

УДК 130.2

## Туристские практики как способ актуализации культурного наследия Урала

**Крутеева Ольга Владимировна**

Аспирант,  
кафедра философии, этики и религиоведения,  
Гуманитарный университет,  
620049, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Студенческая, 19;  
e-mail: kruteevaolga@mail.ru

### Аннотация

Статья посвящена рассмотрению феномена современного туризма в условиях мобильного общества. Туризм осмысливается автором в качестве социокультурной практики, способной не только сохранять, но и актуализировать культурное наследие народа, страны или отдельного региона. Эта актуализация невозможна через понимание таких категорий, как «не-место» и «место», «пространство», «Гений места». Автор показывает, что туристские практики конструируют особое туристское пространство, которое хотя и не отражает всей глубины культуры данного места, все же способно усилить его восприятие, возродить угасающую традицию и даже вернуть к жизни «вымерший тип культурного производства» за счет создания копий. Особо обращается внимание на Уральский регион и его туристские возможности. Урал видится автору местом, в котором гармонично соединились природа и культурный ландшафт, история и самобытная народная культура. Однако сегодня региону не хватает «сильных маркеров» – информации, сувениров, брендинга. В качестве таковых автор статьи предлагает использовать народные художественные промыслы, которые могут быть не только формой производства аутентичных уральских сувениров, но и выступать в качестве стимула для посещения Урала.

### Для цитирования в научных исследованиях

Крутеева О.В. Туристские практики как способ актуализации культурного наследия Урала // Контекст и рефлексия : философия о мире и человеке. 2017. Том 6. № 3А. С. 69-76.

### Ключевые слова

Туризм, социокультурные практики, конструирование пространства, культурное наследие, народные художественные промыслы, сувенир.

## Введение

В современном быстроменяющемся мире, когда ежедневные поездки огромного количества людей не только в пределах одного города или страны, но и между континентами стали нормой, туризм из элитарной и малодоступной практики путешествия превратился в массовый феномен, оказывающий влияние не только на экономику, но и культуру. Сегодня туризм – явление, отражающее современное общество, в котором мобильность, рост потребительских приоритетов, глобализация и виртуализация становятся неотделимыми составляющими жизни, а стандартизация приводит к появлению мест (гостиниц, ресторанов, аэропортов и вокзалов), «как две капли воды» похожих друг на друга. Тем не менее, туризм способен оказывать влияние на сохранение аутентичной культуры народов разных стран и регионов, актуализируя их культурное наследие. Несмотря на то, что постоянная модернизация современного мира отделяет аутентичные вещи, рожденные той или иной культурой от мест и людей их создавших, разрывая «групповую солидарность, в которой они изначально были культурными элементами, и рождает людей, свободных от традиционных привязанностей», именно эти люди, «будучи туристами, могут попробовать открыть или воссоздать культурное наследие» [Макканелл, 2016, 54].

### Категории «не-место» и «место» в осмыслении туристских пространств

Являясь массовым феноменом, туризм представляет собой практику социальных взаимодействий между людьми, а кроме того, особую практику потребления мест, событий и образов. При этом туризм рассматривается нами не просто как сфера услуг, но как социокультурная практика.

Понятие «социально-культурные практики» достаточно новое, связанное прежде всего с деятельностью предприятий, направленной на сохранение, актуализацию и передачу культурных ценностей, а также приобщение к ним как отдельного человека, так и общества в целом. Оно обозначает взаимосвязь как духовных, так и социальных факторов функционирования общества, перехода к новым качественным параметрам всей социально-культурной системы. Такие практики чаще всего институализированы, то есть содержат «комплекс устойчивых принципов, норм, установок, регулирующих определенную сферу человеческой деятельности». Социальный институт способен конструировать собственную тождественность, оставаясь «преимущественно одним и тем же, идентичным, что и обеспечивается рекурсивностью человеческой деятельности» [Керимов, 2006, 475].

