

## ФИЛОСОФИЯ

УДК 304.2, 304.9, 304.444, 7.077

DOI: 10.21779/2500-1930-2019-34-3-69–76

**Г.Э. Шалагина**

### **Фейкlorизация в этническом туризме: риски и альтернативы**

*Казанский национальный исследовательский технологический университет; Россия, 420015, г. Казань, ул. Карла Маркса, 68; galanova@rambler.ru*

Обосновывается необходимость антропологической и этнологической экспертизы инновационных креативных индустрий (этнический туризм, а также связанные с ним народные ремесла, творчество и дизайн, кондитерское и поварское дело, ресторанный бизнес, технологии моды, ювелирное дело, кулинария и т. п.). Курс на либерализацию экономики, выраженный в Федеральном законе «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход” в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)», поддержка образовательного сегмента среднего профессионального образования, что выражается в организации и проведении в России (г. Казань) 45-й Чемпионат мира по профессиональному мастерству «Worldskills Kazan 2019» 22–27 августа 2019 г., цифровизация, особенности креативных индустрий, особая роль туризма, а также наметившиеся тенденции в антрополого-этнологическом и гуманитарном образовании составляют новый социально-экономический аспект заявленной проблемы. Актуальность поставленной проблемы обусловлена наметившимся риском фейкlorизации аутентичного историко-культурного наследия в условиях либерализации и цифровизации значимого сегмента постиндустриальной экономики – этнического туризма. Термин *фейкlorизация* используется в значении стратегии сознательного (в погоне за прибылью) либо спонтанного (в силу дилетантизма) искажения аутентичного историко-культурного наследия. В качестве возможной альтернативы риску фейкlorизации рассмотрена идеология археоавангарда, которая является основой корректного понимания концепта устойчивого развития.

Ключевые слова: *антропологическая экспертиза, креативные индустрии, цифровая коммодификация, археоавангард, устойчивое развитие, инновационизм, моральная транзиторность, постмодернизм.*

Туризм представляет сегодня растущий сегмент креативной индустрии. При этом этнический туризм как отрасль туристической индустрии многогранен и все еще нуждается в определении и анализе, дифференциации от ностальгического, религиозного, паломнического, фермерского, гастрономического, аграрного и иных видов туризма. Этнический туризм сегодня не только связан с погружением в старину, этнографическую обрядовость, с желанием почувствовать аутентичность прошлого, но и представляет собой совокупность различных форм туристической активности, стремящейся познать региональные, локальные аспекты культуры современных этнических и этносоциальных групп. Мейнстрим этнического туризма все же демонстрирует нацеленность на использование традиционного этнографического материала, на знакомство с опытом прошлого, в то время как современная мультикультурная повседневность сегодня уже является в большей степени «надэтнической». Установка на «погружение в старину» с реальной привязкой к контекстам либеральной, цифровой постиндустриальной эконо-

мики и составляет, с одной стороны, условие востребованности этнотуров, а с другой – риски, о которых пойдет речь в статье.

Под влиянием растущей туристической индустрии с 1960-х годов XX века искусственно создается псевдофольклор, так называемый фейклор. Термин предложил Р. Дорсон для изучения того, как литературный персонаж начинает восприниматься в качестве реального народного героя, фактически будучи псевдофольклорным. Исследования «фальшлора», «псевдо-», «нео-», «квазифольклора» (Е.М. Береговская), «постфольклора» (В.П. Аникин) и других новых форм фольклора сегодня проводятся лингвистами, филологами, музыковедами, этнографами. Что же есть фольклор в сути своей? Не является ли время фольклора навсегда ушедшим? [1] Изучается воздействие идеологии на становление нового фольклора на примере СССР [2], исторических условий, таких, как отсутствие архаики, на примере США [3]. Выявлено влияние городской классовой структуры на бытование такого исконно сельского явления, как фольклор [4].

