

УДК 39(470.47)

DOI: 10.17223/2312461X/30/15

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ: СИМВОЛИКА ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ СИСТЕМЫ АВТОМОБИЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КАЛМЫКИИ)

Эльза Петровна Бакаева

Аннотация. В начале 2010-х гг. в Калмыкии появился новый тренд – индивидуальное оформление рамок для автомобильных номеров с указанием этнической и субэтнической идентификации. В статье, посвященной автомобильным маркерам этнической идентичности, осуществляется попытка анализа форм и способов проявления этнической символики в контексте, с одной стороны, системы автомобильности и, с другой стороны, специфики этнической ситуации в Калмыкии. Автор привлекает к исследованию материалы по маркерам «калмыцких» автомобилей в Республике Калмыкия и калмыцкой диаспоре в США, которые сопоставляются с примерами символов, используемых на автомобилях коренного населения Канады. В статье показано, как динамика этнической идентичности и иерархичность последней отражаются в символике «калмыцких» автомобильных номеров. Рассмотренные материалы позволяют поставить вопрос о причинах распространения этнической и субэтнической символики в одних обществах и неиспользования ее в других. Распространение практики «этнических» надписей в Калмыкии, с одной стороны, свидетельствует об этнических консолидационных процессах, объединяющих калмыцкое общество, с другой стороны, об актуализации после 1990-х гг. локальной субэтнической идентичности, о которой на протяжении периода со второй трети по 90-е гг. XX в. не принято было говорить в калмыцком обществе. Примеры использования этнической символики на автомобилях калмыков (как в Калмыкии, так и в условиях эмиграции в США), как и у индейцев Канады, показывают, что актуализация этнической идентификации порождает разнообразные проявления демонстрации этнической идентичности, что отражается в автомобильной культуре как основной культуре мобильности в городских условиях.

Ключевые слова: этническая идентичность, пространство, визуализация идентичности, автомобильные маркеры, калмыки

Введение

В начале 2010-х гг. в Калмыкии появился новый тренд – индивидуальное оформление рамок для автомобильных номеров с указанием этнической и субэтнической идентификации, что нашло отражение в интернет-публикациях «Вот это номер. В Калмыкии на автомобили наносят знаки этнической принадлежности» (публикация 27.03.2013) (Вот это номер 2013) и «Госномера автомобилей калмыков содержат этническую

ские приметы» (публикация 27.02.2013) (Госномера автомобилей 2013а, 2013б, 2013в). «В Калмыкии появилась мода помечать свои авто знаками родовой принадлежности водителя к одной из четырех этнических групп, обитающих там, – дёрвюды, хошеуты, бузавы, торгуды. Флажки, рисунки и надписи на номерах демонстрируют гордость водителя за свою принадлежность к тому или иному субэтносу, а местные гаишники к мелким надписям на рамках госномера автомобиля относятся снисходительно», – писали авторы сообщения (Госномера автомобилей 2013в). Судя по комментариям к этим заметкам, подобная форма самоидентификации не являлась широко характерной для российских регионов, хотя практика индивидуального оформления номерных рамок на автомобилях имела место в то время и продолжает бытовать поныне.

Современные предложения о производстве индивидуальных рамок для автомобильных номеров, в основном, включают следующие тематические группы надписей (последовательность приводится по указанному ниже источнику): производители запчастей, армия, ведомства, вузы и институты, клубы и форумы, марки автомобилей, прикольные, спорт, страны и города (Рамки под номера). Общий посыл производителей таких рамок можно выразить опубликованным на сайте онлайн-сервиса печати полиграфии и сувениров [«Printsegodnya.ru»](http://Printsegodnya.ru) девизом «Будьте уникальным» (Print сегодня). Рекламодатель сообщает, что онлайн-сервис постоянно работает над расширением списка продуктов, среди которых «есть много уникальных разработок, которые можно заказать только у нас, например автомобильные рамки для номеров с печатью любых изображений». Практическое применение сервиса сводится к трем основным положениям: реклама своего бизнеса (нанесение на рамку предложений и контактов для связи); развитие собственного бренда (для увеличения узнаваемости организации); реклама уникальности («Покажите всем, что вы борец, или свои любимые бренды. Запомните: детали характеризуют вашу личность») (Print сегодня). Однако в интернет-пространстве, как правило, отсутствуют упоминания о таком способе индивидуализации автомобилей, как нанесение на номерные рамки сведений об этнической и субэтнической идентификации хозяина авто.

В данной статье на материалах, представляющих калмыцкую традицию, в сопоставлении с материалами по другим регионам осуществляется попытка анализа форм и способов проявления этнической символики в контексте, с одной стороны, системы автомобильности и, с другой стороны, специфики этнической ситуации в Калмыкии.

Основная часть

Особенность этнической ситуации в современной Калмыкии состоит в фиксации среди ее калмыцкого населения разноуровневых идентич-

ностей и одновременно попыток конструирования новых идентичностей, что обусловлено и современными социальными процессами, и этнической историей калмыков, общность которых образовалась на основе представителей разных ойратских (западномонгольских) этнополитических объединений (торгутов, дербетов¹, хошутов и других более мелких групп). Появление общекалмыцкой идентичности исследователи датируют разными периодами, обычно связывая с консолидацией этноса в период существования Калмыцкого ханства (середина XVII в. – 1771 г.). Но и накануне ликвидации ханства работавший с калмыками В.М. Бакунин отмечал, что хошуты и дербеты еще не называли себя калмыками, именуя себя ойратами, а торгуты, составлявшие подавляющее большинство, использовали термин «калмыки», хотя и подчеркивали, что он заимствован из другого языка (Бакунин 1995: 22). И в начале XX в. в структуре идентичностей важное место занимала локальная субэтническая идентичность, что отражено в источниках, в том числе документации по религиозным объединениям калмыков-буддистов (Бакаева 2018). В советское время в русле официальной политики, направленной на консолидацию общества, проводилась борьба с так называемым улусизмом (термин появился в 1920–1930-е гг.), понимавшимся как местничество, приверженность локальной идентичности и неоправданное покровительство своим землякам (Гоголданова 1994). В период депортации калмыцкого народа в восточные районы страны (1943–1957 гг.) сам термин «калмык» имел отрицательную коннотацию, быть калмыком означало быть «навечно переселенным», и в этих условиях над локальной идентичностью преобладала общеэтническая, объединявшая представителей народа в сложных условиях. В период после восстановления автономии Калмыкии (с 1957 г.) в республике реализовывалась советская модель национальной политики, в соответствии с которой особенно порицались проявления так называвшегося улусизма.

В современном калмыцком обществе наряду с общекалмыцкой фиксируется иерархическая локальная идентичность (причем в разных этнических группах в различной степени); сохраняются представления о том, что территория этнической группы связана с пространством, которое разделяется от территорий других этнических групп воображаемой границей: территория каждой этнической группы в прошлом имела свой сакральный центр, маркировавшийся чаще всего буддийским культовым объектом. Границы в культуре кочевников обычно связывались с реальными объектами (река, урочище), вместе с тем воображаемые границы этнических территорий были связаны в традиционной культуре с представлениями о духах-хозяевах территорий, которым регулярно приносились подношения и соответственно проводились обряды. Как отмечала в начале 1990-х гг. З. Э.-Г. Гоголданова, «анализ

современного расселения калмыков на территории республики позволяет с известной долей условности выделить этнотERRиториальные зоны дербетов, торгутов, а также смешанного проживания дербетов (больших дербетов) и бузавов. Торгуты, как и прежде, проживают компактно на востоке и юго-востоке республики, дербеты – на севере и отчасти в центре. Бузавы несколько преобладают среди калмыцкого населения на западе. Современные хощуты, численность которых мала... локализованы в республике в одном из населенных пунктов... Территория их исторического расселения с оставшейся там частью калмыцких жителей оказалась за пределами республики и входит ныне в состав Астраханской области» (Гоголданова 1994). Среди калмыков после 1990-х гг. вновь стала актуализироваться локальная (внутриэтническая) идентичность, что отражено и в материалах переписей 2002 и 2010 гг., в которых в группу «калмыки» были включены лица, указавшие свою идентификацию как «болдыры, бузавы, дербеты, казаки с языком калмыцким, ойраты, олеты, торгоуты, торгуты, хальмг, хойты, элетьи» (Национальный состав населения 2010).

В этой связи обратим внимание на вывод Т. Эденсора, который в противовес мнению об утрате значения этнической идентичности в условиях детрадиционализации общества и широкого распространения средств массовой информации утверждает, что национальная идентичность «перераспределяется в более широком пространственном масштабе» (Edensor 2004: 101–120). В специальной работе, посвященной исследованию сохранения национальной идентичности в новых культурных формах, ученый исходит из задачи изучения способов, с помощью которых национальные идентичности формируются на основе массовой культуры и проявляются в повседневной жизни, и демонстрирует на примере автомобильных культур, как расширяется растущая сеть ассоциаций (названная им «матрицей») национальной идентичности, создавая новые способы связей для поддержания национального чувства принадлежности.

Одним из новых проявлений символов этнической идентичности в современном обществе стала автомобильная символика. Автомобиль как средство передвижения одновременно выполняет целый ряд функций, среди которых одно из важных мест занимает идентификация автовладельца или человека, передвигающегося в автомашине.

Специфика автомобиля как транспортного средства определена его многофункциональностью: транспорт разделяется на общественный и частный (на публичный и частный), на выполняющий функции орудия производства и функцию собственно транспортного средства (в том числе для частных лиц), на грузовой и легковой и т.д. Транспортные средства в границах отдельного государства объединяет их принадлежность к одной системе, что маркируется наличием единой системы государ-

ственных номерных знаков – различных в разных странах, в Российской Федерации имеющих стандарты, включающие обязательную маркировку общенациональной (общегосударственной, через включение в номерной знак изображения государственного флага России) и региональной (через цифровой код региона) принадлежности. Вместе с тем, несмотря на наличие общих стандартов, в обществе проявляются особенности восприятия и маркировки транспортных средств, которые, будучи связанными с человеком, обретают символику этой связи, что выражается как в маркировке автомобилей, так и в восприятии их как символов определенных социальных, этнических и иных групп.

Исследованию комплекса вопросов, связанных с анализом автомобильной символики, посвящен ряд работ отечественных и зарубежных ученых. Значимыми для нашей задачи анализа форм и способов проявления этнической символики в контексте специфики этнической ситуации в Калмыкии и в то же время системы автомобильности являются работы, в которых поставлены проблемы символической связи водителя и автомобиля в разных культурах. Так, практика отражения этнической идентичности в оформлении автомобилей известна по научным публикациям, посвященным анализу места автомобилей в обществе, их культурной ценности и знаковой символике в культурном контексте, а также в целом автомобильности, понимаемой как «самоорганизующаяся, аутопоэтическая нелинейная система» (Урри 2012; Харламов 2012; Alam 2018; Dowling 2000; Sheller, Utty 2000; Edensor 2004; Исаханян 2016; Кузнецов 2017; Щепанская 2017; Щепанская 2018; Кононенко 2011; Щепанская 2016; Мищенко 2015; Ростова 2015; Медведев 2019 и др.).

