «эшелонах власти»? «В США существует налаженная система предоставления грантов для наиболее талантливых “будущих лидеров” по всему миру» [Там же].

Нельзя сказать, что американская система образования лучше, скорее наоборот – она не столь фундаментальна, как наша, российская. Лучше в ней – ее техническая сторона: доступ к каталогам в библиотеке, информационное оснащение учебного процесса. Однако это вопрос не методик обучения, но экономики, то есть финансирования вузов. «Государственные расходы на образование в США в 2005 г. составляли 5,3% ВВП, частные – 1,4%. Государственные и частные затраты на высшую школу в 2005 г. составили 2,7% ВВП. <...> Главный источник дохода государственных вузов – это государственное финансирование, с преобладанием средств из бюджетов штатов» [19, с. 186].

Последним, седьмым, фактором, рассмотренным в данном дискурсе, являются *институции*. Согласно *юридическому словарю* институции – термин, служащий для обозначения каких-либо органов и учреждений [20]. Применительно к «мягкой силе» под этим термином мы будем понимать формирование авторитетных групп для создания институциональных механизмов влияния, то есть фондов, форумов, неправительственных организаций. В современном мире все чаще государства действуют не напрямую, а через своих агентов влияния. Они формируют общественное мнение, часто весьма агрессивно, лоббируют интересы своих стран, хотя официально это не является их целью. «Разноликие фонды ищут таланты, стимулируют исследования ученых, “утечку умов”, сеют “разумное, доброе, вечное”, в своем понимании. С их помощью в российских школах появились альтернативные учебники и пособия. В одном из учебников в разделе о Второй мировой войне вскользь упоминается Сталинградская битва, основное внимание – операции в Северной Африке» [16, с. 111].

Однако в последнее время Россия активно начала применять этот механизм «мягкой силы». Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации» [7] направлен именно на укрепление наших позиций в этой сфере. Так, например, существует Фонд поддержки публичной дипломатии им. А. М. Горчакова, который был создан распоряжением Президента России Д. А. Медведева 2 февраля 2010 года «в целях поддержки публичной дипломатии, содействия участию российских неправительственных организаций в международном сотрудничестве, а также для активного и действенного вовлечения институтов гражданского общества во внешнеполитический процесс» [11].

Сюда же относится деятельность Федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество), созданного в сентябре 2008 года в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 6 сентября 2008 года № 1315. Целью Россотрудничества является «утверждение за рубежом объективного представления о современной России, ее материальном и духовном потенциале, о содержании внутри- и внешнеполитического курса страны. В этих целях Агентство тесно сотрудничает в научной, культурной, информационной и гуманитарной областях с российскими некоммерческими неправительственными и религиозными организациями, с государственными и неправительственными структурами государств-участников СНГ, других иностранных государств, с международными и региональными организациями» [10]. Россотрудничество реализует федеральные целевые программы, проводит музыкальные фестивали, кинопросмотры, художественные и фотовыставки, организует выступления российских творческих коллективов и известных деятелей искусства.

Подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что сегодня сфера культуры стала настоящим полем битвы государств, желающих установить свою гегемонию в мире, и государств, пытающихся сохранить суверенитет. Используя «мягкую силу» и, в частности, ее культурное влияние, страна-гегемон стремится к смене культурных кодов других стран и замене их на свой код. «Зарубежный культурный импорт в России приобрел формы бесконтрольной интервенции», создающей «реальную угрозу размывания традиционных ценностей национальной российской культуры» [17, с. 71].

Однако вышеописанные факторы культурного влияния не являются прерогативой лишь одной страны, они доступны всем. Грамотно укрепив практическую сторону эти факторов, Россия сможет не только противостоять культурной интервенции, но и восстановить свои позиции в мире. Так, культурное влияние является своеобразным форпостом национальной безопасности России, призванным отстаивать нашу независимость в мире идей, образов и смыслов.

Исходя из определенных выше факторов культурного влияния, возможно внести ряд практических рекомендаций. Во-первых, следует увеличить присутствие СМИ России в международном информационном пространстве, наше мнение должно быть услышано. Во-вторых, необходимо поддерживать деятельность Россотрудничества и подобных ему агентств по созданию благоприятного образа нашей страны. В-третьих, нужно рассказывать об истории и культуре России, развивать туризм. В-четвертых, сделать отечественное образование еще более доступным для иностранных студентов.

Применяя и усиливая факторы культурного влияния, мы не только укрепим свою «мягкую силу», что позволит России не оказаться в изоляции и обеспечить национальную безопасность, но и дадим импульс к развитию собственной культуры.

