

## ТУРИСТИЧНІ НАРАТИВИ: ВІД ЗАПИСОК МАНДРІВНИКІВ ДО ІНТЕРНЕТБЛОГІВ

*Гурова Інна Володимирівна,  
канд.іст.наук, доцент кафедри  
культурології НПУ імені М.П.Драгоманова  
innagurova14@gmail.com*

Культурним феноменом кінця ХХ – початку ХХІ є туризм, який можна оцінити як символ масового споживання, взірць моди на стандартизовані задоволення, а також об'єкт академічної рефлексії. Ще у Гаагській декларації з туризму (1989 г.) визнано, що туризм у наш час став явищем повсякдення, ним охоплено мільйони осіб. Внаслідок зміни способу життя сучасної людини, форм проведення дозвілля, зростає кількість туристичних переміщень, дедалі більше стає закордонних та внутрішніх подорожей, туризм перетворюється на повсякденну культурну практику.

Сучасний світ – це широка палітра культурного різноманіття. Культурні відмінності чи особливості зацікавлюють, а не відокремлюють представників інших культур, не відгороджують народи один від одного. Як зазначав російський культуролог Д.С.Лихачов, народи – «це не оточені стінами співтовариства, а гармонійно узгоджені між собою асоціації». [2]

Тому можна виокремити кілька основних причин широкого розповсюдження туризму в сучасних умовах. По-перше, він пояснюється потребою в культурному обміні, пізнанні цінностей, зразків та досягнень інших культур. По-друге, нині в туризмі спостерігається зміна поведінкових стратегій, що еволюціонують від модерного дискурсу рівності до постмодерної цінності знаковості. По-третє, туристичні практики, реалізуючись у теперішньому, поєднують у собі минуле і майбутнє, адже за висновками дослідниці Лисікової О.В., звертаючись до них, людина долучається до соціальної чи історичної пам'яті, культурної спадщини, сімейних традицій, а це, в свою чергу, допомагає вибудувати індивідуальні життєві стратегії. [3]

Дуже часто подорожуючі залишають по собі оповіді у вигляді туристичних наративів. До розповсюдження цифрових технологій це були, як правило, записки мандрівників, щоденники, нариси, подорожні нотатки, у яких побачене мислилось просторово, розгорнуто. Такі наративи мали на меті створити образ відвіданої території. Географічні мапи, виконані непрофесійним географом або картографом, часто поєднувались із текстом – уявним простором. Як зазначає, Д.Зам'ятін, більшість таких

нарративів важливими є не з точки зору наведених даних чи фактів, а з точки зору формування під час подорожі образів географічних територій, країн чи окремих місцевостей. [4] Установка мандрівника на рух, на динамічне сприйняття простору, «дистанціювання» від мінливих об'єктів сприйняття формують динамічний образ території зі значною візуальною складовою. У дорожньому образі часто-густо той чи інший ландшафт викликає у автора реакцію, пов'язану з його базовими соціокультурними уявленнями. Яскравий тому приклад – записки іноземців про українські землі, зібрані і видані В.Січинським. [5] Тут образ нашої території насичений соціокультурними реаліями періоду, в якому ведуть оповідь іноземці, а також містять пам'ять про образи територій, де народився чи жив сам мандрівник. Так, зокрема, у наведеній розповіді данського посла Юля Юста, котрий у 1709-1711 роках був послом у Росії, а потім потрапив до українських земель, він пише про місто Кролевець, що воно «велике...Вулиці в ньому прекрасні, котрих я в Росії нігде не бачив; будинки гарні, міцні, чисті, виступають на вулицю, як у Данії, а не стоять у глибині подвір'я, як у Росії». [5, с.60].

М.Б. Ямпольський, аналізуючи еволюцію структур людського бачення, показав, що від особистої позиції спостерігача, його вихідної енергетики залежить формування незалежних потоків просторових образів. [6] Так, у щоденнику В.Беньяміна, місто, країна під час подорожі слугують лише певною сценою інтелектуальних розмислів автора. А у деяких випадках, на підставі аналізу опублікованих щоденників та вражень від відвіданих місць, може скластись навіть географія долі автора, чи за висловом Д.Замятіна, геобіографія. «Автобіографія, що накладається на географію – як це назвати? Автогеографія? Автогеобіографія?» – запитує Ю.Андрухович. [7, с.5] І сам відповідаючи на питання, прагне показати, що потрібно «пережити ... («гео» і «біо») як єдину і нерозривну цілість». У «Лексиконі інтимних міст», Ю.Андрухович описує 111 важливих для нього міст, які «стали чимось більшим – вони стали Місцями, причому особистими, мов ерогенні зони, й інтимними. Місцями, ознакованими на мапах як міста». [7, с. 5] Автор членує своє життя на відрізки географії, де міста і містечка – знаки станів його душі. Так, у Берліні авторові «вдається все... Я люблю його передусім за особливе відчуття легкості та відкритості...»[7, с. 19] Коли заходить згадка про Вінницю, то «в мені відлунює «квітень» і «сніг». А також «батько» і «смерть». [7, с. 48] А львівський Високий Замок «став своєрідним епіцентром моєї дещо здеформованої романтизмом молодості». [7, с. 63]

М.Маклюен, [8] досліджуючи у 70-х роках минулого століття винахід соціальних медіа, передбачав, що його негативними результатами стануть недоторканність приватного життя, націоналізм та індивідуалізм.

Але насправді все це вже в минулому, а самотні та одинокі люди завдяки інтеграційним інтерактивним технологіям стали частиною величезної спільноти, що синхронізувала їхню свідомість. Віртуальна реальність постає як ще одна можливість конструювання реальності за допомогою Інтернет і комп'ютерних мультимедійних технологій.