В современной культуре мобильности значимыми являются понятия «пути» и «дороги», которые объединяют и одновременно разъединяют пространство, а также транспортного средства, с помощью которого преодолевается пространство. Анализируя автомобильную культуру с позиций социологии мобильности, Ю.П. Чемова выделяет на основе проведенного анализа ряд функций автомобиля (рекреационная, экономическая, социальная, оборонно-военная, функции экономии времени и организации городского пространства и др.), среди которых – функции стирания пространственных границ и идентификационная (Чемова 2018: 349–351). Отметим, что две последние из указанных Ю.П. Чемовой функции могут реализовываться одновременно, и тогда идентификационная функция приобретает особую значимость. Однако идентификационная функция рассматривается этим автором прежде всего в аспекте статуса автомобиля и его стоимости, зачастую определяющими появление у водителя неформальных преимуществ на дорогах. Такое понимание автомобиля как одного из идентификаторов статуса его водителя / владельца прослеживается и в работе Ю. Алама, который, анализируя культурную ценность и значение автомобилей в

мультикультурном контексте и влияние автомобиля как собственности на процессы, которые формируют отношения, связанные с расовой идентичностью, приводят факты того, что комбинация этнической принадлежности и марки (бренда) автомобилей вызывали порой у жителей города подозрения (Alam 2018: 9). Действительно, ценность автомобиля является признаком, позволяющим оценивать статус его владельца, но Ю. Алам рассматривает конкретный пример г. Брэдфорда, где автомобиль представлял гибким признаком идентичности и различий, что создавало возможность формирования стереотипов в отношении этнических различий. Является ли статус автомобиля показательным при его маркировке этнической идентификации его владельца – вопрос, который на материалах, привлеченных Ю. Алама, получил положительный ответ, в иных условиях может не иметь подобного значения. В нашей статье не рассматриваются марки автомобилей: идентификационные надписи встречаются на калмыцких автомобилях независимо от их статусности и стоимости.

По мнению Дж. Урри, автомобили могут обрести «антропоморфный» облик, обретая имя, кличку и т.д., они «обеспечивают своим владельцам статус через различные знаковые ценности, включающие „скорость“, „дом“, „безопасность“, „сексуальность“, „карьерные достижения“, „свободу“, „семью“, „маскулинность“ и даже „наследственные хорошие манеры“», и в целом «существует ряд „автомобильных эмоций“, вызываемых владением или обладанием машиной» (Урри 2012: 239). Маркировка автомобиля происходит, прежде всего, через размещение выполняющих коммуникативную функцию надписей или символики, среди которых Т.Б. Щепанская выделяет несколько групп (имена; ролевые наименования через указания на социальные образы или роли; названия, указывающие на технические средства; указывающие марку машины; образные наименования) и в целом различает два типа идентичности: 1) дорожную идентичность, которая возникает в движении (на дороге) или на базе сообществ, определенных движением (этот тип идентичности в материалах автора представлен эмблемами объединенных движением сообществ, надписями, свидетельствующими о самоидентификации со своим автомобилем, а также ценностями дорожных сообществ и комментариями по поводу состояния дорог); 2) домашнюю идентичность, которая включает локальные идентичности, профессиональные, семейные, культурные, воинские, а также национальную идентичность, как проявления которой упоминаются наклейки с российским гербом, изображения герба (Щепанская 2016: 64). Исследователь отмечает, что метки на внешней поверхности машины или вещественные дополнения специально предназначены «для трансляции коммуникативных посланий и раскодирования коммуникативных характеристик автомобиля как „актора“ в дорожном потоке

<...> Автомобиль в потоке всегда воспринимается как семиотически значимый объект, но надписи и наклейки позволяют прочитать значения, которые этому объекту целенаправленно приписываются» (Щепанская 2016: 59–60). Как отражение национальной идентичности рассматривает Т.Б. Щепанская демонстрацию государственных флагов, наличие различных предметов цветов флага России и изображения герба государства (Щепанская 2016: 57). Выводы Т.Б. Щепанской способствуют постановке и следующего вопроса: каким образом «домашняя» (локальная) идентичность проявляется в ситуации, когда соответственно маркированный автомобиль, преодолевая пространство, движется по территории, маркируемой иной идентичностью? Чем представляется подобная ситуация – демонстрацией инаковости и освоения пространства как претензии на территорию, на которой они находятся, или лишь обозначением идентичности?

Специфическая текстовая информация на автомобилях обычно включает надписи не только на номерных рамках, но и на самом корпусе автомашины, особенно связанной с профессией водителя. Анализируя, как и Т.Б. Щепанская, профессиональную сферу автомобильности (Щепанская 2010, 2016, 2017), Д. Мищенко на материале надписей на такси приходит к выводу о том, что они «образуют корпус прецедентных текстов – семиотически значимых высказываний, знакомство с которыми является одним из знаков принадлежности к группе, а само функционирование оказывается возможным благодаря единству смыслового поля культуры у всех членов группы» (Мищенко 2015: 159), и выделяет группы надписей: 1) **религиозные** (несущие в основном охранительную символику и этимологически первичные); 2) **личные имена** (довольно редко); 3) **самопрезентация** водителя через краткие характеристики, создающие его образ; 4) **имена известных персонажей** (Мищенко 2015: 160–165). На выбор надписи на машине влияет ряд характеристик, среди которых этническая идентификация, возраст, пол, социальный статус, уровень образования водителя. Однако в примерах, приводимых исследователем, речь идет об этнической идентификации. Нам необходимо рассмотреть вопрос внутриэтнической идентификации и его отражения в автомобильных маркировках.

В г. Сургуте Ханты-Мансийского автономного округа – Югры В.В. Медведев описывает примеры, более близкие упомянутым в начале статьи калмыцким материалам, анализирует «визуализацию самосознания водителя на корпусе автомобиля и наличие в салоне маркирующих предметов», которые демонстрируют идентичность автовладельца (Медведев 2019: 67), и освещает конкретные примеры, отражающие религиозную, этническую и территориальную идентичности, относящиеся к выделенному Т.Б. Щепанской «домашнему» типу идентичностей. В г. Сургуте как этнически и конфессионально разнообразном

городе, в котором проживают немало трудовых мигрантов, прослеживается демонстрация: 1) **религиозной** принадлежности автовладельцев, что является приемом самоидентификации, 2) **происхождения** через указание региона места рождения или предыдущего проживания, что отражает потребность в **отождествлении** себя с определенным регионом и **этнической группой**, самоопределение автовладельца как части этнического сообщества, 3) **этнической символики** (Медведев 2019: 69–73). Исследователь вслед за Т.Б. Щепанской пишет о том, что «государственные флаги, предметы цветов флага России и изображения ее герба отражают национальную самоидентификацию автовладельцев» (Медведев 2016: 73), так же, как и надписи «Российская Федерация», «Россия», «Russia», «Армения», «Kazakhstan». Приводится и пример «двойственной» национальной идентификации через изображение на автомобиле двух флагов – России и Армении (Медведев 2019: 72). Вместе с тем приводятся примеры проявления локальных территориальных идентичностей – через надписи на ветровых стеклах, обозначающих не только места нынешнего проживания (Сургут, Челябинск, Тюмень), но и места прежнего жительства или места рождения: «Карагас» (дагестанское поселение с преобладающим ногайским населением), «Орта-Тюбе» (ногайское село в Дагестане), «Чубутла» (аварское поселение в Дагестане), «Каракчикум» (населенный пункт в Согдийской области Таджикистана). Демонстрация гербов Республики Дагестан, Республики Татарстан подчеркивает не только локальную, но и этническую идентичность; она часто сочетается с надписями, отражающими эти идентичности. Встречаются также надписи-этнонимы (*nogay*, *gagauz*), сочетающиеся с этническими символами, в том числе, например, тамгой одного из ногайских родов (Медведев 2016: 70). В поликультурном и полигностическом Сургуте, таким образом, автомобильные маркеры отражают локальную (территориальную), этническую и общенациональную (государственную) самоидентификацию водителя / автовладельца, проецируемую на знаковую символику на автомобиле. В.В. Медведев отмечает, что материалы, зафиксированные им в Сургуте, представляют «новые, ранее не известные и не востребованные материальные формы проявления идентичности. Несмотря на размещение знаково-символических маркеров на автомобиле, на него они не проецируются, а служат маркерами водителя, отражая его сознание» (Медведев 2019: 69).

Описанный исследователем на собранных в 2016–2019 гг. материалах г. Сургута тренд был зафиксирован в Калмыкии ранее (Вот это номер 2013; Госномера автомобилей 2013а, 2013б, 2013в). Как и в других регионах, в республике наблюдается наличие автомобильных маркеров, отражающих общенациональную (государственную) идентичность (через изображение флага России и надписи «Россия» и «Russia»; нам

встречалась и надпись «СССР»), а также локальную и этническую идентичность. Региональную идентичность автовладельцы обозначают чаще всего через надписи на ветровом стекле. Наиболее ярко это проявляется на большегрузных машинах и пассажирских автобусах, совершающих рейсы в крупные города: в последние десятилетия большая часть пассажиров не только в соседние регионы, но и в Москву и Санкт-Петербург добиралась на автобусах, так как транспортная система республики в этот период являлась одной из проблемных зон². На ветровых стеклах ежедневно курсирующих пассажирских междугородных автобусов красуются огромные надписи «Элиста» (рис. 1) – такие же наклейки характерны и для рейсовых междугородных автобусов и других городов.



Рис. 1. Автобус фирмы «Нежин-экспресс» с надписью «Элиста» на ветровом стекле, изображением флага Калмыкии и на двери логотипа республиканского футбольного клуба «Уралан»³ и использованием синего и желтого цвета в маршрутной табличке.

Фото из сети Интернет

Маркировка надписями, связанными с территориальной принадлежностью и этнической идентичностью, характерна для сферы профессиональных перевозок – и как опознавательный знак транспортного средства с обозначением его маршрута, и как знак этнической принадлежности. Вместе с тем в производственной сфере, где работают трудовые мигранты, встречается и маркировка транспортных средств в целях указания на происхождение водителя для возможного знакомства с земляками. Так, в интернет-пространстве нам встретилось изображение большегрузного автомобиля с надписью на кузове «менд» ('здравствуй', букв. 'здоров') и цифрового сочетания 08 (хотя автомобиль имеет номерной знак московского региона, т.е. работник (водитель) тру-

дится в Москве и области) (рис. 2). Традиционное приветствие «менд» на калмыцком языке использовано как этническая символика на большегрузном автомобиле, для адекватного перевода неясного для окружающих приветствия «котсылка» дана через государственный знак региона 08: таким образом, мы видим свидетельство того, что этническая маркировка используется в целях указания на идентичность водителя и возможных знакомств с представителями его народа.



Рис. 2. Большегрузный автомобиль с надписью – традиционным калмыцким приветствием «менд» и дополнительно выведенными цифрами 08 (указание на регион – Республики Калмыкия) на кузове. Фото из сети Интернет

В г. Элисте городские автобусы не имеют подобных маркеров, в то время как многие частные маршрутные такси, а также легковые автомобили автовладельцы обозначали на протяжении последнего десятилетия надписями локально-территориального характера, демонстрируя свое происхождение: «Шин Мер», «Алцынхута», «Наинтахин» (поселки в Кечченеровском районе Калмыкии), «Ики-Бухус» (поселок в Малодербетовском районе Калмыкии), «Ики-Чонос» (поселок в Целинном районе Калмыкии), «Яшкуль» (районный центр в Калмыкии), «Джангар» (поселок в Октябрьском районе Калмыкии) и т.п. Как правило, названия поселков отсылают к локальной этнической идентичности: для сельчан указание на происхождение из определенного районного поселения однозначно маркировке субэтнической группы. Встречается и надпись на ветровом стекле буддийской молитвы «Ом мани падме хум», выполняющей в этом случае охранительную функцию, а также, в сущности, в условиях республики выполняющей роль и этнического маркера: в Калмыкии подавляющая часть населения представлена калмыками и русскими.

Этническая идентичность проявляется в символике общеэтнического и субэтнического уровней.

