

**Е.А. ГРАНКИНА, Е.Я. БУРЛИНА**

# **ЯЗЫКИ ПУТЕШЕСТВИЙ: ОТ ПОВСЕДНЕВНОГО КОНСЮМЕРИЗМА ДО ГУМАНИТАРНОГО ПРОСТРАНСТВА БУДУЩЕГО**

Статья посвящена гуманитарным аспектам текстуальности путешествия. Авторы полагают, что конструирование любого туристического опыта связано с особой ценностной, символической реальностью, таким образом «язык» путешествия обуславливается определённым культурным кодом, некоторые вариации которого представлены в данной работе.

**Ключевые слова:** гуманитарное пространство, путешествие, язык путешествия, город

**Гранкина Евгения Александровна** - очный аспирант кафедры философии, Самарская государственная областная академия (Наяновой). E-mail: [evgeniagralkina@gmail.com](mailto:evgeniagralkina@gmail.com)

**Бурлина Елена Яковлевна** - доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой философии и культурологии, Самарский государственный медицинский университет. E-mail: [bis17@mail.ru](mailto:bis17@mail.ru)

**E.A. GRANKINA, E.Y. BURLINA**

# **LANGUAGES OF TRAVEL: FROM DAILY CONSUMERISM TO HUMANITARIAN SPACE OF THE FUTURE**

The article is devoted to humanitarian aspects of textualism of travel. The authors believe that designing any tourist experience is associated with axiological, symbolical reality. Thus, the «language» of travel is caused by a certain cultural code, some variations of which are presented in this work.

**Keywords:** humanitarian field, travel, travel language, city.

**Evgenia A. Grankina** - postgraduate student at the Department of Philosophy, Samara State Regional Academy (Nayanova). E-mail: [evgeniagralkina@gmail.com](mailto:evgeniagralkina@gmail.com)

**Elena Y. Burlina** - Doctor of Philosophy, Professor, head of the Department of Philosophy and Cultural Science, Samara State Medical University. E-mail: [bis17@mail.ru](mailto:bis17@mail.ru)

Современные разновидности туристических практик едва ли возможно осмыслить в контексте той культурной традиции, которая была сформирована «архаическими» формами путешествий (военный поход, странствие купцов, паломничество, освоение земель) [19]. В настоящее время туристическая сфера, как никакая другая, зависит от нематериальных, гуманитарных факторов: «путешествие - это способ измерения пространства культуры» [18].

Следуя за мыслью Ю.М. Лотмана о том, что всякая структура, обслуживающая сферу социального общения, есть язык, а это означает, что она образует определённую систему знаков - элементов, которые имеют значение (курсив Ю.М. Лотмана) и, таким образом, могут служить средством *передачи смысла* [15, с. 5], мы утверждаем, что в настоящее время одной из таких структур может быть путешествие. Оно представляется культурно-философской категорией, определённой знаковой системой, т.е. текстом. Таким образом, «язык» путешествия обуславливается неким культурным кодом - совокупностью символов и значений, заключен-

ных как в способе совершения поездки, так и в текстуальности самого пространства путешествия.

«В непрерывном процессе символической репрезентации места формируется более или менее стабильная сетка семантических констант» [1, с. 11], таким образом, формируется локальный текст, определяющий восприятие места и отношение к нему. И этот текст зачастую становится текстом путешествия. У В.С. Вахштайна есть меткая метафора: говоря о каком-либо городе, он выделяет в его бытии «хард» (городское пространство и инфраструктуру) и «софт» (городские нарративы, идеологии, дискурсы и прочее) [10], таким образом утверждая неразделимость самого места и говорения о нём. В связи с чем появляется необходимость в дополнительном понятии «гуманитарное пространство», позволяющее уловить и рационализировать такие метафоры как «душа места» [3], его *genius loci*, ментальное пространство. Это понятие подразумевает ценностную и смысловую наполненность, отражённую в фундаментальных представлени-

ях о пространстве-времени. Гуманитарное пространство появляется тогда, когда «возникает новая, неведомая прежде, реальность, которая не проходит ни по ведомству искусства, ни по ведомству географии» [9].

