

ВІДЕОКАСЕТА, ЩО НЕ СТИРАЄТЬСЯ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ СЕНС ТУРИЗМУ

Більченко Євгенія Віталіївна,
д. культурології,
доц. НПУ імені М.П. Драгоманова,
yevzhik@mail.ru

Загальним місцем усіх філософських, етичних, культурологічних рефлексій життєсвіту сучасної людини стало твердження, що останній є полісемантичним, відкритим, готовим до різного роду зрушень – як ціннісно-сміслових, пов'язаних із зміною світоглядних настанов суб'єкта, так і просторових, пов'язаних із переміщенням його у культурних топосах, внаслідок яких, власне, і здійснюються духовні перетворення особистості, процеси конструювання/деконструкції її ідентичності. Як правило, подібна відкритість і сприйнятливість до руху, притаманні сучасному культурному простору, розглядаються як риси позитивні, які свідчать про його гнучкий, інноваційний характер, що унеможливорює створення індивідуального сектору самореалізації для кожного. З іншого боку, при усій принадності ідеї діалогічної відкритості, не можна забувати про те, що будь-яка сприйнятливість загрожує перерости у вразливу хиткість, а будь-яка пластичність – в аморфну невизначеність. Загравання із взаємно зворотними жєстами структурування та розкладу ідентичності, зрештою, можуть призвести до розпаду останньої, що і виражається в іронічно-релятивному ковзанні поверхнею.

У зазначеному контексті туризм як культурно-духовний феномен, що фіксує пересування об'єкта за межі постійного місця проживання (в культурологічному сенсі – топосу «своїх», «дому», у ширшому значенні – вогнища зосередження «рідної» культури, ментальності, етносу) з рекреаційною та релаксаційною цілями, – це яскраве втілення динамізму сучасного життєсвіту. Переважна кількість вітчизняних і зарубіжних авторів, які присвячували свої дослідження туризму (В. В. Бушуєв, В. І. Азар, Л. Ф. Ходорков, В. Г. Герасименко), виходячи із класичного визначення туризму як перебування поза межами постійного місця проживання, наданого на конференції ООН з міжнародного туризму в Римі в 1963 р., робили акцент на понятті «руху», «пересування», а також територіальності даного явища [1; 2].

Рухливість як сутнісний атрибут туризму, відтак, може розглядатися не тільки у буквальному, просторовому сенсі (як пересування фізичним простором), що притаманне парадигмам економічної географії чи менеджменту, але й у переносному, світоглядному значенні, – як рух туриста крізь культурні місцевості, духовні топоси, смислові осередки – рух, який так чи інакше (попри позірно умовний, «ігровий», характер туристичної подорожі) несе в собі риси амбівалентного поєднання здобутку і втрати ідентичності.

Тісна дотичність феномену туризму до проблеми формування культурної ідентичності суб'єкта, перетворює туризм в актуальний предмет дослідження культурологічної науки, яка, на відміну від економічної теорії та соціології, розглядає туризм не як вид індустрії із відповідною галузевою системою, а як певний *смісловий образ буття*, із власним, притаманним йому ментальним полем, яке є інструментом конструювання ідентичності суб'єкта через взаємопов'язані процеси інкультурації та діалогу культур.

Метою даного дослідження, отже, є *діалого-культурологічний аналіз туризму як духовного феномену*, який фіксує момент зустрічі суб'єкта з *Чужим (Іншим)*, що позначається на процесі формування його власної *культурної ідентичності*, гальмуючи або активізуючи його. Гальмування відбувається, якщо входження туриста в топос Чужого призводить до усвідомлення ним культурних відмінностей і протистоянь (плюральність, релятивація), а зміцнення ідентичності, – якщо інкультурація в інше середовище актуалізує почуття єдності світу та цілісності людства.

Перший випадок нерідко є наслідком поверхневого, гедоністично-розважального туризму (туризму «з вікна автобуса»), другий – туризму «ностальгічного», романтичного типу, нерідко – із навмисними випробовуваннями, які переживає турист, конструюючи екстремальні, екзистенційні, прикордонні ситуації під час своєї подорожі (туризм «із рюкзаком за плечима» або, без трудового й фізичного навантаження, але з детальним духовним проникненням у культурний простір нового топосу). Тут і надалі ми розглядатимемо переважно другий різновид туризму, оскільки саме він передбачає вихід на глибинні семантичні рівні спілкування.