Философское осмысление туристских практик предполагает введение нескольких понятий. При этом одним из ключевых будут являться понятия «не-место» и «место». Дж. Урри из всех мест, посещаемых людьми, выделяет «исключительные места, аффективные пункты, притягивающие или отталкивающие» [Урри, 2012, 443]. Эти места обладают особой

семантикой, способной тем или иным способом воздействовать на человека и его эмоции. Кроме того, они могут играть «центральную роль в переживании национальной идентичности» [там же, 445].

Н.Е. Покровский и Т.И. Черняева очерчивают особое пространство, в котором осуществляется туризм, вводя понятия «не-место» и «место». Под «не-местом» понимаются некие пространства, «лишенные своего смысла, без назначения, которые порождают новые масштабы коммуникационных связей и перемещений в постиндустриальном обществе <...> Пространство которое не может себя определить как идентифицирующее или как связующее» (М. Оже) [Покровский, Черняева, 2008]. Аэропорты, универсамы, гостиницы, автострасы не становятся для нас «местом», которое, в свою очередь, определяется не просто как место посещения, но как нечто «что переживается и чему приписываются значения, и в этом смысле является человеческой конструкцией» [там же, 175]. Л.А. Мясникова, опираясь на исследования Н.Е. Покровского и Т.И. Черняевой, понимает «место» как исходную клеточку пространства, которое соединило и ландшафт, и социальные события с взаимодействующими общностями, с человеческим нарративом, с переживаниями, с перспективой наблюдения, с чувством места. Оно тесным образом связано с нашей идентичностью, с нашей историей, а «освоение места предполагает переход из позиции наблюдателя в позицию участника» [Покровский, Черняева, 2008, 180]. Д.Н. Замятин предлагает для создания образа такого места использовать не только возможности географического ландшафта, архитектурных сооружений, скульптур, монументов, примечательных городских и сельских пейзажей, хранящих память о достопримечательных и выдающихся событиях, но и отдельную личность – Гения места – творца, «чья жизнь или биография, работа или произведения связаны с определенным местом» [Замятин, Замятина, 2007]. И, если мы говорим об Уральском регионе, то таким Гением места могут стать и Д.Н. Мамин-Сибиряк, и А.К. Денисов-Уральский, и, конечно, П.П. Бажов, чьи произведения самым тесным образом связаны с Уралом, его ландшафтами, событиями и людьми. Бажову как никому другому «удалось создать образ Урала, который оказался интересным, необычным и в то же время точным, узнаваемым не только для самих уральцев, но и для жителей других регионов России» [Пирогова, 2008, 340].

Необычным и уникальным регионом предстает Урал в произведениях современного писателя А. Иванова. Его романы «Сердце Пармы» и «Золото бунта» пронзительно уральские, а «Горнозаводская цивилизация» и «Хребет России» формируют образ особого уральского мира. Писатель даже вводит термин «Уральская матрица», пытаясь дать объяснения характеру и образу жизни уральцев.

Обращаясь к истории освоения региона, нельзя не упомянуть род промышленников Демидовых, чей Гений стоял у истоков горнозаводской культуры. Во многом благодаря Демидовым мы имеем те уральские художественные промыслы, которые на протяжении многих лет являются «лицом» региона.