Региональная и этническая идентичность отражены в надписях «Калмыкия» либо «Хальмг Тангч⁴» (рис. 3) на номерной рамке автомобилей, популярными вариантами размещения на автомобильных номерах этих надписей являются сочетания с изображениями на правой стороне флага Республики Калмыкия (далее – РК), а на левой стороне – флага Российской Федерации либо с двух сторон флага РК. В этом случае на первый план выступает изображение флага РК в его прямом значении – как символа республики как субъекта федеративного государства. В ситуации с надписями прослеживается следующая особенность: надпись «Калмыкия» (рис. 4) более распространена, что отражает, во-первых, преемственность названия в русскоязычных документах (от Калмыцкого ханства до Калмыцкой АССР); во-вторых, языковую ситуацию: калмыцкий язык отнесен ЮНЕСКО к находящимся под угрозой исчезновения, и сфера его применения в обществе существенно сужена. Уже спустя три года после включения в официальное название республики в январе 1991 г. словосочетания «Хальмг Тангч» ('Калмыцкая республика' или 'Республика Калмыкия') (Гунаев 2010: 20–21) с принятием «Степного Уложения (Конституции Республики Калмыкия)» в апреле 1994 г. «из наименования республики было исключено название „Хальмг Тангч“», после чего был принят Указ Президента России от 10 февраля 1996 г. № 173 и внесено изменение в ч. 1 ст. 65 Конституции РФ 1993 г., республика стала именоваться «Республика Калмыкия». Изъятие из названия республики калмыцкой части объясняли неоднозначным толкованием перевода его словосочетания «Хальмг Тангч» на русский язык и ограничением его использования при переводе официального названия на калмыцкий язык (Максимов, Ванькаев 1995: 44; Гунаев 2010: 23). Это мнение отражает официальную причину изменения названия республики. Сокращение наименования субъекта до русскоязычной части также отражало и языковую ситуацию в республике. Стоит отметить, что при выборе названия «Республика Калмыкия – Хальмг Тангч» в феврале 1992 г. депутат В.М. Остапенко (отец Зосима, в то время – благочинный православных приходов в Калмыкии, с 1995 по 2011 г. – епископ Элистинской и Калмыцкой епархии) отмечал, что название «Республика Калмыкия – Хальмг Тангч» «будет отражать интересы всех народов, живущих в Калмыкии» (Гунаев 2010: 22), конечно, основываясь на том, что в официальное наименование были включены названия на русском и калмыцком языке. Вышеизложенное свидетельствует о том, что надпись на номерной рамке калмыцких автомобилей, включающая название республики на калмыцком языке, отражает самоидентификацию автоводителей и подчеркивает их калмыцкое происхождение, более широко распространенная надпись «Калмыкия», во-первых, отражает прежде всего региональную идентичность, во-вторых, косвенно – языковую ситуацию.



Рис. 3. Автомобиль с надписью «Хальмг Танңч» с изображением флага РК на номерной рамке. Фото Э.П. Бакаевой



Рис. 4. Автомобиль с надписью «Калмыкия» и флагами России и Калмыкии на рамке. Фото Э.П. Бакаевой

«Мода» на английский язык как язык международного общения отражена в появлении на автомобилях в республике популярной надписи и на латинице («Kalmykia»).

Общееэтническая идентичность проявляется в надписях, содержащих призыв ко всему калмыцкому народу: «Хальмгуд, уралан» ‘Калмыки, вперед’, всегда бывший популярным (рис. 5): бытует представление о том, что даже призыв «Ура!» в русском языке происходит от калмыцкого слова «уралан» (или от монгольского «урагш») ‘вперед’, заимствованного в краткой форме.



Рис.5. Автомобиль с надписью «Хальмгуд уралан» (‘Калмыки, вперед’) и изображением флага РК на номерной рамке. Фото из сети Интернет

При этом «урган» ‘клич’ – один из идентификационных признаков в традиционном калмыцком обществе (Бакаева 2011; Басангова 2013; Шараева 2007; Трансграничная культура 2016). По данным опросов, фраза «Хальмгуд, уралан» входит в «топ 10 фраз на калмыцком языке» (Топ-10 2017), особенную популярность призыв приобрел в период, когда республиканская футбольная команда «Уралан» (созданная сразу после восстановления автономии республики в 1958 г.) выступала в высшем дивизионе российского футбола⁵; созданы песни с таким заглавием, популярные в республике и за ее пределами (рис. 6).



Рис. 6. Автомобиль с надписью на рамке «ФК Уралан». Фото Э.П. Бакаевой

Как и в других регионах, в автомобильной культуре символом территориальной идентичности, но в большей мере и символом этнической идентичности выступает флаг. Удачное лаконичное художественное решение, сочетающееся с насыщенностью символики цвета и знаков, способствовало широкому использованию этого национального символа Калмыкии. В настоящее время именно флаг республики является наиболее используемым символом Калмыкии и калмыков. Изображение флага Республики Калмыкия, присутствующего на многих номерных рамках автомобилей и в виде отдельного предмета (закрепленного на ветровом стекле или на приборной панели) в интерьере, выступает этническим символом. В подавляющем числе автомобилей, на которых встретились изображения флага республики, водители явно являлись калмыками, что свидетельствует о разном восприятии данного изображения: флага как государственного символа республики и флага как знака этнической идентичности, поскольку в нем, в отличие от более раннего флага Калмыцкой АССР, использована национальная символика.

Флаг Республики Калмыкия утвержден постановлением парламента от 30.07.1993, он поистине является носителем «информации о брендовых историко-культурных характеристиках» (Малькова, Тишков 2010: 17). В.К. Малькова и В.А. Тишков, исследуя образы российских республик в государственных символах, отмечают: «Религиозные предпочтения <...> лишь изредка можно увидеть в цветовых воплощениях: на гербе Бурятии желтый цвет ассоциируется с ламаизмом, в Дагестане, часть населения которого исповедует ислам, – это зеленый цвет, а в Калмыкии <...> золотисто-желтый цвет ассоциирован с вероисповеданием народа. В других республиках это не подчеркивается» (Малькова, Тишков 2009: 113). Принятие флага, включающего религиозную символику, отвечало особенностям этапа становления новых социальных отношений в республике и особенно – условиям возрождения буддизма. Лаконичная символика флага, принятого в 1993 г., сочетала цветовую символику (голубое – небо, ранние верования, желтый – буддизм, белый – цвет чистоты) и символику лотоса в буддийской культуре.

Вероятно, высокая степень «брендовости» флага Калмыкии, разработанного в 1993 г., заключается в его лаконичности и глубокой символичности. Он стал восприниматься не только в качестве государственного символа, но и как символ всего народа, а также культурного пространства, связанного с этносом. Флаг Республики Калмыкия представлен в разных сферах: на правительственные зданиях и главных страницах сайтов (от республиканских до отдельных учреждений и предприятий), в оформлении бланков разных учреждений и на сувенирной продукции, распространяемой не только в самой Республике Калмыкия, но и за ее пределами. Он используется и в общинах эмигрантов как нацио-

нальный символ; сочетание религиозной и этнической символики обусловило активное использование изображений флага в сочетании с очертаниями территории республики в предметах, связанных с буддийскими общинами калмыков зарубежья, демонстрирующими собственную этническую идентичность.

В целом сочетание этнической и религиозной символики во флаге Калмыкии обусловило его культурную ценность как знака, обладающего свойствами, которые применимы для его использования как автомобильного маркера, визуализирующего этническую идентичность автовладельца. Транспортное средство само по себе – знак движения в пространстве. Его маркировка этническими символами означает не только проявление этнической идентификации, но и обозначение территории пространства.

Брендовое значение, как и во многих других регионах России, в Калмыкии приобрело цифровое сочетание, обозначающее регион в соответствии с кодами субъектов Российской Федерации, определенными в очередности согласно их перечислению в Конституции РФ. Цифровое сочетание 08 или просто восьмерка приобрели значение символа региона, в связи с чем государственный номер автомобиля «008» или иные сочетания с цифрой восемь (в определенных случаях – и в сочетании с буквой «О») стали восприниматься как демонстрация калмыцкой идентичности. Такое сочетание порой на свадебных кортежах заменяется символикой «улан зала» ‘красной кисти’ – национального калмыцкого символа, так как самоназвание калмыков – «улан залата хальмгуд» ‘калмыки с красной кисточкой’ – отсылает к традиции их этнических предков ойратов, которые по указу Тогона-тайши с 1437 г. носили такие кисти на головных уборах. Акцент на этнической символике особенно ярко проявляется в свадебных обрядах, в которых народные традиции возрождаются наиболее активно, потому калмыцкие свадебные кортежи демонстрируют зачастую этническую символику в ее разнообразии: выбор автомобиля с номером «08», украшение автомобиля головным убором с красной кистью, наконец, сопровождение автомобилей всадниками, что отсылает окружающих к ассоциации «автомобиль – конь» (рис. 7–9). Известно, что в калмыцкой традиционной культуре свадебный кортеж воспринимался как совершающий путь из одного сакрального пространства в другое, и по дороге путники не присоединялись к нему и не пересекали ему путь. Также и во второй половине XX в. сохранялась традиция не брать попутчиков в свадебный «поезд», поскольку путь осмысливался как опасный – и в этой традиции явно прослеживается связь транспортного животного с современным автомобилем (символика «автомобиль» – «конь»).



Рис. 7. В свадебной обрядности современных калмыков ярко демонстрируется и этническая идентичность: акцент сделан на сопровождении всадниками, что позволяет сопоставить транспорт разных эпох, на автомобиле «калмыцкий» номер, повторяющий цифры 08 и даже в буквенном сочетании серии не уходящий от темы.
Фото из сети Интернет



Рис. 8. К этому известному изображению на открытке «Виды Волги. Астрахань. Невеста калмычка, едущая в хурул», растиражированному в Интернете, явно идет отсылка в новых формах сопровождения свадебного кортежа всадниками

(Собрание МАЭ. Ф. 10. Оп. 1. Д. 1. Л. 14–159.

URL: <http://collection.kunstkamera.ru/entity/OBJECT/201608>



Рис. 9. Демонстрация этнического символа в виде головного убора с красной кистью на автомобиле, входящем в свадебный кортеж. Выбор цветов также связан с темой степного тюльпана – символа Калмыкии. Фото из сети Интернет

Наряду с общеэтнической идентичностью в Калмыкии фиксируется многоуровневая идентичность, что получило визуальную текстовую форму в надписях к номерным знакам, приобретшую популярность в 2010-е гг. Известно, что калмыцкий этнос образовался в результате консолидации этнических групп торгутов, дербетов, хошутов (позднее образовалась группа калмыков-бузава), представители которых, несмотря на сложение единого народа, сохраняли свою идентичность до XX в. и продолжают сохранять память о ней до настоящего времени. З.Э.-Г. Гоголданова по результатам проведенного исследования в начала 1990-х гг. отмечала, что наблюдается внутригрупповая субэтническая консолидированность: среди калмыцкого населения в моногрупповых браках состояли в селе 39,0% бузавов, 83,1% дербетов и 65,0% торгутов, в городе – 50,4% бузавов, 54,8% дербетов и 77,1% торгутов (Гоголданова 1994). В советский период в обществе пристальное внимание придавалось так называемому улусизму как негативному явлению, не способствующему консолидации общества. Вместе с тем, обусловленная историческими условиями относительная компактность и однородность расселения этнических групп кал-

мыков в сельской местности являлась основой воспроизведения субэтнических групп и многоуровневного самосознания калмыков, в связи с чем исследователи пришли к выводу о том, что «внутриэтнические процессы развиваются, хотя и не столь быстро, как это порой предполагается, все же в направлении этнической консолидации», но «нельзя не считаться с существованием субэтнической дифференциации», при этом проводя различие между этнической реалией (субэтническим делением) и негативными проявлениями на ее почве (Гоголданова 1994). Сложный состав фиксируется исследователями у разных народов (см., например: Ламажаа 2017), но степень консолидации и уровень самосознания в разных этнических группах различаются. Среди калмыков, как нами отмечалось ранее, особенности расселения этнических групп и формирования сети буддийских монастырей, а в 1920–1930-е гг. – и религиозных организаций буддистов-мирян способствовали сохранению самих субэтнических групп и их различий (Бакаева 2018), в том числе на бытовом уровне. Наглядный пример: в поселениях калмыков-дербетов, расположенных вблизи поселков, где основная часть населения представляла другую субэтническую группу, на вопрос, куда уехал человек, вполне обычным и в 70–80-е гг. XX в. мог быть ответ «торхуда назрт» ‘буке. в торгутскую землю’, т.е. в соседние села другого района. Однако реалии быта в тот период не транслировались в средствах информации и практически не отражались и в научной литературе.