Проблема медіа культури у культурологічному дискурсі широко присутня в останні десятиліття завдяки роботам представників семіотичного напрямку – Р.Барта, У.Еко, Ж.Бодріяра, у напрацюваннях школи *cultural studies*, у таких дослідників як М.Кастельс, М.Маклюен та ін. Тим не менше вивчення кіберпростору породжує нові дослідницькі підходи, одним з яких є нетнографія. Своєю появою він завдячує американському вченому Роберту В.Козинетсу, котрий тлумачить нетнографію як «інтеграцію визнаних та інноваційних технік, адаптованих до натуралістичного вивчення віртуальних співтовариств та відображенні їх у дослідженні» [9, с.367]

Нетнографія розуміється як дослідження віртуальних співтовариств, соціальних мереж чи інтерактивних сайтів. Завдяки доступу до різноманітної аудіо, відео, візуальної та текстової інформації, можливе дослідження як змістового наповнення, так і використання символів. Як метод нетнографію можна застосовувати для аналізу наративів туристичного досвіду, розміщених у власних блогах подорожніх. Сучасні туристи часто залишають спогади та враження від побаченого у своїх інтернетблогах.

Так, можна виділити кілька популярних мандрівників-блогерів, які відвідуючи різні куточки нашої планети діляться своїми враженнями, фото емоціями, ба навіть життєвим та практичним досвідом. Зокрема, це росіянин А.Шигапов, відомий в Інтернеті під ніком *Popados*. Окрім того, що веде блог в *LiveJournal* у вигляді невеликих оповідань, він є автором популярних путівників по Амстердаму, а також книги-путівника «Чорнобиль, Прип'ять, далі ніде...» Сергій Доля - популярний в інтернеті, особливо *LiveJournal*, мандрівник і фотограф, який відвідав понад 70 країн. Ось як описує свій блог «Сторінка Віртуальних Мандрівників» сам автор: «Я дуже багато подорожую і фотографую. У своїх звітах я намагаюся розповісти про країну так, щоб у вас склалося враження, що ви були там зі мною. Я не пропускаю дрібних деталей і не публікую стандартні туристичні знімки. Я не пишу путівник по країнах, а ділюся з вами своїми враженнями. Часто вони можуть не збігатися з офіційною думкою - не судить суворо». [10] Український журналіст і телеведучий Андрій Тичина, подорожуючи автомобілем Україною та Європою, одночасно розвиває інтернет-путівники для однодумців на сайті *Doroga.UA*.

Роль таких блогів-мережових щоденників та їх вплив на користувачів дедалі більше зростає, що дало підстави А.Хитрову зробити висновок про те, що вони здійснили експансію з віртуального простору в простір культурний. [11]

Щодо особистості автора туристичного блогу, то вона має такий атрибут, як самоконструювання та використання ним різноманітних візуальних практик – викладення фотографій тощо. Мережева особистість неможлива без іншої мережевої особистості читача блогу. Автор мережевого щоденника звертається до себе, до Іншого і до себе як до Іншого.

Відмінність туристичного блогу від записок подорожнього полягає також у великій кількості процедур, обумовлених його віртуальністю – практики постингу, відповіді на коментування, включення чи виключення з друзів, робота над його оформленням. Таким чином, мережевий щоденник перетворюється на багатовимірний блог-континуум.

Основні властивості медійної і віртуальної реальності, яка набуває в сучасних умовах не стільки технологічного, скільки метафоричного характеру, полягають у здатності виступати заміном реальної дійсності. Це знаходить свій вияв у візуалізації різних уявних образів та станів.

### **Література:**

1. Міжпарламентська конференція з туризму у Гаазі (10-14 квітень 1989 року). / [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904)
2. Лихачев Д.С. Письмо тридцять пятое. О русской пейзажной живописи. // <http://upr.1september.ru/index.php?year=2005&num=11>
3. Лысикова О.В. Социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации. Автореферат на соискание ученой степени доктора социологических наук. – Саратов, 2012 // <http://cheloveknauka.com/sotsialnye-izmeneniya-kulturnyh-praktik-otechestvennogo-turizma-v-usloviyah-globalizatsii>
4. Замятин Д.Н. Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. – Смоленск: Ойкумена, 1999. – 256 с.
5. Січинський В. Чужинці пр. Україну./ Володимир Січинський. – Видання Петра Паловича. – Аугсбург, 1946. – 118 с.
6. Ямпольский М.Б. Наблюдатель. Очерки истории видения. / Михаил Ямпольский. – М.: AD MARGINEM, 2000. – 287 с.
7. Андрухович Ю. Лексикон інтимних міст. Довільний посібник з геопоетики та космополітики / Юрій Андрухович. – К.: Meridian Czernowitz, Майстер книг, 2011. – 480 с. // [http://www.e-reading.club/bookreader.php/1006561/Andruhovich\\_-\\_Leksikon\\_intimnih\\_mist.html](http://www.e-reading.club/bookreader.php/1006561/Andruhovich_-_Leksikon_intimnih_mist.html)
8. Маклюэн М. Понимание медиа. – М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007.
9. Kozinets, Robert V. (1998), "On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture," in *Advances in Consumer Research*, Volume 25, ed., Joseph Alba and Wesley Hutchinson, Provo, UT: Association for Consumer Research, pp. 366-371.
10. Доля С. Сторінка віртуальних мандрівників /Сергій Доля. Режим доступу: <http://sergeydolya.livejournal.com/>
- 11.Хитров А. Блог как феномен культуры /Арсений Хитров. Режим доступу:[http://www.academia.edu/3011546/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BA%D0%B0%D0%BA\\_%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD\\_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B](http://www.academia.edu/3011546/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BA%D0%B0%D0%BA_%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B)