## **Конструирование пространств социокультурными практиками туризма**

Говоря о региональном туризме, Л.А. Мясникова отмечает, что региональное пространство должно привлекать внимание (впечатление – главное для туриста), содержать что-то неожиданное, основываться на архетипах, создавая «волшебные пространства». То есть практики туризма могут и должны «конструировать» то место, которое хотелось бы посещать снова и снова. В качестве примера можно привести деревню Верхние Мандроги. Возникнув в начале XIX века на реке Свири, в Олонецкой губернии, сегодня эта деревня стала крупным туристическим центром, возрождающим русские традиции национальной культуры. Гостевые дома, конюшни, коровник, ремесленная слобода, поляна сказок – все предлагает гостям погрузиться в крестьянскую жизнь, пожить в деревянном доме XIX века, познакомиться с русскими ремеслами и, не только приобрести сувениры, но и самим их изготовить. Урал, к сожалению, пока не может похвастаться наличием таких мест, но и здесь можно встретить попытки конструирования пространств: музей-заповедник села Нижняя Синячиха, керамическая мастерская в Верхних Таволгах, тематический «Парк сказов» под Екатеринбургом. Такое «искусственное сохранение и реконструирование в современном мире» [Макканелл, 2016, 48] актуализирует народное искусство, а погружение туриста в «крестьянский быт» дает возможность получить определенный «культурный опыт». Однако, по словам Д. Макканелла, такой опыт не является подлинным. Туристские практики создают некое «туристское пространство», состоящее из «туристских достопримечательностей», а те, в свою очередь, выражая внешнее содержание, все же не являются аутентичными. Тем не менее, даже такая постановочность способна усилить восприятие того или иного места, возродить угасающую традицию, а «вымерший тип культурного производства <...> вернуть к жизни толковой копией» [Макканелл, 2016, 68].

Это сконструированное пространство вызывает определенное восприятие места, которое может быть различным. От мимолетного (пейзаж за окном гостиницы), либо связанным с определенным «социальным ритуалом» (посещение музея как необходимой части туристической программы), до переживания определенных эмоций или событий (интересная встреча, мастер-класс, где эмоции продуцирует акт творчества). В этом случае место станет «клеточкой» памяти (индивидуальной или коллективной) «через сиюминутную активацию процесса будущего воспоминания» [Скопина, 2013].

### **Урал как туристский регион**

Уральский регион обладает всем необходимым, чтобы стать привлекательным для туристов местом. Здесь гармонично соединились и ландшафт, и история, и самобытная культура. На Урале огромное количество объектов, как природных, так и сотворенных человеком:

архитектура, искусство, народное творчество, способных стать туристскими достопримечательностями. Нужно лишь развить регион, которому «не хватает сильных маркеров» – информации, сувениров, брендинга [Мясникова, 2017, 369-371].

Одним из таких «маркеров» могут стать изделия уральских народных художественных промыслов. С одной стороны, в качестве сувенирной продукции выступают не китайские подделки или изделия сомнительного качества, но аутентичные сувениры, которые имеют «повышенную степень духовной близости человеку», могут быть связаны «с его личной историей и системой ценностей» [Быстрова, 2015, www]. Сувенир – воспоминание, связь с «местом», а также «неотъемлемая часть туристской индустрии, отвечающая за трансляцию и реинкарнацию «образа места» по окончании путешествия» [Калужникова, 2011, 316-323]. Именно сувенирная продукция может отсылать нас и к истории народа, и к его культуре.

С другой стороны, народные художественные промыслы могут стать основой событийного туризма (организация ярмарок и фестивалей народного искусства), культурно-исторического и этнотуризма (посещение старых производств и мест бытования промыслов). Возможно создание «волшебных пространств», связанных с бажовскими местами или организация «урбан-туризма» по старым узкоколейным дорогам и заброшенным уральским заводикам. Народное искусство может войти в пространство региона через использование его в интерьерах гостиниц и ресторанов, в стилистике оформления деловых мероприятий.

Урал – регион «с богатой культурой и огромным количеством достопримечательностей, но, «проваливаясь» в повседневность и обыденность, мы не замечаем этого. Люди ищут самобытные культуры, смотря за море, не думая о том, что, если посмотреть под ноги, можно найти сокровище» [Слободчиков, 2017, 364].