До постперестроечной эпохи заявления о субэтнической принадлежности обычно признавались признаком улусизма, который в обществе однозначно порицался. Негативные проявления на субэтнической почве явились причиной отрицательного отношения в советский период в калмыцком обществе к демонстрации субэтнических различий. С перестройкой в стране начался новый период, одним из результатов масштабных изменений стала и возможность более открытой демонстрации локальной и субэтнической идентичностей, что не замедлило сказаться в калмыцком социуме – ведь само явление субэтнического деления имеет место среди калмыков, хотя в некоторых районах оно проявляется в большей степени, в других теряет актуальность.

Появление разнообразных способов демонстрации субэтнической идентификации, в том числе и появление особых номерных рамок с указанием субэтнической группы, возможно, связано и с тем, что с 1990-х гг. в российском обществе происходило повышение уровня автомобилизации. Это предположение может вызвать возражения: появились бы этнические маркеры на автомобилях, если бы их количество оставалось на прежнем уровне? С одной стороны, выделение оснований, приведших к этнической маркировке, не связано с количеством автомобилей в обществе, они базируются на социальных трансформа-

циях, динамике этничности. С другой стороны, следует признать существование косвенной связи между уровнем автомобильности и появлением новой традиции с указанием субэтнической принадлежности: данная маркировка «работает» в определенном пространстве, наполненном соответствующими объектами.

Как отмечалось в одной из вышеупомянутых публикаций, «в Элисте чаще всего свои авто подписывают дёрвуды» (Вот это номер 2013), что вполне объяснимо: территория Элисты в прошлом относилась к южной части Малодербетовского улуса Калмыцкой степи (так называемому Манычскому улусу), в котором население, в основном, составляли калмыки-дербеты – хотя население города, основанного в 1920-х гг., смешанное. В начале 1990-х гг. З.Э.-Г. Гоголданова отмечала, что в Элисте представители групп бузавов, дербетов и торгутов представлены примерно равными по величине группами (Гоголданова 1994), однако в сложный период реформ конца XX – начала XXI в. в город переселилось немало сельчан. Что касается названий других субэтнических групп на госзнаках автомобилей – встречались и таблички с надписями «торгуд», «хощуд», кроме того, в надписях на номерных рамках писали и названия этнических групп «чонос», «цорос», «бухус», входящих в субэтнические группы, что отражает разноуровневую идентификацию калмыков. В целом указание локальной идентичности в прецедентных надписях также сопряжено с субэтнической идентичностью: так, надпись «Яшкуль», скорее всего, указывает на этническое происхождение хозяина автомобиля из калмыков-торгутов, «Найнтахин» или «Шин Мер» – на происхождение из калмыков-дербетов, «Сарпа» – из хошутов, «Ики Чонос» – соответственно из дербетов родов чонос. Однако, как правило, именно на номерных знаках автомобилей калмыков-дербетов отражалась иерархическая идентичность (чонос, бухус, найнтахин – и «дервуд» ‘дербет’), тогда как наряду с надписями, обозначающими субэтнические группы торгутов и хошутов, чаще встречались только названия населенных пунктов (Яшкуль, Сарпа), что свидетельствует о большей степени консолидированности группы торгутов и малочисленности группы хошутов.

В традиционном обществе кочевников-калмыков встреча в пути (в дальнем пути обычно – всадников) предполагала идентификацию («кенэхнэ?» ‘их чьих?’, т.е. ‘какого рода’), в военных условиях такая идентификация производилась посредством клича-урана. В новейших условиях визуализация этнической и субэтнической и даже родовой идентификации в оформлении «калмыцкого» автомобиля, как показывают вышеупомянутые примеры, может проецироваться в ситуации самопредставления в пути через демонстрацию идентичности. Вместе с тем можно сопоставить маркировку современного транспортного средства (автомобиля) с традицией обозначения транспортного животного

(коня) у кочевников: при таврении лошадей знак (тамга) являлся родовым, для всего рода имелась определенная тамга, наглядно демонстрировавшая как принадлежность коня, так и происхождение его владельца. Тамга являлась знаком собственности и принадлежности коня определенной родовой группе, однако традиции таврения коней были утрачены с введением колхозного строя, и потому символика родовых тамг практически утрачена – в ином случае она активно использовалась бы в идентификационных практиках. В современных условиях принцип обозначения собственности через идентификацию автовладельца как представителя родовой или субэтнической группы нашел выражение в текстовых маркерах (названиях групп), но необходимо отметить, что сохраняется принцип обозначения собственности, принадлежности / происхождения владельца и одновременно его родной территории. Вполне вероятно, что нераспространенность на автономерах изображений калмыцких тамг связана с тем, что в целом традиция таврения была утрачена в начале XX в. и память о родовых тамгах плохо сохранена. Вместе с тем известно, что многие калмыки специально восстанавливают данные о родовых тамгах с целью использования изображений в повседневной жизни – в том числе для размещения изображений на воротах придомового участка, что свидетельствует о маркировке таким образом «своего» пространства.

И изображение тамги, и текстовые маркеры (названия групп) в приведенных примерах выполняют функцию знаков собственности. Можно предположить, что существуют отличия: тамга, наносимая на границу (ворота) участка, маркирует территорию «своего» пространства, тогда как текст надписи, относимый к этнической идентичности, маркирует личность владельца, и автомобиль выступает не маркируемым объектом (как в случае, если надпись территориального содержания, например, Элиста), а носителем информации об объекте, находящемся в нем / автовладельце. Однако маркировка субэтнической локальной идентичности относится не только к человеку, но и к территории. Так, «чонос» – название группы родов и территории, где расселяются их представители (включая поселки Ики Чонос ‘Большие чоносы’, Бага Чонос ‘Малые чоносы’), «найнтахин» – название калмыцких родов, происходящих из одноименного поселения; «дөрвүд» – не только название крупной этнической группы калмыков, но и часть названия двух дербетовских улусов («Ик дөрвдэ» ‘Большедербетовский’ и «Бан дөрвдэ» ‘Малодербетовский’).

Принцип «мой автомобиль – моя территория» действует в разных регионах и в различных условиях. Так, желание обладать «калмыцким» номером у калмыка, проживающего в Республике Тыва, отражено в специфическом оформлении номера его автомобиля (рис. 10): здесь текст представляет визуализацию этничности, словесная фор-

мула дополняет государственный номерной знак, маркируя принадлежность владельца автомобиля к культурному пространству Калмыкии.



Рис. 10. Автомобильный номер с надписью «Калмыкия – Тыва» с изображением флагов Республики Калмыкия и Республики Тыва. Фото Э.П. Бакаевой

Визуальная демонстрация места прежнего проживания (рождения) и этнического происхождения ярко проявляется и в надписях на «калмыцких» автомобилях (как и на машинах бывших россиян в целом) в других странах. Так, представители мигрантов из России в США, где идентификационные знаки отличаются разнообразием (разрешается любое сочетание цифр и букв, изображения), зачастую в качестве идентификатора указывают родной город, имя или используют «прикольные» надписи на русском языке. На автомобилях калмыков в США встречаются не только надписи «Elista» или «Kalmyk», но и изображение флага Республики Калмыкия и даже надписи, отражающие субэтническое происхождение автовладельца (рис. 11–14).

Таким образом, по аналогии с автомобильными номерами, маркирующими «калмыцкую территорию» на российских авто, представители диаспоры в США приобретают номера для своих автомобилей, маркируя этническую принадлежность и свое культурное пространство: так, «Элиста» и «Калмыкия» въезжают в пространство новых территорий с символикой «своей» территории. При этом и отсылки к родной республике и городу, коду региона согласно российскому перечню, и обозначение «Kalmyk» являются маркировками, относящимися к автовладельцу и отражающими его самосознание.



Рис. 11. На фото из социальной сети «ВКонтакте» с подписью «Привет землякам из солнечного Канзаса»: на табличке автомобиля изображение флага Республики Калмыкия. Фото из сети Интернет



Рис. 12. На фото: автомобиль из штата Вирджиния, США, с идентификационной надписью «Kalmyk». Фото из сети Интернет



Рис. 13. На фото: автомобиль из штата Нью-Йорк, США, с идентификационной надписью «Elista». Фото Э.П. Бакаевой



Рис. 14. На фото: автомобиль из штата Нью-Йорк, США, с идентификационной надписью «DORVUD» на рамке (источник: BrooklynGrad (новый сезон ч tolly)).

КРЧ Бруклинград. Калмыцкое землячество (США, 2018).

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=z2gjTvVZ9Bw> (дата обращения: 15.06.2019))

Рассмотренные нами автомобильные надписи маркируют идентичность этническую и религиозную, с одной стороны, и локально-территориальную и субэтническую – с другой. Они служат маркерами

водителя – как и маркеры, рассмотренные Т.Б. Щепанской (Щепанская 2016: 59) и В.В. Медведевым, которые отмечают, что появляются новые, ранее не известные и не востребованные материальные формы идентичности (Медведев 2019: 69). Вместе с тем особенностью маркировки на калмыцких автомобилях стало появление не только общеэтнических и локальных (территориальных) названий, но и субэтнических, что отражает актуализацию разноуровневой идентичности, бытавшую и ранее, а в последние десятилетия приобретшую большую значимость в связи с широким обсуждением в обществе вопросов происхождения разных родов и групп калмыков.

Представляется, что маркировка субэтнической идентичности связана, прежде всего, с традиционной практикой коммуникации, традиции самопредставления и определения сторон в коммуникации. Сложно сказать, присутствует ли в этой прагматике какой-либо вызов – на первый план здесь выходит именно демонстрация идентичности, ответ на вопрос, «кто Вы?», что связано с методикой опознавания «своего» в потоке, узнавания «домашней идентичности» в потоке «дорожной идентичности».