Потребитель с юмором относится к тому, что мы называем фейкlorизацией, как к неизбежному злу в туриндустрии, – так же, как «прощает» авторам шедевров искусства отступления от исторической правды. Павел Лунгин в своих интервью относительно исторических неточностей в фильме «Царь» сам рекомендовал за правдой обращаться в архив, «режиссер должен не реальность строить, а построить то, что существует у него в голове»<sup>1</sup>. Однако искажение историко-культурного наследия набирает сегодня массовый размах в области этнического туризма. Его масштабы позволяют говорить не только о фейклоре, но и о фейкlorизации как о намеренной (в погоне за прибылью) или спонтанной (в силу дилетантизма) стратегии искажения аутентичного историко-культурного наследия в условиях либерализации экономических условий ведения бизнеса в растущих креативных индустриях. В настоящей статье фейкlorизация рассмотрена через призму социально-экономических факторов: постиндустриализма, либерализации экономики, цифрофизации, а также тенденций в антропологическом образовании.

Тема фейкlorизации предстает в разных «дискурсивных обложках». Это прежде всего искусствоведческий, музейный подход, предполагающий поддержание высокой научно-просветительской планки в сохранении историко-культурного наследия [5, с. 142]. Исследования по классической этнологии демонстрируют то, что коммерческая актуальность туриндустрии представляет собой дополнительный вызов исследователю, который привычно смотрит «сквозь» нее, фиксируясь на информативной ценности исполненного обряда<sup>2</sup>. Для стран, в которых именно транзитно-сервисные услуги оказываются очень значимым сегментом экономики, фейкlorизация даже может поспособствовать политическому конфликту. Осуществление этнотуристических услуг выход-

---

<sup>1</sup> Царь и царица. Павел Лунгин создал фильм, над которым надо думать (интервью Т. Хорошиловой с П. Лунгиным) [Эл. ресурс]: <https://rg.ru/2009/10/29/czar.html>, 15.07.2019, свободный.

<sup>2</sup> Становлению идей, представленных в статье, поспособствовала работа автора в состоявшемся в г. Казани 2–6 июля 2019 г. XIII Конгрессе антропологов и этнологов России «Системы родства, связей и коммуникаций в истории человечества: антропологический аспект». Основным интересом на XIII КАЭР вызвала секция «Этнография и туризм: теория и практика взаимодействия». Однако и на других секциях, в которых удалось поучаствовать, поднималась заявленная в статье тема. В секции «Коммуникации между живыми и мертвыми: практики, аффекты, тексты» прозвучал доклад О.Б. Христофоровой «Культовый предок между коммеморацией и коммерцией: эгунгун в современной Нигерии», затрагивающий тему влияния коммерции на обряд.

цами из России без должного знания аутентики Грузии в условиях либеральной грузинской экономики во многом инспирировало межэтническую напряженность, зафиксировать которую удалось в интернет-чатах экскурсоводов за полтора года до разразившегося в июне 2019 г. кризиса [6, с. 139–140]. Культура сегодня – это не только индустрия, но и поле политических баталий. Постмодернизм – это режим идиосинкразии и дедифференциации, эстетическая сфера здесь колонизирует политику, мораль, науку [7, с. 84], культурное тождественно политическому [8], а «личное политично» согласно базовому положению феминизма.

Растущая креативная индустрия этнического туризма, а также связанные с ней народные ремесла, услуги, творчество и дизайн, ювелирное, кондитерское и поварское дело, хлебопечение, ресторанный сервис, технологии моды и др., являются новыми точками роста постиндустриальной экономики. Эти сферы, являясь «материальными», фактически служат духовному производству, направленному на создание «на выходе» ментального продукта экономики впечатлений с возможностью его коммодификации и коммерциализации. Материальный труд ремесленников, демонстрировавших свой профессионализм и компетенции по заявленным выше направлениям на Мировом чемпионате по профессиональному мастерству «Worldskills Kazan 2019», 22–27 августа 2019 г. фактически представляет собой огромный материальный «станок» креативных индустрий, который материальным образом производит конечную цель своей деятельности – идеальный, духовный продукт, впечатления и эмоции, столь востребованные в «обществе эмоционального капитализма» (В. Куренной), в «обществе впечатлений» (Г. Шульце). Эти креативные индустрии, как и этнический туризм, «ответственны» за мутацию фольклора в фейклор. Спрос на ментальные продукты, сегодня обусловлен не только рекреационными задачами. Впечатления являются важной питательной почвой для формирования морального статуса участника общественного производства в постиндустриальном мире, а также качества нематериальных продуктов его труда в условиях информационной экономики. Творить могут только свободные и счастливые – это исходит из природы творческого труда. Необходимость приведения человека в счастливое состояние, как это не цинично звучит, обусловила возникновение «индустрии счастья» в наши дни, а также социально-философский интерес к теме счастья, досуга, в форму которого сегодня облачаются некоторые новые религиозные движения, к теме туризма.

