

УДК: 394.91

ПОТЕНЦИАЛ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЭТНОСОВ

Желнина З. Ю.

E-mail: zzhelnina@yandex.ru

В статье обсуждается тема этнографического туризма как предмета исследования культурологии, проведены аналогии проблем презентации жизни этносов в документальных фильмах и туризме. Культурология, опираясь на принципы герменевтического подхода, рассматривает жизнь этносов через устойчивые культурные инварианты и длительную динамику изменений, такой подход позволяет создать сложные описания культурных феноменов. Этнографический туризм активно осваивает достижения гуманитарных наук, но в индустрии предпочтительны рациональные формы работы, обеспечивающие ожидаемые эффекты за счет стандартизации сервиса, программ и маршрутов. В этнографическом туризме остро ощущается проблема нарратива в представлении истории и повседневности этноса. Спецификой креативных индустрий, к которым относится туризм, является то, что творческие решения позволяют достичь «приостановки неверия» со стороны туриста: также как и в этнографическом кино, участники предпочитают получать эмоции от игровой условности, допущений жанра. При этом диссонанс профессионального нарратива и самоидентификации этносов выходит в сферу этики межкультурной коммуникации. Негативным вариантом решения этической проблемы можно считать некритичную коммерциализацию стереотипного, упрощенного образа этноса. Позитивным – переосмысление этносом своей идентичности как реакции на контент этнографического тура или фильма, стремление к разъяснительному диалогу. Культурологическая компетентность в современном туризме становится одной из ключевых характеристик профессии, вместе с тем можно предположить, что бизнес декларирует такую потребность, не прилагая достаточных усилий для ее реализации.

Ключевые слова. этнографический туризм, нарративный анализ, культурология, культурная идентичность.

Дивергенция и конвергенция научного знания современного этапа образуют все более сложные траектории и поля сил в понимании развития мира людей, однако, не всегда сложившиеся знания переходят из одной практики в другую без утрат и искажений. Например, в культурологии социум рассматривается через устойчивые культурные инварианты и длительную динамику их изменений, при этом интерпретация культурных феноменов учитывает своеобразие ментальных программ и наблюдаемого социума, и самого наблюдателя – ученого-исследователя. Соответственно, разработки прикладной культурологии востребованы во многих отраслях культурных индустрий, в том числе, в туризме. Последний показывает быстрый рост и заметное умножение вариантов в спектре предложений событий,

программ и отдельных услуг, что определяет задачу использования большого массива научных данных, необходимых для содержательного наполнения путешествий, обеспечения работы гидов-экскурсоводов, специалистов, формирующих туристские продукты. Нет оснований предполагать, что такие задачи идеализированы и невыполнимы, конечно, специалисты надеются найти и применить корректные и актуальные данные, но в то же время наблюдения показывают значительное расхождение контента научной информации и повседневной туристской практики.

В системе экономических и проектно-технологических разработок туризм рассматривается с точки зрения прагматических выгод для развития территории, бизнеса, улучшения качества жизни человека, что предполагает видимые сроки достижения целей, устойчивые технологии, подходы и гарантии выполнения обязательств. В культурологическом исследовании туризм предстает объектом герменевтической интерпретации, то есть рассмотрения этой деятельности как текста, где переплетаются ценности участников путешествий, контексты туристских событий и смыслы культурных ландшафтов, при этом само путешествие значимо и как импульс развития культуры, и как форма существования, воспроизводства культурного наследия и текущего бытия. Безусловно, весьма интересным является то, что здесь появляется возможность ставить вопросы о том, как и почему участники туристской деятельности выбирают способы путешествия, объекты показа, формы и содержание рассказа, расставляют ценностные акценты в понимании увиденного и услышанного. Ответом на эти вопросы становятся ссылки на эмоциональный опыт других путешественников, литературные и медийные произведения творческих личностей и т.п., это вторичные источники, но их субъективность не сдерживает интерес, а наоборот, формирует стремление присоединиться к интересному жизненному опыту.

В идеальной модели тура и/или экскурсионной программы должны быть заложены достоверные, научно и художественно обогащенные тексты, множественность которых определена темой путешествия, пониманием особенностей целевой группы и рациональной логистики путешествия. Но, в отличие от идеальной модели, туристская индустрия выработала сжатые, рациональные формы работы, позволяющие достичь ожидаемых эффектов в первую очередь за счет стандартизации сервисов, программ и маршрутов. Примером многократно повторяющихся, оптимизированных продуктов становятся экскурсии, чаще всего они «привязаны» к объектам показа, для которых разработан текст рассказа необходимый и достаточный для туристского события. В культурно-познавательном туризме такие формы работы распространены в связи с тем, что в ограниченное время туристу необходимо осмыслить большой объем информации, возможно новой и необычной для него. К тому же достопримечательности на маршруте обладают некой универсальной визуальной и смысловой привлекательностью, обеспечивающей внимание туристов и понимание их ценности в прошлом и настоящем.