Практика отсылки к этнической идентичности и создания «национального» образа автомобиля известна в разных странах. Известны и примеры, когда надпись и название автомобиля являются его маркерами, ассоциирующимися с народом: Studebaker Scotsman, Jeep Grand Cherokee, Jeep Comanche, Viking и т.п. И если название «Scotsman» было основано на представлениях о шотландской бережливости, то появление марок автомобилей с названиями индейских народов отражало представления о чертах, которыми наделялись эти народы. Означало ли то, что этноним включали в название бренда автомобиля, позитивное восприятие этого факта представителями народа – вопрос недостаточно исследованный. Известны факты, свидетельствующие о том, что индейские народы неоднозначно воспринимали использование этнической символики торговыми фирмами. Так, в автосалонах в 2014 г. появился внедорожник Jeep Grand Cherokee – 5-е поколение марки автомобилей, которые в США и Канаде в 1-м (1974–1983 гг.) и 2-м (1984–2001 гг.) поколениях носили название Jeep Cherokee, а в 3-м (2001–2007 гг.) и 4-м (2008–2013 гг.) поколениях именовались Jeep Liberty. Г. Коллинз в статье в газете «Нью-Йорк Таймс» пояснял возвращение к «этническому» имени индейцев чероки, по языку родственным ирокезам, маркетинговыми исследованиями: «Jeep возрождает имя модели – название племени американских индейцев. <...> задача как бренда состояла в том, чтобы связать образ прошлого с настоящим». «На протяжении десятилетий названия племен американских индейцев помогали выталкивать автомобили из автосалонов»: в рекламных брошюрах Pontiac были представлены иллюстрации, сравнивающие его 6-цилин-

дровые двигатели с шестью покрытыми перьями красными индейцами, гребущими на каноэ; в рекламе «Понтиака» присутствовала отсылка к имени вождя индейцев племени оттава Понтиака – «признанного вождя племен алгонкинской семьи»; в 1980-х производился пикап Jeep Comanche, название которому было дано по индейскому этнониму (Collins 2013).

Но возвращение к первому названию автомобиля Grand Cherokee было связано как с богатыми ассоциациями с первыми поколениями автомобиля (Collins 2013), так и с изменениями в обществе коренных народов: американские индейцы в последней трети XX в. выступали против использования (прежде всего спортивными командами) их этнической символики как уничтожающих ярлыков, в результате чего в 1990-х гг. Национальная ассоциация университетского спорта (National Collegiate Athletic Association, NCAA) начала кампанию по запрету на использование этнической символики, которое посчитали неполиткорректным. В 2000-х гг. кампания утратила свою остроту и возможным стало возвращение к названию индейского народа чероки в названии бренда автомобиля Jeep Cherokee. Об этом свидетельствовала позиция объединения чероки в Оклахоме, пресс-секретарь которого отмечала, что «институционально у племени нет позиции по этому вопросу» (Collins 2013), в этот период некоторые индейские объединения высказывались за сохранение названий спортивных команд (Американские индейцы 2009).

Приведенный пример относится к экономической, предпринимательской сфере. В свете анализируемых нами маркеров этнической и субэтнической идентичности приведем другой показательный пример, также связанный с индейскими этническими группами, который иллюстрирует вывод Т. Эденсора об утверждении национальной идентичности через новые факторы идентификации, образующие в повседневной жизни новую сеть знаков (Edensor 2004). В провинции Онтарио в Канаде мне встретились автомобили, на которых присутствовала этническая символика, обратившая на себя внимание в связи с возможностью сопоставить эту практику с калмыцкими надписями на автомобилях. Это популярная в Онтарио символика «шести наций»: здесь находятся традиционные земли лиги ирокезов, а на въезде на их территорию располагаются рекламные щиты с надписью «Welcome to six nations. Grand River Territory»⁶ (Six nations Community Profile) и символикой шести наций (рис. 15), которая включена и в логотипы двух ведущих канадских команд (г. Торонто и г. Гамильтона) по лякроссу⁷ – национальной спортивной канадской игре.

Среди потомков индейцев ирокезской конфедерации «шести наций» распространено использование символики этой конфедерации, в том числе на автомобилях – в виде наклеек на заднем стекле либо крышке багажника, что способствует демонстрации символа в дорожном потоке (рис. 16).

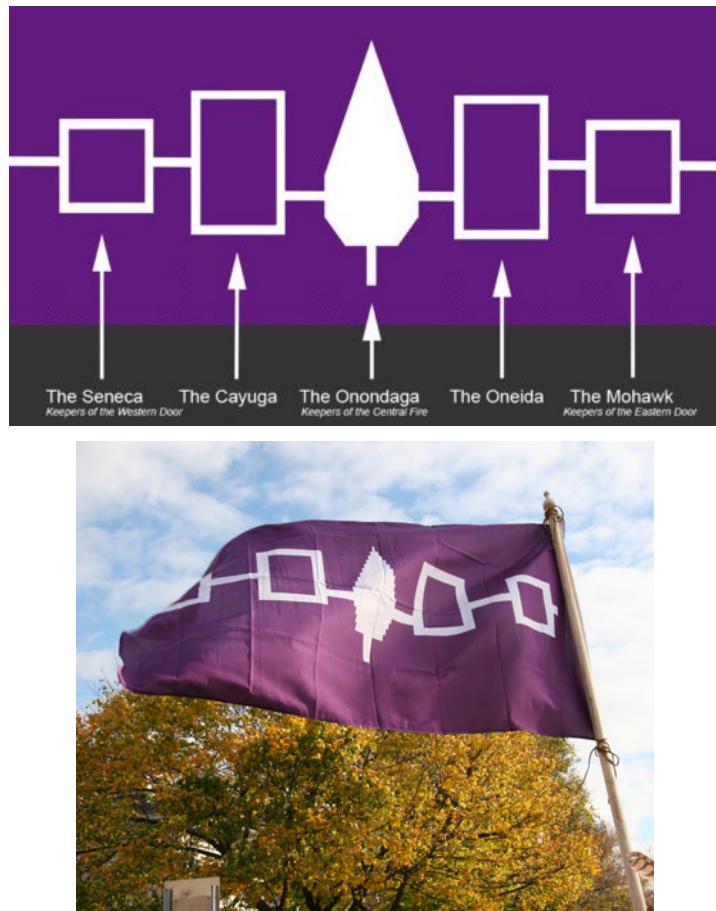


Рис. 15. Эмблема и флаг «шести наций» – лиги ирокезов. Фото из сети Интернет



Рис. 16. На фото: изображение на стекле автомобиля символики «шести наций» с надписью на ней «Seneca». Автомобиль принадлежит представителю индейцев-сенека. г. Гамильтон, Онтарио, Канада. Фото Э.П. Бакаевой

Символика, используемая автомобилистами, повторяет флаг «шести наций» ('six nations'), созданный в 1980-х гг. активистами движения ирокезов, основой изображения которого стал пояс (вампум) лидера и одного из основателей их лиги – Гайаваты. Поскольку изначально лига включала пять народов (сенека, кайюга, онондага, онейда, могавки или мохокоуки), а шестой (тускарора) присоединился только в 1722 г., то в символике отражены представления о 5 народах, вошедших в конфедерацию. Самым западным по территории расселения из ирокезских народов, входивших в лигу, являлись сенека, потому неудивительно, что в г. Гамильтоне, располагающемся на юго-западе от озера Онтарио, нам встретились автомобили с символикой «шести наций» и надписями поверх нее «*seneca*». К тому же всего в 25 км от Гамильтона расположена главная резервация (Six nations Community Profile).

Как и в случае с повторным переименованием джипа Гранд Чероки, у канадских индейцев появление символики на машинах определено спецификой этнической ситуации и социальным статусом потомков коренного индейского населения, который изменился после 1982 г., когда в Канаде официально была принята конституционная поправка, гарантировавшая праваaborигенов, а также было признано их право на самоуправление⁸ (Constitution Act 1982; Максимова, Соколов 2010: 65). Большую часть индейского населения, проживающего в городах Канады, составляют так называемые «нестатусные» индейцы (в отличие от «статусных» индейцев, пользующихся всеми правами и составляющих вместе с «нестатусными» самую большую из групп коренного населения или «первых наций» – индейцев (60 % коренного населения)⁹) (Constitution Act 1982: 63; Максимова, Соколов 2010: 55). Незарегистрированные в качестве индейцев, но идентифицирующие себя сaborигенской культурой, «нестатусные»¹⁰ индейцы проживают, в основном, в городах, где к ним присоединяются и «статусные» индейцы, переселяющиеся из резерваций (Максимова, Соколов 2010: 56; Френк 2017: 87). С изменением официальной политики в отношенииaborигенных народов и прекращением в Канаде ассимиляционной политики прослеживается повышение уровня этнического самосознания. Так, если в 1996 г.aborигенами себя считали 80 тыс. человек, то к 2006 г. их численность возросла до 1,17 млн. В.А. Тишков отмечает: «60–70-е годы – время коренного перелома в политическом сознании и деятельности канадских индейцев, который сопровождался серьезными изменениями в социально-экономических и культурных условиях их существования, а также в политике правящих кругов по отношению кaborигенам» (Тишков 1985: 328). Кроме того, «концепция многокультурности объявлена в стране в качестве национальной идеи, объединяющей различные слои канадского общества» (Соколов 2016: 53).

В результате официальной смены курса в отношениях с индейцами в обществе «первых наций» произошли значительные перемены, что нашло выражение в том числе в 1980-е гг. и в создании на основе традиционной символики флага шести наций. И появление символики шести наций в городских условиях на машинах автомобилей, принадлежащих «нестатусным» индейцам или метисам, обусловлено повышением этнического самосознания, повышением социального статуса индейцев, признанием их организации. Кроме того, что такая символика относится к идентичности автовладельца, она проецируется как на автомобиль, так и на территорию, на которой находится «дом», «домашняя территория» «шести наций».

Этот пример представляется однотипным с примерами калмыцкими, когда демонстрация родовой идентичности оказывается сопряженной с идентичностью субэтнической, этнической и территориальной, обозначая и территорию проживания автовладельца. Так, например, надпись «чонос» на автомобиле калмыка означает его происхождение из калмыков-дербетов и его малую родину – поселки с однокоренными названиями в Целинном районе Республики Калмыкия (в прошлом Малодербетовского улуса Калмыцкой степи); текстовая символика демонстрирует вышеперечисленные уровни идентичности (родовую, субэтническую, территориальную) и обозначает отношение автовладельца к территориям, поныне понимаемым как родовые. Подобно этому и символика «шести наций» относится как к автовладельцу, так и к территориям, где проживают представители шести ирокезских народов (для «нестатусных» индейцев такая проекция может происходить на территорию города, где они проживают, впрочем, как показывает символика команд по лякрессу, и Торонто, и Гамильтон воспринимаются как территории «шести наций»).

Сопоставление примеров автомобильных маркеров на машинах канадских индейцев и российских калмыков свидетельствует о том, что не проявляемые в специфических условиях идентичности с изменениями в обществе находят выражение в символике визуальных знаков, публично демонстрируемых в качестве знаков идентификации. В этих обществах, находящихся по разные стороны света, социально-политические условия были совершенно различными. Но они имели одну общую характеристику: наличие (совершенно разных) условий, способствовавших замалчиванию и отказу от демонстрации идентичности (этнической или субэтнической). В среде канадских индейцев изменение их социального статуса, обеспечение правaborигенного населения после 1982 г. привели к росту самосознания, динамике этнической идентичности, выразившейся в изменении самоидентификации сотен тысяч индейцев, что нашло выражение в этнической символике. Вместе с тем в целом в среде североамериканскогоaborигенного насе-

ления имелись и проблемы, определенные политкорректностью, которые обусловили в 80–90-е гг. XX в. изъятие «этнических» названий по инициативе коренного индейского населения (представители которого посчитали использование ряда символов уничижительным), и только с начала XXI в. они были постепенно преодолены. В Калмыкии в допреостроечный период (границей также выступают 1980-е гг.) вследствие советской национальной политики, реализовывавшейся в СССР, субэтническая идентичность не обсуждалась в общественном дискурсе. В результате проведения реформ в российском обществе и в Республике Калмыкия легитимным стало то, что не принято было демонстрировать. Иерархическая этническая идентичность получила «право на жизнь», а вместе с этим правом появились и разнообразные способы ее проявления. Практика «этнического» маркирования номерных государственных знаков на автомобилях в Калмыкии стала проявлением апробации способов сохранения культурного наследия.