Задолго до того, как была высказана эта мысль, иллюстрацию её обнаруживает Н. Бор. Показывая гостю замок, в котором Шекспир «поселил» своего Принца Датского, он замечает: «Люди науки, мы уверены, что эти камни, эта зелёная крыша с патиной времени, эта деревянная резба в часовне - всё это в единстве и образует Кронборг. И ничто из всего этого не должно было бы становиться иным оттого, что Гамлет тут жил, а меж тем всё становится. Стены и крепостные валы сразу начинают говорить другим языком» [11]. Подобную закономерность взаимодействия человека не только с объектами культуры, но и с природными пространствами, описал американский культуролог С. Шама: «Ландшафты - это скорее явления культуры, чем природы. Модели нашего воображения проецируются на лес, и воду, и камень, и как только какая-либо идея, миф или образ воплотится в месте сем, они сразу становятся способом конструирования новых категорий, создания метафор более реальных, чем их референты, и превращающихся в часть пейзажа» [20, с. 61].

Итак, конструирование любого туристического опыта связано с особой ценностной, символической реальностью места, «софтом». Пространство путешествия, представляющее собой информационно-знаковую систему, - это своеобразное сообщение для человека, который готов его «прочитать».

Замечание О.А. Лавреновой о том, что «путешественник, перемещаясь по лицу планеты, выбирает сам, насколько богаты и полисемантичны будут его наблюдения» [14], наталкивает на размышления о разнородности «языков» путешествия. Не претендуя на полноценный обзор, обозначим некоторые аспекты «туристической» текстуальности.

Изменение характера общественно-го развития выводит туризм на одно из первых мест в потребительских практиках, где объектом потребления выступают впечатления [13]. Таким образом, путешествие становится модусом консьюмеризма в постиндустриальном обществе. Туристическая индустрия, как никакая другая, зависит от таких нематериальных факторов как иллюзии: представления об отдыхе, как о факторе саморепрезентации, социального престижа, символики амби-

ций и т.п. [5]. Известный британский социолог Д. Урри объясняет это так: «Если люди не путешествуют, они теряют статус: путешествия стали признаками статуса» [17]. Необходимый для его поддержания туристический продукт представляет собой текст определённого рода, оформляющий соответствующий тип коммуникации. Цели потребительского туризма - отдых и развлечения - диктуют свои ценностные характеристики, обуславливая тем самым «язык путешествия». Так, Е.И. Арсеньева выделяет наличие заранее согласованной программы, импорт стиля жизни в регион путешествия, самоощущение туристом хозяином, центрирование вокруг достопримечательностей, пассивность, незначительный характер предвзятельной интеллектуальной подготовки к поездке и другие признаки, обуславливающие смысловое наполнение события [4, с. 18].

Совсем иной культурный код заключается в так называемых «глубоких турах» - относительно новом для России, но вполне состоявшемся в Западной Европе и США туристическом феномене. Заявленные как «экспедиционные», «научные», «исследовательские», «альтернативные», такие туры утверждают принципиально иной дискурс путешествия, который предполагает обязательное наличие особой целевой установки туриста. «Язык», знакомый самостоятельным и самостоятельным путешественникам, будь то паломники или альпинисты, «автостопщики» или «бэкпекеры», постепенно становится доступным для всех желающих. Его экспедиционная, приключенческая, исследовательская компонента создаёт «особую эстетическую форму духовного переживания» [16, с. 153]. «Носителями языка», т.е. проводниками в этом виде туризма, выступают исследователи (часто это профессиональные географы, этнографы, геологи, краеведы и др.), для которых путешествия даже не профессия, а скорее образ жизни [12, с. 492].

Одним из направлений таких новых гуманитарных проектов является формат Science and travel. В основе идеи лежит взаимодействие учёных и путешественников, которое позволяет исследователям сократить свои расходы на доступ к объекту исследований, а туристам - принять участие в настоящей научной экспедиции, оказавшись, таким образом, в особых ценностно-смысловых координатах, которые не могут сформировать турфирмы, ориентированные на массового потребителя.

В российской практике примером служит проект «Russian travel geek» [2], предлагающий научно-популярные экспедиции, возглавляемые молодыми сотрудниками Российской академии наук. Маршруты проекта разработаны таким образом, чтобы объединить уникальные природные ландшафты или исторические территории с процессом популяризации разных областей науки (этнографии, истории, астрономии, биологии и др.) Научный дискурс путешествия обуславливают лекции, мастер-классы и научно-популярные беседы, связанные с целью экспедиции, будь то орнитологические исследования, наблюдение за звездами в астрофизической обсерватории или изучение эпоса малочисленных коренных народностей севера.