В более сложной ситуации находится гид и турист, когда они становятся участниками этнографического тура.

Этнографический туризм – вид туристской деятельности, где в основу тура заложен интерес к истории и культуре этноса, погружение в его подлинную жизнь, традиции в месте исторического проживания.

Благоприятным фактором для развития этнографического туризма становится ярко выраженная самобытность этносов, уровень сохранности материального и нематериального культурного наследия. В этнографическом туризме целесообразно выявить и представить доминирующую сторону жизненного опыта (истории, повседневности, ментальности), который раскрывает уникальность жизни конкретного этноса. При этом задача усложняется необходимостью визуализировать, а возможно, и материализовать рассказ.

Необходимо подчеркнуть и выделить, что культура любого народа представляет собой концентрический образ мира от персональной идентичности до космологии этноса, поэтому в этнографическом туризме основу интереса составляет именно нематериальная культура: язык, мифы, историческая память о реальных событиях, повседневные и ритуальные практики, система ценностей, табу, толкование графических символов и многое другое, что создает возможность самоидентификации этноса, установления культурной границы. Граница – значимое понятие и в материальном, и нематериальном мире. Но граница своей и чужой культуры может быть непреодолима, если интерес возник только с одной стороны, активное вторжение в культурное пространство, в том числе и с научными целями, может привести к неприятию такой межкультурной коммуникации. Так, в XIX и начале XX века некоторые путешественники по Кольскому северу высказывали мнение, что у местных жителей – саамов – нет своего фольклора, по их мнению, это отражает низкий уровень развития этноса [1]. С таким утверждением не соглашались русский писатель и этнограф В. И. Немирович-Данченко, исследователи севера В. Ю. Визе, Н. Н. Харузин, В. В. Чарнолуцкий, которые доказывали, что саамы, в силу своих охранительных традиций, неохотно рассказывали свои сказки и предания пришлым людям, предпочитая ответить, что они об этом ничего не знают, именно отсюда возникло ложное представление об ограниченности созерцательного мира лопарей.

Естественным культурным процессом является то, что в любом поколении прошлое «создается и изменяется», поэтому сам народ объясняет свою историю через рефлексию сегодняшней жизни, и чем сложнее текущая коммуникация, тем многообразнее интерпретации культуры этноса. Этот процесс может проходить и как умножение культурного опыта, и как его ассимилирующая деформация. Поэтому специалисты в этнографическом туризме должны уметь критически оценивать культурологическую информацию, создаваемую в разное время, разными авторами, в том числе носителями этнической культуры, в этом есть преимущество герменевтического подхода, принципы которого утверждают:

- культурный текст всегда существует как незавершенная интерпретация;
- текст и его понимание зависит от участников коммуникации и событийных контекстов;
- каждая новая ретроспекция и исторический контекст создают варианты смыслов и оценок социальных явлений.

Проблемы этнографического туризма можно сопоставить с проблемами этнографического кино, так как в экскурсии или туре необходимо «показать» короткий сюжет из жизни этноса, при этом он должен обладать способностью представить более глубокое понимание этнокультурного развития.

Этнографическое кино прошло путь от экзотической кинохроники до сложных кинопроектов, отражающих научные и просветительские цели. Тема представления этнических реалий в этнографическом кино вызывает дискуссии с начала съемок первых фильмов в 20-х годах XX века. Классик документального кино Д. Вертов (1896–1954 гг.) призывал исключить постановочные сцены и художественные сценарии. Другое мнение высказывал классик этнофильмов А. А. Литвинов (1898–1977 гг.), утверждавший, что фиксация повседневности не позволяет понять суть жизни народа, поэтому сюжет становится нитью диалога со зрителем, но необходимо, чтобы он опирался на подлинные научные исследования. Так, например, был создан уникальный фильм «Лесные люди», в основу которого положена книга В. К. Арсеньева (1872–1930 гг.), путешественника и исследователя Дальнего Востока [2, 3].

На протяжении десятилетий и документальные, и художественные этнографические фильмы погружены в полемику, касающуюся выбора тональности сюжетной линии, проблемы корректности закадрового комментирования, режиссерской постановки сцен, «цитирования» канонических интерпретаций культуры, стигматизации «чужих» [6], использования музыки экзогенных культур для сопровождения видеоряда. Даже этот неполный перечень экранных конфликтов раскрывает трудности в сфере креативной этнографии. Одновременно возникает и поле коммерческой трэвел-журналистики, которая активно использует технологии шокового противопоставления, эффекты тревожного или комического ожидания, тем самым привлекая и удерживая внимание любопытствующей публики.