У сучасному філософсько-культурологічному дискурсі, на жаль, є небагато розробок, присвячених саме духовному, ціннісно-смісловому осмисленню феномену туризму, але серед них ми хотіли б виокремити дві, які послужили вихідним пунктом нашого філософування з приводу цього питання. Це есе професора університету в Лідсі (Велика Британія) *Зігмунта Баумана «Від паломника до туриста»*

та нарис професора Києво-Могилянської Академії, провідного сучасного філософа Віктора Ароновича Малахова «Апологія туризму. Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування». Остання робота є критичною реакцією на першу: ця дискусія є важливою для культурологічного осмислення туристичної діяльності.

3. Бауман у своїй роботі постає як апологет модерної, універсалістської парадигми мислення, протиставляючи феномени паломництва і туризму як втілення, відповідно, фундаменталізму і релятивізму, універсалізму і партикуляризму, етичної (сотеріологічної, сакральної) та естетичної (гедоністичної, профанної) установок свідомості. Якщо кінцевою метою паломництва як типово модерного феномену є *метанаратив* – побудова ідентичності, і ключовим терміном тут є слово «створення» (майже у буквально біблійному сенсі «create» – лат. «творити», звідси – креаціонізм – принцип творення Богом світу з нічого і богоподібної, теургічної сутності людини як творця), – то туризм такого метанаративу не передбачає, і його завданням є вторинне використання (recycling) предметів інтересу [3].

Звідси – дихотомічна метафорика фотопаперу (паломництва) та відеокасети (туризму) Баумана – медіа-носіїв, що виражають дві протилежні культурні установки і використовуються або для символічного позначення вічності, стійкості, незмінності світу паломника, або для передачі швидкоплинності, мінливості, неусталеності світу туриста: «...якщо матеріальним носієм модерну був фотопапір (згадаємо пожовклі сторінки дедалі більш пухких сімейних альбомів, що закарбовували повільний приріст незворотних і незабутніх подій становлення ідентичності), то носієм постмодерну стала відеокасета з магнітною стрічкою (запис можна прекрасно стирати і перезаписувати, адже касета не розрахована зберігати що-небудь вічно і тим самим несе в собі ідею про те, що будь-яка річ у світі гідна уваги доти, доки не трапиться наступна цікавинка)». [там само].

Так, справді, важко не погодитися із тим, що паломництво як життєвий стиль християнської середньовічної культури (чито будь-якої традиційної релігійної культури взагалі) передбачає здійснення сотеріологічних цілей. Його метою є духовне спасіння, «пошук Царства вічності» (Августин Блаженний), вихід за межі профанного хронотопу у сакральний простір і час. Куди б не подався паломник, його не покидає почуття милостивої відкритості Творця до свого творіння, крокуючи яким можна досягти певного священного топосу Богоявлення (Теофанії), будь-то гроб Стіна Плачу, Кааба, Гроб Господень або чудотворні ікони Почаївської Лаври.

Заради реалізації цієї над-мети паломник повинен пройти випробовування аскезою та ісихазмом. Заглиблена споглядальна зосередженість на шляху до богопізнання передбачає аскетичне «спустошення» паломником світу навколо себе, очищення життєвого простору від суспільних та сімейних обов'язків та прихильностей, свідоме надання йому рис первісної свободи Ніщо – архетипу, який служить передмовою творення і космічного упорядкування. Усе решта для паломника набуває характеру вторинного *засобу*, дистанції, яку необхідно пройти по дорозі до затриманої у часопросторі події Одкровення. Час, отже, набуває детермінованого есхатологічно-лінійного характеру, а простір – телеологічної передбачуваної упорядкованості цілеспрямованого планомірного руху вперед.

На відміну від паломника, сучасний турист переслідує не сотеріологічні, а евдемонічні цілі: його метою є не спасіння, а задоволення, не аскеза, а гедонізм. Життєсвіт туриста орієнтується не на морально-етичний зміст, а на естетичну форму. Такий топос є підкреслено декоративним, прикрашеним, вишуканим і податливим: він моделюється (не без колосальних індустріальних зусиль) відповідно до примх і бажань самого туриста. Водночас професор Малахов, спростовуючи критику туризму З. Баумана, справедливо зауважує, що не існує жорсткої опозиції між середньовічним паломництвом і сучасним туризмом як формами буття людини в культурі [4, с. 298-299]. Туризму притаманні атавістичні риси паломництва і, навпаки, паломництво містило в собі зародкові елементи туризму. Не можна забувати про те, що паломництво як культурний феномен віддзеркалює картину світу притаманну саме середньовічній, а не новочасній (модерній) свідомості, а для людини епохи Середньовіччя, з вузьким «хуторянським» видноколом її існування, синдром Чужого, Іншого, іншої країни або землі, мав велике значення і часто набував принадно-таємничого характеру, обростав додатковими екзотичними подробицями і міфологічно-географічними «цікавинками». Так, у релігійних текстах Київської Русі можна віднайти багато образів чужорідних земель, що викликають живий інтерес паломників, зокрема, образ Індії – фантастичний міфологічний топос, який не має нічого спільного з реальним фізичним простором Індостану [5, с. 5-6].