Таким образом, феномен потребительской коммерциализации путешествий, многократно описанный специалистами, сосуществует с новыми формами туризма, которые представляются уже не «маркерами современного потребления» [6], но методами постижения пространства природы и культуры в широком смысле. Конструктивная сила творческого, а также научного воображения вносит символические структуры в реальность, конструируя, таким образом, особый дискурс путешествия.

Разнообразие объектов «аттракции» [8] и семиотических пространств предоставляют каждому возможность написать свой текст на доступном ему языке путешествия. Или создать новое гуманитарное поле ландшафта или города, основанное на «выявлении и анализе смыслов, закреплённых и окристаллизованных в его пространстве» [7, с. 4].

#### Список литературы

1. Абашев В.В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. - Пермь: Изд-во Пермского университета, 2000. - 404 с.
2. Акшинцев А.А. Манифест экспедиции. - URL: <http://russiantravelgeek.com> (дата обращения: 25.03.2016).
3. Анциферов Н.П. Душа Петербурга / Н.П. Анциферов // URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=2681> (дата обращения: 16.03.2016).
4. Арсеньева Е.И., Кусков А.С., Феоктистова Н.В. Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ // Туризм и культурное наследие: Межвуз. сб. науч. тр. - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2006. - Вып. 3. - 404 с.
5. Банников К.Л. Антропология туризма. Постановка проблемы. - URL: [http://www.](http://www.travel-journal.ru/cultural-anthropology/10/254)

[travel-journal.ru/cultural-anthropology/10/254](http://www.travel-journal.ru/cultural-anthropology/10/254) (дата обращения: 26.03.2016).

6. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. - М: Весь Мир, 2004. — URL: <http://www.diplomplus.ru/doc/stat/bauman.pdf> (дата обращения: 25.03.2016).

7. Бурлина Е.Я. Введение в проблему диагностики города и хронотопию // Полифония городских пространств. Философско-культурологические теории и хронотопия: Сб. науч. ст. В 2-х тт., Т. 2. - Самара: Медиа-книга, 2014. - С. 3-19.

8. Вавилова Е.В. Основы международного туризма: учебное пособие / Е.В. Вавилова. - М.: Гардарики, 2005. - 160 с.

9. Вайль П.Л. Гений места / П.Л. Вайль. - М.: Астрель, 2010. - 443 с.

10. Вахштайн В.С. Пересборка города: между языком и пространством / В.С. Вахштайн // Социология власти. - 2014. - № 2. - С. 9-38.

11. Данин Д.С. Нильс Бор (вместо предисловия). Необязательные признания / Д.С. Данин. - URL: <http://lib.rus.ec/b/180187/read>. (дата обращения: 25.03.2016).

12. Каменский С.Ю. Глубокий туризм: от тур-продукта к тур-приключению // Современная Россия: путь к миру - путь к себе: Материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. Гуманитарного университета, 10-11 апреля 2008 года: Доклады / Редкол.: Л.А. Закс и др. - Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2008. - В 2-х тт., Т. 2. - С. 491-494.

13. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Туристическое потребление в сфере социально-экономических отношений / Университетский научный журнал ВШЭ. - 2012. - № 2. - С. 37-47.

14. Лавренова О.А. Центральное-Азиатская экспедиция Н.К. Рериха: философия и семантика путешествия. - URL: <http://lib.icr.su/node/1785> (дата обращения: 24.03.2016).

15. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII - начало XIX века). - СПб.: «Искусство - СПб», 1994. - 758 с.

16. Сафатова Е.Ю. Сакральная география Руси-России: семиотика пространства (на материале «Путешествия по святым местам русским» А.Н. Муравьева) // Вестник ТГПУ. - 2009. - № 9. - С. 151-155.

17. Урри Д. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования: Сборник статей. - М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. - С. 136-150.

18. Черепанова Н.В. Путешествия как феномен культуры. - Автореф. дисс. ... канд. филос. наук, 09.00.13. - Томск, 2006. - 19 с.

19. Чулков О.В. Туризм как феномен визуальной культуры // Материалы междун. науч.-практ. конф. «Перспективы развития туризма на водном транспорте: проблемы и возможности / Под ред. Л.И. Смирновой. - СПб.: СПбГУВК, 2011. - URL: [http://culturolog.ru/index2.php?option=com\\_content&task=view&id=1559&pop=1&page=0&Itemid=6](http://culturolog.ru/index2.php?option=com_content&task=view&id=1559&pop=1&page=0&Itemid=6) (дата обращения: 26.03.2016).

20. Shama S. Landscape and Memory. - New York, 1996. - 672 p.