Растущая креативная индустрия этнического туризма – это продукт постиндустриального, постмодерного общества. Культура, духовное креативное производство составляет сегодня не только интерес повышенного спроса, но и значимый сегмент занятости. Этот сегмент будет только увеличиваться в силу тенденции к либерализации экономики, выраженной в Федеральном законе от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)»<sup>1</sup>. Самозанятость предполагает упрощение экономической вовлеченности человека в креативную индустрию, о счастливом преимуществе которой писал Р. Флорида: «В известной степени Карл Маркс был прав, предсказывая, что когда-нибудь трудящиеся получают контроль над средствами

---

<sup>1</sup> Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима “Налог на профессиональный доход” в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)» от 27.11.2018 № 422-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_311977/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/), 15.07.2019, свободный.

производства. Это уже начинает происходить, однако не по тому сценарию, который представлял себе Маркс, – с восстанием пролетариата, захватывающего фабрики. Сейчас люди в большей мере, чем когда-либо, контролируют средства производства, потому что последние находятся у них в голове; мозг и есть средство производства» [9, с. 52]. Скажем несколько иначе: культура, религиозная либо светская духовность человека, его творческий потенциал – вот то, что является главным и при этом нематериальным «уставным капиталом» креативных индустрий. Приоритет использования именно нематериального ресурса в сегменте самозанятости очевиден: обладатели статуса самозанятого – это не салиариат, не крупные предприниматели, а те, кого Г. Стэндинг определяет как «новый опасный класс», прекариат [10]. Это те, кто не владеют какими-либо солидными материальными активами, позволившими бы занять более высокие экономические позиции, это те, кто, не имея гарантий занятости, составляют «Систему Д» (от фр. *se débrouiller* – “выпутаться, справиться, выйти из затруднения без посторонней помощи”) [11, с. 95–96].

Росту креативных индустрий, в том числе этнического туризма, способствуют цифровые инфокоммуникационные технологии. Совместное потребление, выраженное в туризме в концепции прогулки с местным жителем, который, не являясь профессионалом-краеведом, тем не менее покажет «свой собственный город», движение качучсерферов, позволяющих путешественнику окунуться в атмосферу жизни местных, появление многочисленных «народных экскурсоводов», предлагающих «впечатления» на Arbnb, – вот тенденции нашего времени [12, с. 143–144].

Дигитальный аспект фейкlorизации связан с текучим, временным, неопределенным статусом сети Интернет<sup>1</sup>. Это наблюдение входит в противоречие с уже укоренившимся в социальной теории представлением о дигитальном как о жестком «теле культуры», о дигитальной коммодификации как о надежном способе хранения источников (на это направлены усилия по оцифровке архивов), о цифровой реальности как о «recorded culture», основании принципиально новой структурной концепции культуры [13, с. 113–116]. Дигитальное представляет собой особую материю, для раскодирования и доступа к ней необходим технический посредник – технологический уклад общества, который при всей иллюзорности дисперсности, децентрализованности, распределенном характере на самом деле централизован и легко управляем. Что сохранится в архивах о жизни поколения «цифровых аборигенов»? Что сохранится о них в исторической памяти, если не управлять сегодня трендами нарастающей фейкlorизации? Не стоит испытывать иллюзий относительно повышения «сроков хранения» историко-культурного наследия в дигитальную эру. Основным носителем исторической памяти по-прежнему является «биологическая флэшка»-человек.

Риски фейкlorизации аутентичного культурно-исторического наследия усиливаются в связи с тревожными тенденциями в антропологическом образовании [14, с. 36–43]. Приведенные в докладе О.Ю. Артемовой данные, а именно сокращение ставок на профильных кафедрах, уменьшение контрольных цифр приема по направлению «Антропология и этнология», могут привести к тому, что в сфере этнического туризма будут преобладать стратегии грамотного и успешного маркетинга впечатлений, лидиро-

---

<sup>1</sup> Руководитель секции «Устная история как метод и источник этнологических и антропологических исследований» XIII КАЭР Т.К. Щеглова обозначила проблему модернизации архивной деятельности в ответ на вызовы цифровизации. Сообщество устных историков скептически настроено к возможности использования дигитальных источников «плохописи» (термин Н.Н. Козловой), таких, как смс-сообщения, чаты и, что входит в противоречие с укоренившимся в социальной теории представлением о дигитальном.