Про «туристичні» прообрази у паломництві свідчить та живо-трепетна увага, з якою паломник ставиться до місць і місцевостей, що зустрічаються йому на шляху: він вдивляється, спостерігає, записує, тлумачить їх символіку, дивується, зачаровується, милується і цікавиться. У знаменитих мандрівних щоденниках видатного

японського лірика М. Басьо, зокрема, у його записах «Стежками Півночі», самодостатнє значення мають не лише власне сакральні місця, де заборонено навіть писати і малювати, а будь-які природні та культурні об'єкти, що трапляються на шляху митця: гори і потоки, вишневі дерева під снігом, розквітлі біло-рожеві бутони хаги, полум'яний стручок перця, зелена шкарлупа каштану взимку, крик зозулі, селяни за роботою, рибаки і збирачі чаю, покинуте дитя і самотній подорожній [6].

Якщо паломництво передбачало прообрази туристичного стилю життя, то, навпаки, туризм зберіг у собі виразні архетипи паломництва. Так, туризм не позбавлений цільової спрямованості: як і паломництво, він має відношення до «життєвого плану особистості» [4, с. 297]. Риси метанаративу виявлені тут як прагнення туриста до духовної свободи – до звільнення від тиску повсякденної дійсності, від природного і соціального детермінізму, від скутості життєсвітом власного існування, від набридлої повсякденної профанного, подібне до виймання душі з кола кармічної залежності у ведичній філософії, – причому, що характерно помічає В. А. Малахов, таке виймання і така свобода туриста мають ніби подвійний вектор, включаючи в себе звільнення від повсякдення у поєднанні із звільненням від ризику, викликаного розривом із повсякденням: адже туристу гарантовано безпеку і повернення додому [там само, с. 299-300].

Архетип «вічного повернення», що супроводжує образ туризму, свідчить, на нашу думку, про відображення останнім типової структури мономіфу. *Джозеф Кемпбелл* уподібнює буття людини у світі архетипному циклу випробувань релігійно-міфологічного героя, «мандри» якого нагадують вічний коловорот – «повне коло, від гробу утроби до утроби гробу» (англ. «fool circle, from the tomb of the womb, to the womb of the tomb») [7]. Туризм як смисловий образ одисейського «подорожуючого» буття включає в себе усі три віхи міфологічних мандрів героя: вихід, посвячення у сакральний простір (як простір абсолютно Інакшого, подекуди – нумінозно Чужого) і повернення, – тобто **турист у своїй подорожі мимоволі відтворює тріадичну структуру первісної ініціації**.

Спробуємо розкрити сакральні-міфологічні смисли туризму через філософію діалогу у двох вимірах: інтерсуб'єктивності та інтертекстуальності. Ініціація у просторі Чужого в туризмі завершується поверненням додому, причому, тут спостерігається показова закономірність: *чим далі людина відходить від «своїх» у топос Чужого, тим глибше відбувається її повернення.* Туризм забезпечує людині подвійну інкультурацію до своєї культури через чужу.

Пояснити залежність ефективності інкультурації до рідної культури від ефективності інкультурації до культури чужої можна відповідно до пріоритетів герменевтики, згідно яких пізнання Я, набуття суб'єктом самості відбувається лише через пізнання Іншого і діалог із ним. Так, у *П. Рікера*, автора праці "Сам як Інший", це означає стати в самому собі Іншим, ставитися до самого себе, як до Іншого [8]. Рефлексія, отже, постає як подвійне «вбирання» Іншого: як постановка себе на його місце (герменевтичне розуміння, «вживання», емпатія, співпереживання через уяву) та як відсторонений погляд на себе *його очима* – на себе як на щось, відсторонене від моєї самості. Виникає свого роду герменевтичне коло: *щоб пізнати себе, треба пізнати Іншого, щоб пізнати Іншого, треба пізнати себе*. Розвиток особистості можна уявити як рух від *емпіричного Я* (тіло) – через *психічне Я* (характер) – до *трансцендентного Я* – самості (М. Гайдеггер, Е. Гуссерль). Це рух від емпіричного «світу присутності», «спільного-світу», «спільного буття-у-світі», «спів-буття» (у М. Гайдеггера ця реальність називається *Dasein* та фіксує унікальність кожної миті існування на межі з Іншим) – до духовного світу самоусвідомлення, самопокладання, самотворення. Перший вимір носить назву «*онтичний*», другий – «*онтологічний*» (термінологія М. Гайдеггера). Отже, самість людини формується через Іншого, онтологічний рівень буття надбудовується над онтичним, інкультурація в чужу культуру завершується входженням у свою культуру та зануренням у глибини власної індивідуальності, яку вивільнює туристична подорож.