Таким образом, с устранением определенных условий в двух анализируемых регионах, представляющих разные концы мира и разные системы общественного устройства, проявления идентичности обрели разнообразные формы, в том числе и в виде автомобильных маркеров.

Выводы

В условиях современного общества автомобиль, занимающий важное место в жизни человека, может обретать полиморфную символику. Он может ассоциироваться с этническим образом, отражая представления о «национальном характере», ярких представителях этноса и их деятельности (Scotsman, Jeep Grand Cherokee, Jeep Comanche, Viking, Pontiac). Автомобиль обретает функцию маркера этничности и может быть маркером субэтнической и даже родовой идентичности – в этих особых вариантах традиция его маркировки, на мой взгляд, восходит к обычаям прошлого, и обозначение этническим / родовым символом проецирует идентичность автовладельца на территорию его проживания – либо обозначая «принадлежность» (в прошлом или настоящем) территории этнической группы, либо создавая «виртуальное пространство» этнической культуры (что мы видим на примерах маркировки автомобилей россиянами-эмигрантами).

Развитие культуры автомобильных маркеров обусловлено как общими условиями автомобильности и уровня автомобилизации, так и социальными и межэтническими факторами. Важным аспектом является исследование как профессиональной сферы, связанной с автомобилями, так и автомобильной культуры всего общества (личных автомобилей). Формы и способы проявления этнической символики в автомобильных маркерах свидетельствуют, что в них проявляются специфика

этнической ситуации и социокультурные процессы, происходящие в обществе. Этническая идентичность в автомаркировке расширяет значение визуализируемой идентичности от автомобиля и автовладельца до локальной территориальной идентичности.

В дорожной культуре встречаются знаки разноуровневой идентичности, что позволяет апеллировать к чувству принадлежности к одной группе. На знаках автомобильных номеров калмыцких машин встречаются общенациональные символы (надписи «Россия», «Russia» и даже «СССР»), но наличие на номерных знаках флага Российской Федерации и общегосударственный стандарт автомобильных номеров определили нечастое использование уже имеющейся общей символики. Территориальная и этническая символика также используется лишь на определенной части автомобилей, но она является одним из показателей этнической идентичности. Общеэтнические маркеры (надписи «Калмыкия», «Хальмг Тангч») на автомобильных номерах в республике используются чаще, чем локальные маркеры (надписи, восходящие к внутриэтнической идентичности). При этом преобладает русскоязычное название республики – «Калмыкия», тогда как эквивалент на калмыцком языке – «Хальмг Тангч» встречается все реже. Этот факт косвенно отражает сужение сферы применения калмыцкого языка в обществе и угрозу утраты родного языка калмыками. Использование общеэтнических знаков (надписи «Калмыкия», «08», «Элиста») в номерных знаках автомобилей, принадлежащих выходцам из Калмыкии в других странах (в основном, в США), свидетельствует о реализации в данном случае функции автомобильных маркеров как преодолевающих пространственные (и внутриэтнические) границы.

Динамика этнической идентичности и иерархичность последней отражаются в символике «калмыцких» автомобильных номеров. С одной стороны, используется общеэтническая символика (наименования республики на русском и калмыцком языках), с другой – локальная символика, включающая этнонимы, обозначающие внутриэтническую идентификацию, и топонимы, восходящие к истории определенных этнических групп, так как в Калмыкии выделяются условные этнотERRиториальные зоны расселения субэтнических групп.

Рассмотренные материалы позволяют поставить вопрос о причинах распространения этнической и субэтнической символики в одних обществах и неиспользования ее в других. В проанализированных конкретных примерах основной причиной обращения к этнической символике явились повышение уровня этнического самосознания, динамика их в поле идентичности, выражаясь в «легитимизации» этнических делений и их маркировки после десятилетий реализации советской национальной политики. Иерархические деления внутри этничности калмыков, которые официально существовали и отражались, к приме-

ру, еще в начале 1930-х гг. в документации буддийских организаций (Бакаева 2018), формировавшихся по «родовому» принципу вследствие преемственности в системе осуществления связей «прихожане – буддийский храм», после восстановления автономии Калмыкии (последовавшей с окончанием ссылки калмыцкого народа в результате насилийственной депортации, 1943–1957 гг.) повсеместно замалчивались, так как проявления локальной идентичности стали связываться с так называемым улусизмом, который рассматривался как проявление субэтнического местничества, чрезмерного покровительства землякам и как негативно влияющий на общественное развитие. Как и в среде канадских индейцев, где изменения в социально-политической ситуации оказали влияние на повышение уровня этнического самосознания, динамика идентичности в Калмыкии получила проявление в этнической символике, в том числе в автомобильных маркерях.

Данные анализа позволяют сделать вывод о том, что распространение практики «этнических» надписей в Калмыкии, с одной стороны, свидетельствует об этнических консолидационных процессах, объединяющих калмыцкое общество, с другой стороны – об актуализации после 1990-х гг. локальной субэтнической идентичности, о которой на протяжении периода со второй трети по 90-е гг. XX в. не принято было говорить в калмыцком обществе.

Процессы, происходящие в калмыцком обществе, свидетельствуют о сохранении разноуровневой идентичности. Маркировка автомобилей надписями, содержащими указание на субэтническую идентичность, связана с сохранением в определенной мере (с поправками на исторические трансформации, неизбежные в условиях советского общества) до настоящего времени принципа «родового» расселения, сложившегося у калмыков со времен их появления в степях Прикаспия.

Важным аспектом коммуникации в культуре автомобильности оказывается ответ на вопрос, что может символизировать появление этнично маркированного автомобиля на территории другого рода, другой этнической группы. Изложенные материалы позволяют сделать предположение о том, что нахождение этнически маркированного автомобиля может рассматриваться как акт установления некоего суверенитета на чужой земле, как акт установления, например, своего флага на чужой земле – в данном аспекте можно рассмотреть воображаемое пространство территории «шести наций», обозначаемой на автомобилях канадских индейцев. Однако все же представляется, что в Калмыкии новая традиция маркировки автомобилей надписями, называющими внутриэтническую идентичность автовладельца, прежде всего, связана с традициями этнической коммуникации, согласно которым знакомство предполагало четкое определение происхождения / родовой принадлежности, ответ на вопрос «чьи Вы?» (‘кенэхнэ’), определявший стра-

тегию поведения по отношению к вступающему в коммуникацию. Использование локальных этнических маркеров позволяет демонстрировать принадлежность автовладельца не только к определенной этнической группе, но и к территориальной общности. Так, при наборе в интернете в поисковой строке выражения «я – торгуд» появляется статья, в которой известный житель Калмыкии, руководитель чеченского общественно-культурного объединения «Согласие» ('Барт') Республики Калмыкия Умар Эльжуркаев, рассказывая о своей трудовой деятельности и жизни в Яшкульском районе РК, называет себя торгутом – по названию субэтнической группы калмыков, составляющих большинство населения в этом районе республики (Халгинова 2018).

Таким образом, примеры использования этнической символики на автомобилях калмыков (как в Калмыкии, так и в условиях эмиграции в США), так же, как и у американских индейцев, показывают, что актуализация этнической идентификации порождает разнообразные проявления демонстрации этнической идентичности, что отражается в автомобильной культуре как основной культуре мобильности в городских условиях.

Стоит заметить, что в последние годы в Калмыкии число автомобильных номеров с субэтнической символикой уменьшается, тогда как повсеместно встречаются автомобили, маркированные надписью «Калмыкия». Какие процессы кроются за этим – тема отдельного исследования.

Примечания

¹ На калмыцком языке произносится дёрвюд, пишется дервуд.

² До середины 2018 г. в Калмыкии работала единственная авиакомпания, и стоимость билетов на единственный авиарейс «Элиста – Москва» была в 5 раз больше, чем стоимость билета на поездку по этому маршруту на автобусе. При этом железнодорожное сообщение практически не осуществлялось.

³ Футбольная команда «Уралан», основанная в 1958 г., в конце 1990-х – начале 2000-х гг. выступала в высшей лиге.

⁴ Хальмг Тангч 'Калмыцкая республика' – название на калмыцком языке Республики Калмыкия. В 1992–1994 гг. официальное название республики включало ее название на русском и калмыцком языках: «Республика Калмыкия – Хальмг Тангч». В 1994 г. наименование республики было изменено на «Республика Калмыкия» в «Степном Уложении (Конституции) Республики Калмыкия» (Гунаев 2010: 23).

⁵ В 1998–2000 гг., 2002–2002 гг.

⁶ На сайте объединения шести наций указано, что главная резервация расположена примерно в 25 км к юго-западу от г. Гамильтон, Онтарио (Six nations Community Profile).

⁷ Лякросс (от lacrosse – клюшка) – национальный вид спорта в Канаде, считается, что игра происходит от игры багатавей американских индейцев (Линдер).

⁸ Процессы, начавшиеся в последней трети XX в., привели к тому, что в 2008 г. премьер-министром Канады С. Харпером были принесены «официальные извинения за политику ассимиляцииaborигенного населения, проводившуюся в Канаде со времен ее образования» (Максимова, Соколов 2010: 55), политика в отношении канадских индейцев была признана негативной.

⁹ Две другие из трех групп коренного населения – метисы (26%) и инуиты (эскимосы, 4%) (Френк 2017: 86; Максимова, Соколов 2010: 56).

¹⁰ К ним отнесены и женщины, вышедшие замуж за представителя неиндейских народов.

Литература

- Американские индейцы племени сиу заступились за одноименную команду* (дата публикации: 09.12.2009). URL: <https://pravo.ru/interpravo/news/view/21552/> (дата обращения: 01.03.2020).
- Бакаева Э.П. Вопросы этнической идентификации в документах калмыцких буддистов первой трети XX в. в контексте современных проблем исследования этнической истории калмыков // Oriental Studies.* 2018. № 4. С. 59–74.
- Бакаева Э.П. Калмыки-цаатаны: к проблеме происхождения этнической группы и этиологии этнонима // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН.* 2011. № 2. С. 68–74.
- Бакунин В.М. Описание калмыцких народов, а особенно из них торгоутского, и поступков их ханов и владельцев.* Соч. 1761 г. Элиста: Калм. кн. изд-во, 1995. 153 с.
- Басангова Т.Г. Жанр уранов в фольклорной традиции калмыков // Новые исследования Тувы.* 2013. № 4. URL: https://www.tuva.asia/journal/issue_20/6706-basangova.html (дата обращения: 01.03.2020).
- Вот это номер. В Калмыкии на автомобили наносят знаки этнической принадлежности* (дата публикации: 27.03.2013). URL: <http://smartnews.ru/regions/elista/5759.html> (дата обращения: 01.05.2019).
- Гоголданова З.Э.-Г. Субэтносы и этнические процессы в Калмыкии в середине 80-х годов XX столетия (По материалам статистико-этнологического исследования): автореф. дис. ... канд. ист. наук.* М., 1994. 22 с.
- Госномера автомобилей калмыков содержат этнические приметы.* 2013а (дата публикации: 27.03.2013). URL: <https://www.ridus.ru/news/74967/>
- Госномера автомобилей калмыков содержат этнические приметы.* 2013б (дата публикации: 20.01.2014). URL: <http://asiarussia.ru/news/1654/> (дата обращения: 01.05.2019).
- Госномера автомобилей калмыков содержат этнические приметы.* 2013в (дата публикации: 27.03.2013). URL: <https://www.city-n.ru/view/322352.html> (дата обращения: 01.05.2019).
- Головнёв А.В. Концептуализация мобильности в антропологии и этнографии // Уральский исторический вестник.* 2018. № 3(60). С. 6–15.
- Головнёв А.В., Белоруссова С.Ю., Киссер Т.С. Веб-этнография и киберэтничность // Уральский исторический вестник.* 2018. № 1(58). С. 100–108.
- Гунаев Е.А. Официальное наименование Республики Калмыкия: исторические и политico-правовые аспекты // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН (новое название – Oriental Studies).* 2010. № 2. С. 20–26.
- Исаханян А.З. Автомобильная культура в контексте современных концепций пространства // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология.* 2016. № 4 (36). С. 166–173.
- Кононенко Р.В. Автомобильность в России.* М.: Вариант, ЦСПГИ, 2011. 155 с.
- Кузнецов А. Космополитика имплицитных инноваций городской мобильности: гибкость, неопределенность, инфраструктуры // Российская антропология и «онтологический поворот».* М., 2017. Вып. 2. С. 25–291.
- Ламажсаа Ч.К. Проблемы определения и изучения субэтнических групп тувинцев // Новые исследования Тувы.* 2017. № 1. URL: <https://nit.tuva.asia/nit/article/view/693> (дата обращения: 01.03.2020).