Список литературы

1. **Абрамова В. А.** Культура и политика // Общество: политика, экономика, право. 2011. № 2. С. 39-43.
2. **Базен А.** Что такое кино? М., 1972. 384 с.
3. **Барт Р.** Избранные работы: семиотика; поэтика / пер. с фр.; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
4. **Власов В. Г.** Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: в 10-ти т. СПб.: Азбука-классика, 2009. Т. 10. 927 с.
5. **Володина М. Н.** Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М., 2008. С. 6-25.
6. **Моль А.** Социодинамика культуры / пер. с фр.; предисл. Б. В. Бирюкова. Изд-е 3-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 416 с.
7. **О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации**: Указ Президента РФ № 605 от 7 мая 2012 г. // Российская газета. Федеральный выпуск. 2012. 9 мая.
8. **Официальный сайт радиокомпании «Голос Америки»** [Электронный ресурс]. URL: http://www.golos-ameriki.ru/ (дата обращения: 16.08.2012).
9. **Официальный сайт радиокомпании «Голос России»** [Электронный ресурс]. URL: http://rus.ruvr.ru/ (дата обращения: 16.08.2012).
10. **Официальный сайт Россотрудничества** [Электронный ресурс]. URL: http://rs.gov.ru/node/28132 (дата обращения: 16.08.2012).
11. **Официальный сайт Фонда поддержки публичной дипломатии имени А. М. Горчакова** [Электронный ресурс]. URL: http://gorchakovfund.ru (дата обращения: 16.08.2012).
12. **Панова Е. П.** Высшее образование как потенциал «мягкой власти» государства // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 2 (15). С. 157-161.
13. **Панова Е. П.** «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике: автореф. дисс. … канд. полит. наук. М., 2012. 23 с.
14. **Сампайю Ж.** «Мягкая сила» – веление современности // Международная жизнь. 2010. № 9. С. 3-10.

15. **Филимонов Г. Ю.** Неофициальная внешняя культурная политика как компонент «мягкой силы» США // США-Канада: экономика, политика, культура. 2007. № 4. С. 69-82.
16. **Хачатуров К. А.** Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология: сб. / под ред. Ю. Б. Кашлева. М.: Известия, 2002. С. 89-119.
17. **Шмагин Е. А.** Культура и дипломатия // Международная жизнь. 2002. № 3. С. 61-73.
18. **Эйзенштейн С. М.** Избранные произведения: в 6-ти т. М.: Искусство, 1964-1971. Т. 3. Теоретические исследования 1945-1948 гг. 672 с.
19. **Юрга В. А.** Структура и механизмы финансирования системы высшего профессионального образования как условие инновационного развития высшей школы: российский и зарубежный опыт // Высшая школа и инновации. 2011. № 3. С. 183-188.
20. **Юридический словарь.** М., 2000. 640 с.
21. **Joseph Nye, Jr.** The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone. Oxford University Press, 2002. 222 p.

CULTURAL INFLUENCE AS COMPONENT OF "SOFT POWER"

Dar'ya Aleksandrovna Zvyagina
Department of International Activity
Russian Academy of National Economy and State Service under the President of the Russian Federation
daria89sunrise@gmail.com

The author reveals the content of the notion "cultural influence", which is defined as an element of "soft power", analyzes the role and place of culture in politics and national security enforcement, reveals seven factors of cultural influence, by which states can apply and increase their "soft power", studies each factor from theoretical and practical side, and considers the material taken from news media internet portals, as well as the sites of funds and foreign missions of the Russian Federation.

Key words and phrases: "soft power"; interconnection of culture and politics; factors of cultural influence; structural analysis; presence effect; institutions; national security.

УДК 94(470.41)"20"
Исторические науки и археология

Статья посвящена изучению подготовительных мероприятий, проводившихся «Обществом изучения Татарстана» весной – в начале лета 1929 г. для организации комплексной (в составе десяти отрядов) экспедиции в Мензелинский и Челнинский кантоны Татарской АССР. Автором проанализированы деятельность комитета по организации комплексной экспедиции, планы работ и сметы отраслевых отрядов экспедиции, состав участников, итоги подготовки комплексной экспедиции.

Ключевые слова и фразы: краеведческая работа; «Общество изучения Татарстана»; Мензелинский и Челнинский кантоны ТАССР; комплексная экспедиция; отряды комплексной экспедиции; планы работ; сметы.

Кирилл Дмитриевич Зулкарнеев
Кафедра отечественной истории
Казанский (Приволжский) федеральный университет
kirillzulkarneev@yandex.ru

ПОДГОТОВКА КОМПЛЕКСНОЙ ЭКСПЕДИЦИИ «ОБЩЕСТВА ИЗУЧЕНИЯ ТАТАРСТАНА» В МЕНЗЕЛИНСКИЙ И ЧЕЛНИНСКИЙ КАНТОНЫ В 1929 Г.©

История «Общества изучения Татарстана» («ОИТ») (1928-1930 гг.) рассматривалась в ряде научных работ [1; 2; 3; 4, с. 45-51; 5, с. 101-108]. Среди изученных вопросов – образование «ОИТ», работа его секций (прежде всего – секции культуры и быта), издательская деятельность «Общества» (об организации «Общества изучения Татарстана», задачах, стоявших перед ним, его руководителях см. [6]). Экспедиционная же работа «ОИТ» до настоящего времени предметом изысканий ученых была в значительно меньшей степени. В то же время экспедиционное исследование Татарии являлось приоритетной сферой деятельности «Общества», поскольку Совет народных комиссаров ТАССР в постановлении от 10 июля 1928 г. основной задачей «ОИТ» определил «всестороннее изучение Татарстана, т.е. его природы, населения, быта, истории, культуры и производительных сил» [7, ед. хр. 21, л. 2]. Однако, поскольку в небольшой статье осветить весь комплекс проблем, связанных с экспедиционной деятельностью «Общества изучения Татарстана», невозможно, предметом настоящего исследования являются подготовительные мероприятия «ОИТ» по организации комплексной экспедиции в Мензелинский и Челнинский кантоны ТАССР, а его целью – изучение указанных мероприятий. Исходя из этого, задачами определяются: 1) освещение деятельности комитета

© Зулкарнеев К. Д., 2012