Проблема подвійної інкультурації в туризмі як *єдності процесів самопізнання та пізнання Іншого* пояснюється не лише з точки зору *етико-психологічного дискурсу інтерсуб'єктивності*, але й в контексті *філологічної теорії інтертекстуальності*. Життєсвіт туриста, що відривається від свого дому, можна уподібнити семантичному простору *тексту*, який відділяється від свого *автора*. Як тільки мова, як знакова система, виділяється із світу, вона своєрідним чином онтологізується: втрачає безпосередній зв'язок з феноменальною дійсністю і набуває самостійної форми існування, трансцендентної щодо досвіду («потойбічність» мови) і водночас такої, що формує, годує, збагачує, огортає, утримує його, що ніби «до нього промовляє» [8, с. 114] (пор.: мова як «дім буття» у М. Гайдеггера). Текст, що вже створений, відривається від свого творця, здобуває смисло-ву автономність і функціонує незалежно від його волі, обростає паралельними значеннями, чекаючи свого інтерпретатора. Будучи самодостатнім буттям, текст стає наративом, структурованою оповіддю, яка потребує «повернення до реальності» («рефігурації»,

за Рікером) – вторинного звернення мови до феноменальних речей, що складають позначуване відповідних означників (знаків мови). Зазначене «повернення» відбувається за посередництва *читача тексту* – своєрідного медіатора, який належить одночасно двом світам: трансцендентному світові мови та іманентному світові предметів.. Для свідомості туриста, феноменологічно інтерпретованої як текст, у ролі такого читача постає місцевість чи країна, яку він відвідує.

Почуття метафізичної цілісності (нестертості «фотопаперу»), яке є основою ідентичності паломника, у туриста (власника «відеокасети»), на нашу думку, можна зберегти лише за двох радикальних передумов. По-перше: *наявність сконструйованої ідентичності у суб'єкта, яка відповідає його принципам і переконанням*. По-друге: *критичне, творче, селективне ставлення до плюрального потоку імпульсів ззовні; здатність до їх трансформації відповідно до власної ідентичності*. Найглибше, найоригінальніше у мені як у туристі (мій дім, моя культура, моя країна) виявляється одночасно нашим спільним, тим, що пов'язує мене з Іншим, якого я відвідую і через якого я вторинно повертаюся до себе. У цьому полягає актуальність туризму у культурологічному дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бондарчук И.Т. Социально-экономическая сущность курортного хозяйства и туризма как отрасли народного хозяйства / И.Т. Бондарчук, Г.И. Таныгин // Республиканский Межведомственный научный сборник. Экономическая география. – 1977. – Вып. № 23. – С. 14-114.
2. Бушуев В.В. О дефиниции «индустрия туризма» / В.В. Бушуев // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 25. – С. 179-182.
3. Бауман З. От паломника к туристу / Зигмунт Бауман // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133-154. – Режим доступа до журн.: <http://www.socjournal.ru/article/198>.
4. Малахов В. Апологія туризму. Екзистенційно-етичний нарис туризму як різновиду подорожування / Віктор Малахов // Малахов В. Право бути собою. – К.: Дух і Літера, 2008. – С. 293-309.
5. Шохин В.К. Древняя Индия в культуре Руси (XI – середина XV в.): Источниковедческие проблемы / В.К. Шохин. – М.: Издательство «Наука», Главная редакция восточной литературы, 1988. – 336 с.
6. Басё М. По тропинкам Севера / Мацуо Басё ; [пер. с япон. В. Марковой, Н. Фельдман]. – Спб.: Издательский Дом «Азбука-классика», 2008. – 288 с.
7. Кэмпбелл Дж. Герой с тысячью лицами: миф. Архетип. бессознательное / Джозеф Кэмпбелл ; [пер. с англ.]. – К.: «София», Ltd., 1997. – 336 с.
8. Рікер П. Сам як інший / Поль Рікер ; [пер. з франц. В Андрушка та О. Сирцовой]. – К.: Дух і літера, 2002. – 458 с.