- Линдер В.И. Лякросс // Большая российская энциклопедия: в 35 т. / гл. ред. Ю.С. Осипов. М.: Большая российская энциклопедия, 2004–2017. URL: <https://bigenc.ru/sport/text/2163248> (дата обращения: 02.03.2020).*
- Максимов К.Н., Ванькаев Ю.К. Степное Уложение – важный шаг в развитии государственности Калмыкии // Выбор Калмыкии. Элиста: КИОН РАН, 1995.*
- Максимова Д.Д., Соколов В.И. Коренные народы Канады: эволюция отношений с государством // США. Канада. Экономика, политика, культура. 2010. № 12. С. 55–72.*
- Малькова В.К., Тищков В.А. Культура и пространство. Книга первая: Образы российских республик в Интернете. М.: ИЭА РАН, 2009. 147 с.*
- Малькова В.К., Тищков В.А. Антропология историко-культурных брендов территорий, регионов и мест // Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. М.: ИЭА РАН, 2010. С. 6–57.*
- Медведев В.В. Автомобиль как маркер идентичности: исторические аспекты // Известия Алтайского госуниверситета. Исторические науки и археология. 2019. № 6 (110). С. 67–74.*
- Мищенко Д. Надписи на такси в Абиджане (Кот-д'Ивуар) // Антропологический форум. 2015. № 24. С. 155–169.*
- Национальный состав населения // Всероссийская перепись населения. 2010. URL: https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-01.pdf (дата обращения: 10.04.2020).*
- Рамки под номера индивидуальные. URL: <https://kscomplect.ru/products/category/ramki-pod-nomera-individualnye> (дата обращения: 10.04.2020).*
- Ростова А.В. Способы конструирования идентичности автолюбителей: гендерные аспекты // Гражданское общество в России: состояние, тенденции, перспективы. 2015. № 1 (4). С. 211–216.*
- Соколов В.И. Многоэтничность как основа становления канадского общества (выступление на международной конференции «Канада и Россия: экономика. Политика, мультикультурализм» // США и Канада: экономика, политика, культура. 2016. № 12 (564). С. 52–58.*
- Тищков В.А. Новые формы общественной активности канадских индейцев // Исторические судьбы американских индейцев (проблемы индеанистики). М.: Наука, 1985. С. 328–338.*
- Top-10 популярных фраз на калмыцком языке (дата публикации: 29.03.2017). URL: <https://uralan.info/index.php/nasha-zhizn/item/5821-top-10-populyarnykh-fraz-na-kalmytskom-yazyke> (дата обращения: 01.03.2020).*
- Трансграничная культура: очерки сравнительно-сопоставительного исследования традиций западных монголов и калмыков / Э.П. Бакаева, К.В. Орлова, Д.Н. Музраева и др. Элиста: КалмНЦ РАН, 2016. 456 с.*
- Указ Президента Российской Федерации от 10.02.1996 г. № 173 «О включении нового наименования субъекта Российской Федерации в статью 65 Конституции Российской Федерации». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45863>.*
- Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А.В. Лазарева, вступ. статья Н.А. Харламова. М.: Практис, 2012. 576 с.*
- Френк Г.Ю. Этноязыковые проблемы коренных народов Канады // Вестник культуры и искусств. 2017. № 1 (49). С. 86–91.*
- Халгинова Н. Барт – это согласие! // Степные вести: интернет-газета. 2018. 12 июня. URL: <http://tegrk.ru/archives/37716> (дата обращения: 10.04.2020).*
- Харламов Н. Новое общество или новая наука об обществе? Социология мобильностей Джона Урри // Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А.В. Лазарева, вступ. статья Н.А. Харламова. М.: Практис, 2012. С. 7–58.*
- Чемова Ю.П. Автомобильная культура: анализ через призму социологии мобильностей Дж. Урри // Социальные коммуникации: профессиональные и повседневные практики: сборник статей. СПб.: Интерсоцис, Скифия-принт, 2018. Вып. 6. С. 348–353.*

- Шараева Т.И.* Уран торгутов (по данным полевых исследований) // Проблемы этногенеза, этнической истории и культура тюрко-монгольских народов. Элиста: КалмГУ, 2007. С. 105–113.
- Щепанская Т.Б.* Сравнительная этнография профессий: повседневные практики и культурные коды (Россия, конец XX – начало XXI в.). СПб.: Наука, 2010. 338 с.
- Щепанская Т.Б.* Движение и вещь: опыты чтения автомобиля в потоке // Этнографическое обозрение. 2016. № 5. С. 53–66.
- Щепанская Т.Б.* Вегикулярные маркеры и социальная коммуникация в «потоке» // Российская антропология и «онтологический поворот». М., 2017. Вып. 2. С. 295–328.
- Щепанская Т.Б.* Движение в мегаполисе: время и тело // Кунсткамера. 2018. № 1. С. 48–59.
- Alam Y.* Automatic Transmission: Ethnicity, Racialization and the Car // Identities: Global Studies in Culture and Power. 2018. Vol. 25, № 3. P. 1–18.
- Collins G.* When Cars Assume Ethnic Identities (дата публикации: 23.06.2013). URL: <https://www.nytimes.com/2013/06/23/automobiles/when-cars-assume-ethnic-identities.html>
- Constitution Act 1982* // A Consolidation of the Constitution Acts 1867 to 1982. Consolidated as of January 1, 2013. P. 53–76. URL: https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/CONST_E.pdf (accessed: 27.01.2017).
- Dowling R.* Cultures of mothering and car use in suburban Sydney: a preliminary investigation // Geoforum. 2000. № 31. P. 345–353.
- Edensor T.* Automobility and National Identity: Representation, Geography and Driving Practice // Theory, Culture & Society. 2004. Vol. 21, № 4–5. P. 101–120.
- Print сегодня.* URL: <https://printsegodnya.ru/ramki-dlya-auto> (дата обращения: 01.03.2020).
- Sheller M., Urry J.* The City and the Car // International Journal of Urban and Regional Research. Vol. 24 (4). December 2000. P. 737–757.
- Six nations Community Profile.* URL: <http://www.sixnations.ca/CommunityProfile.htm> (дата обращения: 01.03.2020).

Статья поступила в редакцию журнала 15 апреля 2020 г.

Bakaeva Elza P.

VISUALIZING IDENTITY: KALMYK NUMBER PLATES AND THE SYMBOLISM OF THE ETHNIC

DOI: 10.17223/2312461X/30/15

Abstract. In the early 2010s, Kalmykia allowed using individual designs for vehicle registration plates to mark one's ethnic and subethnic identity, which has become popular with the Kalmyks. The article examines number plates as ethnic identity markers and analyzes the symbolism of their designs with regard to automobility and the ethnic situation in Kalmykia. The analysis is focused on the number plates developed by both Kalmykia residents and Kalmyk diaspora in the USA. In addition, comparative analysis is conducted on the symbolism behind the two categories of number plates and that behind the number plates used by the indigenous population of Canada. It is shown that changes in ethnic identification affect the design of the Kalmyk number plates. This research material raises the question as to why ethnic symbols become spread in certain societies. In the case of Kalmykia, the spread of ethnic symbols appears to indicate the consolidation of the Kalmyk society on ethnic grounds, on the one hand, and the revitalization of local subethnic identity, on the other. The latter started after the 1990s, while the issue of local subethnic identity as such had been hardly discussed in the Kalmyk society before that. The analysis of the number plates used by the Kalmyks in Kalmykia and the US, as well as by the Canadian Indians, indicates that actual-

ized ethnic identity drives other forms of ethnic identification, with manifestations of these found in the car culture which is central to mobility in urban areas.

Keywords: ethnic identity, space, visualization of identity, number plates as identity markers, Kalmyks

References

- Amerikanskie indeitsy plemen siu zastupilis' za odnoimennui komandu [The Sioux Indians of North America stood up for an eponymous team] (data publikatsii 09.12.2009). Available at: <https://pravo.ru/interpravo/news/view/21552/> (Accessed 1 March 2020).
- Bakaeva E.P. Voprosy etnicheskoi identifikatsii v dokumentakh kalmytskikh buddistov pervoi treti XX v. v kontekste sovremennykh problem issledovaniia etnicheskoi istorii kalmykov [Ethnic identity issues reflected in Kalmyk Buddhists' texts of the 1900s to the 1930s and the current challenges to Kalmyk ethnic history research], Oriental Studies, 2018, no. 4, pp. 59–74.
- Bakaeva E.P. Kalmyki-tsaatany: k probleme proiskhozhdeniya etnicheskoi gruppy i etimologii etnonima [Tsaatan Kalmyks: On the issue of the origins of the ethnic group and etymology of the ethnonym], Vestnik Kalmytskogo instituta gumanitarnykh issledovanii RAN, 2011, no. 2, pp. 68–74.
- Bakunin V.M. Opisanie kalmytskikh narodov, a osoblivye iz nikh torgoutskogo, i postupkov ikh khanov i vladel'tsev. Soch. 1761 g. [Description of the Kalmyk peoples and of the Torghut people in particular as well as of their khans and rulers' deeds]. Elista: Kalm. kn. izd-vo, 1995.
- Basangova T.G. Zhanr uranov v fol'klornoi traditsii kalmykov [The genre of 'uran' (battle-cry) in the folklore tradition of Kalmyks], Novye issledovaniia Tuvy, 2013, no. 4. Available at: https://www.tuva.asia/journal/issue_20/6706-basangova.html (Accessed 1 March 2020).
- Vot eto nomer. V Kalmykii na avtomobili nanosiat znaki etnicheskoi prinadlezhnosti [That is quite something. In Kalmykia, number plates feature ethnic symbols] (data publikatsii 27.03.2013). Available at: <http://smartnews.ru/regions/elista/5759.html> (Accessed 1 May 2019).
- Gogoldanova Z.E.-G. Subetnosy i etnicheskie protsessy v Kalmykii v serедине 80-kh godov XX stoletia (Po materialam statistiko-etnologicheskogo issledovaniia) [Sub-ethne and ethnic processes in Kalmykia in the mid-1980s. Based on statistical and ethnological research]. Avtoref. dis. ... kand. ist. nauk. Moscow, 1994.
- Gosnomera avtomobilei kalmykov soderzhat etnicheskie primety [Kalmykia vehicle registration plates feature ethnic symbols]. 2013a. (data publikatsii 27.03.2013). Available at: <https://www.ridus.ru/news/74967>
- Gosnomera avtomobilei kalmykov soderzhat etnicheskie primety [Kalmykia vehicle registration plates feature ethnic symbols]. 2013b. (data publikatsii 20.01.2014). Available at: <http://asiarussia.ru/news/1654/> (Accessed 1 May 2019).
- Gosnomera avtomobilei kalmykov soderzhat etnicheskie primety [Kalmykia vehicle registration plates feature ethnic symbols]. 2013v. (data publikatsii 27.03.2013). Available at: <https://www.city-n.ru/view/322352.html> (Accessed 1 May 2019).
- Golovnev A.V. Kontseptualizatsiia mobil'nosti v antropologii i etnografii [The conceptualization of mobility in anthropology and ethnography], Ural'skii istoricheskii vestnik, 2018, no. 3(60), pp. 6–15.
- Golovnev A.V., Belorussova S.Iu., Kissner T.S. Web-etnografiia i kiberetnichnost' [Web-ethnography and cyber-ethnicity], Ural'skii istoricheskii vestnik, 2018, no. 1(58), pp. 100–108.
- Gunaev E.A. Ofitsial'noe naimenovanie Respubliki Kalmykii: istoricheskie i politiko-pravovye aspekty [The official name of the Republic of Kalmykia: historical, political and legal aspects], Vestnik Kalmytskogo instituta gumanitarnykh issledovanii RAN (novoe nazvanie – Oriental Studies), 2010, no. 2, pp. 20–26.