## Заключение

Туризм чрезвычайно глубоко связан с культурой. Принимая разные формы, туристские практики «достают» из глубины культурной памяти образы, события, места. И здесь даже поверхностное восприятие будет «волшебной палочкой» возрождения интереса к культуре народа, страны или отдельного региона. Расширяя границы нашего мира, усиливая коммуникативные связи, обогащая наш культурный потенциал, туризм становится одним из мощных средств актуализации культурного наследия, объявив одной из главных духовных ценностей «признание самобытности культур и уважение моральных ценностей народов» [Манильская декларация, 1980, www].

## Библиография

1. Быстрова Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Человек в мире культуры. 2015. № 1. С. 18-22.

2. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии. 2007. № 1. С. 62-87.
3. Калужникова Е.А. Актуализация культурно-исторического прошлого Екатеринбурга в туристской сувенирной продукции // Мясникова Л.А. (ред.) В архив за бизнес-планом, или Культурно-историческое наследие Екатеринбурга как ресурс обновления и развития туризма и гостеприимства. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2011. С. 316-323.
4. Керимов Т.Х. Социальный институт // Кемеров В.Е., Керимов Т.Х. (ред.) Социальная философия: словарь. М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая Книга, 2006. 624 с.
5. Макканелл Д. Турист. Новая теория праздного класса. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 280 с.
6. Манильская декларация по мировому туризму: принята 27.09.1980 // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901813698>
7. Мясникова Л.А. Культурное производство ремейков «советского» как фактор развития туризма. Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг.: в 2 т. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. Т. 1. 526 с.
8. Пирогова Е.П. (сост.) Образ Урала в документах и литературных произведениях (от древности до конца XIX века). Екатеринбург: Сократ, 2008. 384 с.
9. Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления. М.: Университетская книга; Логос, 2008. 424 с.
10. Скопина М.В. Феномен «места» и «не-места» в постиндустриальном городе // Вестник МГСУ. 2013. № 1. С. 66-71.
11. Слободчиков Н.А. Самобытная культура как ресурс развития туризма. Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг.: в 2 т. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. Т. 1. 526 с.
12. Урри Дж. Мобильности. М.: Праксис, 2012. 576 с.

## **Tourist practices as a way to actualize the cultural heritage of the Urals**

**Ol'ga V. Kruteeva**

Postgraduate,

Department of philosophy, ethics and religious studies,

Humanitarian University,

620049, 19 Studencheskaya st., Yekaterinburg, Russian Federation;

e-mail: [kruteevaolga@mail.ru](mailto:kruteevaolga@mail.ru)

## Abstract

The article is devoted to the phenomenon of modern tourism in a mobile society. Tourism is comprehended by the author as a socio-cultural practice, capable not only of preserving, but also actualizing the cultural heritage of the people, the country or a particular region. This actualization is impossible through an understanding of such categories as "non-place" and "place", "space", "genius of place". The author shows that the tourist practices construct a special tourist space, which, although does not reflect the depth of the culture of the place, still can enhance its perception, revive the fading tradition and even bring to life the "extinct type of cultural production" by creating copies. Particular attention is paid to the Urals region and its tourist opportunities. The Urals is seen by the author as a place in which the nature and the cultural landscape, history and original folk culture have been harmoniously united. However, today the region lacks "strong markers" – information, souvenirs, branding. As such, the author suggests using folk art crafts, which can be not only a form of producing authentic Ural souvenirs, but also act as an incentive for visiting the Urals.

## For citation

Kruteeva O.V. (2017) Turistskie praktiki kak sposob aktualizatsii kul'turnogo naslediya Urala [Tourist practices as a way to actualize the cultural heritage of the Urals]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 6 (3A), pp. 69-76.

## Keywords

Tourism, socio-cultural practices, space design, cultural heritage, folk art crafts, souvenir.