вать самый светлый и страстный энтузиазм и хорошее любительство в духе концепции Э. Мери菲尔да [11], но без должного профессионализма. Курс на цифровизацию экономики предполагает высокое число специалистов в области техники и должное внимание к числу контрольных цифр приема на инженерно-технические специальности, которым в будущем предстоит обслуживать «дигитальное тело культуры». Количество часов на гуманитарную подготовку инженера при этом сокращается, гуманитарное образование порой не достигает своего адресата. Инновационные креативные индустрии в развлекательно-познавательной форме эдьютейнмента (edutenment), в том числе и в области этнического туризма, порой закрывают этот информационный пробел, но нуждаются в грамотной антропологической и этнологической экспертизе, иначе ироничный постмодернизм сменится новым средневековьем.

Риски этнического конфликта на почве дилетантизма «народных экскурсоводов», даже в условиях, когда образование, в том числе антрополого-этнологическое, становится всего лишь гуманитарной услугой, конечно, не актуальны для России, где индустрия туризма пока не является основной и уступает нефтегазовой отрасли. Однако для нас силен риск фейкlorизации, *намеренного в погоне за прибылью или спонтанного в силу дилетантизма искажения аутентичного историко-культурного наследия в условиях либерализации экономических условий ведения бизнеса в растущих креативных индустриях, в частности в этнотуризме.*

Одной из причин экзистенциального запроса на этнический туризм, с одной стороны, и возможной мировоззренческой альтернативой постмодернистской фейкlorизации, с другой стороны, в современном мире является идеология археоавангарда<sup>1</sup>. О ней в заключительной части статьи.

Согласно стороннику археоавангарда В. Кутырёву, человеку следует вмешиваться в происходящее в социуме в зависимости от текущего состояния. В традиционные эпохи, когда нормой была установка на сохранение, авангард общества должен был, преодолевая стагнацию, выступать локомотивом модернизации. Напротив, «в эпоху возрождения, т. е. трансмодернизма, когда посредством человека начинает развиваться техника, основные рефлексивные способности людей должны быть направлены на то, чтобы грести против течения», – пишет В. Кутырёв [15, с. 123]. Действительно, сегодня мы живем в условиях *инновационизма*, который представляет собой мировоззренческую установку на перманентную новизну производимых товаров и услуг, идеологию постоянной людской готовности к переменам [16, с. 199]. Скорость трансформации вещного базиса сегодня не антропомерно завышена: чтобы быть инновационным, предприятие должно раз в 3 года изменять параметры выпускаемой продукции, как следствие – изменяются производительные и потребительские навыки<sup>2</sup>. В результате наша этика становится транзиторной, искусственно динамизируется морально-нравственная сфера, которая и К. Марксом и М.К. Мамардашвили мыслилась в качестве консервативного противовеса экономическому базису. В. Кутырёв считает, что сегодня человечеству нужно жить по логике сопротивления, практиковать «философию

---

<sup>1</sup> Термин *археоавангард* ввел в философский язык С. Дмитриев – аспирант Ф.И. Гиренка, назвав так творчество своего наставника.

<sup>2</sup> Объем инновационных товаров, работ, услуг / Федеральная служба государственной статистики. 1999–2016. Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/nauka/minnov-3.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/nauka/minnov-3.htm), 15.07.2019, свободный.

сохранения». В условиях господства инновационизма сознательные усилия людей должны носить тормозящий характер, обращать человека «вперед – в прошлое»<sup>1</sup>.