- Isakhianian A.Z. Avtomobil'naia kul'tura v kontekste sovremennoykh kontseptsii prostranstva [The automotive culture in the context of contemporary concepts of space], Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria: Filosofia. Sotsiologiya. Politologiya, 2016, no. 4(36), pp. 166–173.
- Kononenko R.V. Avtomobil'nost' v Rossii [Automotive culture in Russia]. Moscow: OOO «Variant», TsSPGI, 2011.
- Kuznetsov A. Kosmopolitika implitsitnykh innovatsii gorodskoi mobil'nosti: gibkost', neopredelennost', infrastruktury [The cosmo-politics of implicit innovation in urban mobility: Flexibility, uncertainty and infrastructures]. In: Rossiiskaia antropologija i “ontologicheskii poverot” [Russian anthropology and the ‘ontological turn’]. Vol. 2. Moscow, 2017, pp. 25–291.
- Lamazhaa Ch.K. Problemy opredeleniia i izucheniiia subetniceskikh grupp tuvintsev [Sub-ethnic groups of the Tuvs: Problems of definition and research], Novye issledovaniia Tuvy, 2017, no. 1. Available at: <https://nit.tuva.asia/nit/article/view/693> (Accessed 1 March 2020).
- Linder V. I. Liakross [Liakross]. In: Bol'shaia rossiiskaia entsiklopediia: v 35 t. [The Great Russian Encyclopedia, 35 volumes]. Ed. by Iu.S. Osipov. Moscow: Bol'shaia rossiiskaia entsiklopediia, 2004–2017. Available at: <https://bigenc.ru/sport/text/2163248> (Accessed 2 March 2020).
- Maksimov K.N., Van'kaev Iu.K. Stepnoe Ulozenie – vazhnyi shag v razvitiu gosudarstvennosti Kalmykii [The Steppe Law Code, an important step in the development of statehood in Kalmykia]. In: Vybor Kalmykii [The choice of Kalmykia]. Elista: KION RAN, 1995.
- Maksimova D.D., Sokolov V.I. Korennye narody Kanady: evoliutsiia otoshenii s gosudarstvom [The aboriginal peoples of Canada: Evolution of relations with the government], SShA. Kanada. Ekonomika, politika, kul'tura, 2010, no. 12, pp. 55–72.
- Mal'kova V.K., Tishkov V.A. Kul'tura i prostranstvo Kniga pervaia. Obrazy rossiiskikh respublik v Internete [Culture and space. Book 1. The online images of the Russian republics]. Moscow: IEA RAN, 2009.
- Mal'kova V.K., Tishkov V.A. Antropologija istoriko-kul'turnykh brendov territorii, regionov i mest [The anthropology of historical and cultural branding of territories, regions and sites]. In: Kul'tura i prostranstvo. Kniga vtoraja. Istoriko-kul'turnye brendy territorii, regionov i mest [Culture and space. Book 2. Historical and cultural branding of territories, regions and sites]. Moscow: IEA RAN, pp. 6–57.
- Medvedev V.V. Avtomobil' kak marker identichnosti: istoricheskie aspekty [Car as a marker of identity: Historical aspects], Izvestia Altaiskogo gosuniversiteta. Istoricheskie nauki i arkheologija, 2019, no. 6(110), pp. 67–74.
- Mishchenko D. Nadpisi na taksi v Abidzhane (Kot-d'Ivuar) [Signs on taxis in Abidjan (Ivory Coast)], Antropologicheskii forum, 2015, no. 24, pp. 155–169.
- Natsional'nyi sostav naseleniiia [The ethnic composition of the population]. In: Vserossiiskaia perepis' naseleniiia [The Russian Census]. 2010. Available at: https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-01.pdf (Accessed 10 April 2020).
- Ramki pod nomera individual'nye [Individual designs of number plates]. Available at: <https://kscomplect.ru/products/category/ramki-pod-nomera-individualnye> (Accessed 10 April 2020).
- Rostova A.V. Sposoby konstruirovaniia identichnosti avtoliubiteli: gendernye aspekty [Car lovers: gender aspects of constructing identity], Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii: sostoianie, tendentsii, perspektivi, 2015, no. 1(4), pp. 211–216.
- Sokolov V.I. Mnogoetnichnost' kak osnova stanovleniya kanadskogo obshchestva (vystuplenie na Mezhdunarodnoi konferentsii “Kanada i Rossiiia: ekonomika, politika, mul'tikulturalizm” [Multiple ethnicities as a basis for and a source of the development of the Canadian society (a presentation delivered at the International Conference ‘Canada and Russia:

- Economics, Politics, Multiculturalism')], SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura, 2016, no. 12(564), pp. 52–58.
- Tishkov V.A. Novye formy obshchestvennoi aktivnosti kanadskikh indeitsev [New forms of social activism among the Canadian Indians]. In: Istoricheskie sud'by amerikanskikh indeitsev (problemy indeianistiki) [The historical fate of the American Indians. Issues in Indian Studies]. Moscow: Nauka, 1985. pp. 328–338.
- Top-10 populiarnykh fraz na kalmytskom iazyke [Top-10 popular phrases in the Kalmyk language] (data publikatsii 29.03.2017). Available at: <https://uralan.info/index.php/nashazhizn/item/5821-top-10-populyarnykh-fraz-na-kalmytskom-yazyke> (Accessed 1 March 2020).
- Transgranichnaia kul'tura: ocherki sravnitel'no-sopostavitel'nogo issledovaniia traditsii zapadnykh mongolov i kalmykov: Monografija [Transborder culture: Comparative research essays on the tradition of Western Mongols and Kalmyks]. E.P. Bakaeva, K.V. Orlova, D.N. Muzraeva et al. Elista: KalmNTs RAN, 2016.
- Ukaz Prezidenta Rossiiskoi Federatsii ot 10.02.1996 g. № 173 “O vkluchenii novogo naimenovaniia sub”ekta Rossiiskoi Federatsii v stat'u 65 Konstitutsii Rossiiskoi Federatsii” [The Presidential Decree No. 173 dated 10 February 1996, titled ‘On the inclusion of a new name of a Russian region in Article 65 of the Constitution of the Russian Federation’]. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45863>.
- Urry J. Mobil'nosti [Mobilities]. Transl. from English by A.V. Lazareva, introduction by N.A. Kharlamov. Moscow: Praksis, 2012.
- Frenk G.Iu. Etnoiazykovye problemy korennykh narodov Kanady [The aboriginal people of Canada: Ethno-linguistic issues], Vestnik kul'tury i iskusstv, 2017, no. 1(49), pp. 86–91.
- Khalginova N. Bart – eto soglasie! [Bart means agreement!], Stepnye vesti. Internet-gazeta. 12 iiunia 2018 g. Available at: <http://tegrk.ru/archives/37716> (Accessed 10 April 2020).
- Kharlamov N. Novoe obshchestvo ili novaia nauka ob obshchestve? Sotsiologija mobil'nostei Dzhona Urri [New society or new social science? The sociology of mobilities by John Urry]. In Urry J. Mobil'nosti [Mobilities]. Transl. from English by A.V. Lazareva, introduction by N.A. Kharlamov. Moscow: Praksis, 2012, pp. 7–58.
- Chemova Iu.P. Avtomobil'naia kul'tura: analiz cherez prizmu sotsiologii mobil'nostei Dzh. Urri [Car culture: An analysis through the prism of John Urry's sociology of mobility]. In: Sotsial'nye kommunikatsii: professional'nye i povsednevnye praktiki: sbornik statei [Social communications: Professional and daily practices: A collection of papers]. Vol. 6. St. Petersburg.: Intersotsis, Skifia-print, 2018, pp. 348–353.
- Print segodnya* [Print today]. Available at: <https://printsegodnya.ru/famki-dlya-auto> (Accessed 1 March 2020)
- Sharayeva T.I. Uran torgutov (po dannym polevykh issledovanii) [The Torghut uran: Some field research data]. In: Problemy etnogeneza, etnicheskoi istorii i kul'tura turko-mongol'skikh narodov [Issues of ethno-genesis, ethnic history and culture of the Turkic and Mongol peoples]. Elista: KalmGU, 2007, pp. 105–113.
- Shchepanskaia T.B. Sravnitel'naia etnografia professii: povsednevnye praktiki i kul'turnye kody (Rossiya, konets XX – nachalo XXI v.) [The comparative ethnography of the profession: Daily practices and cultural codes. Russia, the late 20th to the early 21st centuries]. St. Petersburg: «Nauka», 2010.
- Shchepanskaia T.B. Dvizhenie i veshch': opyty chteniia avtomobilia v potoke [Movement and thing: Attempt at a reading of an automobile in traffic], Etnograficheskoe obozrenie, 2016, no. 5, pp. 53–66.
- Shchepanskaia T.B. Vegikuliarnye markery i sotsial'naia kommunikatsiia v “potoke” [Traffic: Vehicular markers and social communication]. In: Rossiiskaia antropologija i “ontologicheskii poverot” [Russian anthropology and the ‘ontological turn’]. Vol. 2. Moscow, 2017, pp. 295–328.
- Shchepanskaia T.B. Dvizhenie v megapolise: vremia i telo [Moving in the megalopolis: Time and the body], Kunstkamera, 2018, no. 1, pp. 48–59.

- Alam Y. Automatic transmission: Ethnicity, racialization and the car, *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 2018, Vol. 25, no. 3, pp. 1–18.
- Collins G. *When cars assume ethnic identities* (publication date 23.06.2013). Available at: <https://www.nytimes.com/2013/06/23/automobiles/when-cars-assume-ethnic-identities.html>
- Constitution Act 1982. In: *A consolidation of the Constitution Acts 1867 to 1982*. Consolidated as of January 1, 2013, pp. 53–76. Available at: https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/CONST_E.pdf (Accessed 27 January 2017).
- Dowling R. Cultures of mothering and car use in suburban Sydney: A preliminary investigation, *Geoforum*, 2000, no. 31, pp. 345–353.
- Edensor T. Automobility and national identity: Representation, geography and driving practice, *Theory, Culture & Society*, 2004, Vol. 21, no. 4–5, pp. 101–120.
- Sheller M., Urry J. The city and the car, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2000, Vol. 24 (4), pp. 737–757.
- Six nations Community Profile*. Available at: <http://www.sixnations.ca/CommunityProfile.htm> (Accessed 1 March 2020).