## References

1. Bystrova T.Yu. (2015) Sotsiokul'turnyi podkhod k proektirovaniyu turisticheskikh i muzeinykh suvenirov [A sociocultural approach to design tourist and museum souvenirs]. *Chelovek v mire kul'tury* [Human in the world of culture], 1, pp. 18-22.
2. Kaluzhnikova E.A. (2011) Aktualizatsiya kul'turno-istoricheskogo proshlogo Ekaterinburga v turistskoi suvenirnoi produktsii [Updating the cultural and historical past of Yekaterinburg in tourist souvenirs]. In: Myasnikova L.A. (ed.) *V arkhiv za biznes-planom, ili Kul'turno-istoricheskoe nasledie Ekaterinburga kak resurs obnovleniya i razvitiya turizma i gostepriimstva* [To the archive for the business plan, or the Cultural and historical heritage of Yekaterinburg as a resource for the renewal and development of tourism and hospitality]. Yekaterinburg: Liberal Arts University, pp. 316-323.
3. Kerimov T.Kh. (2006) Sotsial'nyi institut [Social institute]. In: Kemerov V.E., Kerimov T.Kh. (eds.) *Sotsial'naya filosofiya: slovar'* [Social Philosophy: Dictionary]. Moscow: Akademi-cheskii Proekt Publ.; Yekaterinburg: Delovaya Kniga Publ.

4. MacCannell D. (2013) *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press. (Russ. ed.: Makkanell D. (2016) *Turist. Novaya teoriya prazdnogo klassa*. Moscow: Ad Marginem Press Publ.).
5. Manil'skaya deklaratsiya po mirovomu turizmu: prinyata 27.09.1980 [Manila Declaration on World Tourism: adopted on September 27, 1980]. *Elektronnyi fond pravovoi i normativno-tekhnicheskoi dokumentatsii* [Electronic fund of legal and normative technical documentation]. Available at: <http://docs.cntd.ru/document/901813698> [Accessed 11/02/17].
6. Myasnikova L.A. (2017) *Kul'turnoe proizvodstvo remeikov "sovetskogo" kak faktor razvitiya turizma. Rossiya mezhd modernizatsiei i arkhazatsiei: 1917-2017 gg.: v 2 t.* [Cultural production of "Soviet" remakes as a factor in the development of tourism. Russia between modernization and archaization: 1917-2017: 2 vol. V. 1]. Yekaterinburg: Liberal Arts University.
7. Pirogova E.P. (2008) *Obraz Urala v dokumentakh i literaturnykh proizvedeniyakh (ot drevnosti do kontsa XIX veka)* [The image of the Urals in documents and literary works (from antiquity to the end of the XIX century)]. Yekaterinburg: Sokrat Publ.
8. Pokrovskii N.E., Chernyaeva T.I. (2008) *Turizm: ot sotsial'noi teorii k praktike upravleniya* [Tourism: from social theory to management practice]. Moscow: Universitetskaya kniga; Logos Publ.
9. Skopina M.V. (2013) Fenomen "mesta" i "ne-mesta" v postindustrial'nom gorode [Phenomenon of "site" and "non-site" in the post-industrial city]. *Vestnik MGSU* [Proceedings of Moscow State University of Civil Engineering], 1, pp. 66-71.
10. Slobodchikov N.A. (2017) *Samobytnaya kul'tura kak resurs razvitiya turizma. Rossiya mezhd modernizatsiei i arkhazatsiei: 1917-2017 gg.: v 2 t.* [Original culture as a resource for tourism development. Russia between modernization and archaization: 1917-2017: 2 vol. V. 1]. Yekaterinburg: Liberal Arts University.
11. Urry J. (2007) *Mobilities*. Cambridge: Polity. (Russ. ed.: Urri Dzh. (2012) *Mobil'nosti*. Moscow: Praxis Publ.).
12. Zamyatin D.N., Zamyatina N.Yu. (2007) Genii mesta i gorod: varianty vzaimodeistviya [Genius of place and city: options for interaction]. *Vestnik Evrazii* [Bulletin of Eurasia], 1, pp. 62-87.