Иллюстрацией археоавангарда выступает фестиваль «Том Соьер фест», суть которого – косметический ремонт домов, не являющихся историческими памятниками. Результатом становятся редкие городские островки инклюзивной архитектурной полистилистики, основанной на уважении к частной собственности, когда старинный деревянный особняк вполне может соседствовать с дворцом из стекла и бетона. В организации и проведении в России (г. Казань) «Worldskills Kazan 2019» выражается поддержка не только образовательного сегмента среднего профессионального образования, но и движения по возрождению интереса к традиционным ремеслам, характерного для археоавангарда. Именно из идеологии археоавангарда проистекает концепция устойчивого развития. *Устойчивое развитие* – это развитие, предполагающее обязательную устойчивость того, что развивается.

Бытие и становление – два полюса и философского мышления (метафизика и диалектика) и самого бытия. «В сознании людей первый полюс представлен идеологией консерватизма, радикальное прочтение которой означает стремление к удержанию вещей в их косности, изъятию из времени, которое всегда иное. Второй полюс представлен идеологией новационизма, радикальное прочтение которой означает стремление к разрушению идентичности вещей, их изъятию из бытия», – пишет В. Кутырёв [15, с. 120]. Целью человеческой деятельности, по мысли автора, должно быть бытие, а не становление. Человек и сам интуитивно выбирает бытие, консерватизм – соратник счастья [16, с. 200]. Вкладываться в становление человека заставляет не экзистенциальная потребность, а экономический инновационизм и навязанные извне темпы социального роста. Со времен Петра I идеи модернизации и цель «догнать Запад» создавали в России транзиторный социокультурный фон. Об этом хорошо сказал М. Салтыков-Щедрин: «Есть на свете места, где все времена переходные». Происходившая в XX веке частая смена политических режимов каузировала релятивизацию смысложизненных установок, привела к тому, что Россия стала «страной победившего постмодернизма», несмотря на то, что такая релятивизация традиционно приписывается влиянию западного постмодернизма. Особенность российского постмодерна как «мироощущения эпохи» в том, что постмодернистские идеи и настроения (этический релятивизм, художественная полистистика, фейкlorизация) находят непосредственный выход в нравственном состоянии общества, в социальной жизни, а не только в искусстве и в классически понимаемой культуре.

Возможно, усмотрение *трансформации* объекта там, где имеет место его замена на *иное*, срабатывает как «родовое проклятие» диалектической оптики, преодолеть которое необходимо тогда, когда мы имеем дело не с природными объектами «самими по себе», а с сознательными или инспирированными извне действиями *людей*, как в случаях фейкlorизации. Археоавангардная трактовка этнического туризма предполагает осознанное включение этнических компонентов в стилистически современную продукцию креативных индустрий, а не подражание старине, художественное сочетание этнических элементов с авангардом, а не имитацию народного.

Идеология археоавангарда способна удовлетворить экзистенциальную потребность, которая мотивирует современника обращаться к продукции этнического туриз-

---

<sup>1</sup> Так назывался творческий конкурс для школьников, проведенный в КНИТУ: Творческий конкурс «Вперед – в прошлое 2017». [Эл. ресурс]: <http://www.kstu.ru/event.jsp?id=80434>, 15.07.2019, свободный.

ма, являясь бытийственной альтернативой фейкlorизации историко-культурного наследия. Действенным ответом на риски фейкlorизации в условиях либерализации и цифровизации постиндустриальной экономики является подготовка специалистов, задачей которых будет не только экономическая занятость в инновационных креативных индустриях, но и комплексная антропологическая и этнологическая экспертиза последних.

### Литература

1. Неклюдов С.Ю. После фольклора // Живая старина. – 1995. – № 1. – С. 2–4.
2. Илюха О.П. «Руна о задержании шпиона»: государственная граница в советском фольклоре и пропагандистском дискурсе 1930-х годов // Альманах североевропейских и балтийских исследований. – 2018. – Вып. 3. – С. 123–142.
3. Сазанович Л.В. Американские народные традиции в контексте мирового фольклора // Young Scientist. – 2014. – № 1 (04). – С. 71–73.
4. Поздеев В.А. Фольклор и литература в контексте «третьей культуры»: дис. ... д-ра филол. наук. Спец. 10.01.09 «Фольклористика», 10.01.01 «Русская литература»; Моск. гос. открытый ун-т им. М.А. Шолохова. – М., 2003. – 424 с.
5. Любчанский И.Э., Мальцева О.Ю. Этнокультурный проект как вариант событийного туризма, опыт заповедника «Аркаим» // XIII Конгресс антропологов и этнологов России: сб. материалов (г. Казань, 2–6 июля 2019 г.) / отв. ред. М.Ю. Мартынова. – М.; Казань: ИЭА РАН, КФУ, Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2019. – 516 с.
6. Веселовская О.В. Дилетантизм в туризме как источник этнических конфликтов // XIII Конгресс антропологов и этнологов России: сб. материалов (г. Казань, 2–6 июля 2019 г.) / отв. ред. М.Ю. Мартынова. – М.; Казань: ИЭА РАН, КФУ, Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2019. – 516 с.
7. Лэш С. Постмодернизм как культурная парадигма / пер. с англ. А.В. Кудрявцева // Контексты современности – I: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории; хрестоматия; пер. с англ. и нем. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань: Изд-во Казан ун-та, 2000. – 176 с.
8. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма / пер. с англ. Д. Кралечкина, под науч. ред. А. Олейникова. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2019. – 808 с.
9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинова. – М.: Классика – XXI, 2011. – 432 с.
10. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – 328 с.
11. Мэрифилд Э. Любитель. Искусство делать то, что любишь. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2018. – 200 с.
12. Шалагина Г.Э. Инновационные тренды совместного потребления в этническом туризме: к вопросу о «новом средневековье» // XIII Конгресс антропологов и этнологов России: сб. материалов (г. Казань, 2–6 июля 2019 г.) / отв. ред. М.Ю. Мартынова. – М.; Казань: ИЭА РАН, КФУ, Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2019. – 516 с.
13. Томпсон Дж. Основные концепции культуры / пер. с англ. С.А. Ерофеева // Контексты современности – I: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории; хрестоматия. – Казань, 2000. – 176 с.
14. Артемова О.Ю. Академические исследования в высшей школе (из опыта двадцати лет работы) // XIII Конгресс антропологов и этнологов России: сб. материалов

(г. Казань, 2–6 июля 2019 г.) / отв. ред. М.Ю. Мартынова. – М.; Казань: ИЭА РАН, КФУ, Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2019. – 516 с.

15. *Кутырев В.А.* Время Mortido. – СПб.: Алетейя, 2012. – 336 с.

16. *Шалагина Г.Э.* Понятие счастья в условиях инновационизма и моральной транзиторности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 11 (85). – С. 198–201.

*Поступила в редакцию 28 августа 2019 г.*

UDC 304.2, 304.9, 304.444, 7.077

DOI: 10.21779/2500-1930-2019-34-3-69–76

### **FakelORIZATION in ethnic tourism: risks and alternatives**

***G.E. Shalagina***

*Kazan National Research Technological University (KNRTU); Russia, 420015, Kazan, Karl Marks st., 68; galanova@rambler.ru*

The necessity of anthropological and ethnological expertise of innovative creative industries (ethnic tourism, folk crafts, art and design, confectionery and cookery, restaurant business, fashion technology, jewelry, etc.) is substantiated. The policy of liberalizing the economy, expressed in the Federal Law «On the experiment to establish a special tax regime» Professional income tax» in a federal city of Moscow, in Moscow and Kaluga regions, as well as in the Republic of Tatarstan (Tatarstan)», support for the educational segment of the secondary professional education, which is expressed in the organization and conduct in Russia (Kazan) of the World Championship on professional skills «Worldskills Kazan 2019» August 22–27, 2019, digitalization, features of creative industries, the special role of tourism, as well as emerging trends in anthropological, ethnological and humanitarian education constitute a new social and economic aspect of the stated problem. The relevance of the problem posed is due to the emerging risk of fakelORIZATION of authentic historical and cultural heritage in the context of liberalization and digitalization of a significant segment of the post-industrial economy – ethnic tourism. The term fakelORIZATION is used in the meaning of the strategy of conscious (in pursuit of profit) or spontaneous (due to dilettantism) distortion of the authentic historical and cultural heritage. The ideology of archaеоavant-garde, which is the basis for a correct understanding of the concept of sustainable development, is considered as a possible alternative to the risk of fakelORIZATION.

Keyworlds: *anthropological expertise, creative industries, digital commodification, archaеоavant-garde, sustainable development, innovationism, moral transitivity, postmodernism.*

*Received 28 August, 2019*