Проблемы погружения в иную культуру средствами этнографического туризма ставит подобные вопросы не менее остро, добавляя собственные конфликты, что можно проследить на примере организации северных этнографических туров.

Интерес к яркой инаковости в северном туризме во многом определен тем, что человек городской цивилизации испытывает стресс «безликого многообразия», повторяющейся повседневности, стандартного комфорта. Но отсюда же иное времяпрепровождение нередко предполагает релаксирующее потребление, ожидание гарантированного качества и сервисного, и интеллектуального продукта. При проектировании этнографических туров наиболее часто звучит требование не только образности и научной достоверности рассказа, но и доказанной аутентичности объектов показа, это касается как материальных, так и нематериальных объектов. При этом можно услышать сентенции туристов, что «сейчас уже не те олениводы... не такие поморы...» и т. п. Гости циркумполярного мира неосознанно, но эгоистично хотят консервации образа жизни северных народов, сохранения традиционных промыслов, обрядов, повседневности. Это существенная культурологическая проблема – столкновение представлений человека о континууме и константах социума. Основная масса туристов воспринимает вариативность собственной жизни как должное, повседневный мир

технологических благ и сервисов как прагматическую необходимость, изменчивость ощущается как прогресс. Однако в путешествиях турист некритично ожидает показа «прошлой жизни» этносов, так же, как осмотра археологических памятников или музейных коллекций. По сути, турист не столько осмысливает жизнь данной территории, сколько осваивает ее образ по уже существующим культурным маркерам. Причем эти маркеры носят искусственный характер, отражают обобщенный образ места, к тому же маршруты обычно ограничены возможностями логистики.

Безусловно, потребительская любознательность присуща не всем туристам, все большее число путешественников высказывают склонность к «мягкому» и «медленному» туризму.

«Мягкий» туризм – это не конкретный вид туризма, а видение образа поведения в путешествии, согласно которому турист своим пребыванием в дестинации не разрушает местную культуру и повседневность, а, наоборот, стремится к пониманию особенностей культуры, сотрудничеству в освоении ремесленных практик, кухни и др. В этом случае предполагается умеренный темп перемещения, длительные остановки в одной точке маршрута, взаимодействие с жителями в экскурсионных и творческих программах.

«Медленный» туризм противостоит невротизирующей скорости впечатлений и коммуникаций, предполагает принятие места как ресурса личного роста. Так, в романе «Медленное возвращение домой» (1979 г.) его автор Петер Хандке создал образ ландшафта, который превратился во внутреннюю силу, субстанцию рефлексии героя.

Для индустрии «мягкий» и «медленный» туризм сложны своей нелинейностью, зависимостью от своеобразия социальных компетенций и самого туриста, и гида-проводника в местной культуре. Однако такие принципы весьма продуктивны в этнографическом туризме.

Теория этнографического туризма еще не вполне сложилась, не выработаны маркеры для его границ, например, к этническим турам относят поездки по программам сельского туризма, а поездки в провинциальные города с гомогенной культурой повседневности идентифицируются как культурно-познавательные экскурсии.

Еще более сложным вопросом является практика этнографического нарратива, который должен раскрыть смысл социальных уз этноса (к ним относятся этические, оценочные, коммуникативные модели этноса, образ его восприятия мира и деятельностьная культура), что само по себе сложно, и одновременно этот текст субъективен из-за авторского понимания окружающего мира.

Нарратив – интеллектуальный продукт рассказчика, композиция и репрезентация смыслов, выбор риторики и эвристической аргументации, проявляющие в итоге субъективное отношение автора к излагаемой теме, его коммуникативную компетентность и социальную ответственность.

Талант собирателя сведений и интерпретатора культурного достояния позволяет разработать авторские туры и экскурсии, которые особенно ценятся в этнографическом туризме. Используя литературные аналогии, можно

предположить: если стандартная экскурсия – это репортаж с места события (пребывания), то авторская экскурсия – это эссе, рассуждение на основе взвешивания, сравнения, концентрации на смыслах, предметная эрудиция при этом не создает завершенных утверждений, не претендует на менторство в понимании своеобразия культуры.

Одной из главных проблем нарратива в этнографическом туризме можно назвать проблему источника знаний: справочная литература, научные публикации являются привычными источниками, но они создают фабулу и методологическую базу компетенций, в то время как этнографический туризм предполагает рассказ «от лица этноса», то есть необходимы культурные тексты, построенные на основе личного опыта взаимодействия, наблюдения и освоения этнических кодов. Интересны в этом ключе путевые записки творческих людей, обладающих особым эмоциональным видением окружающего мира, например, в небольшой книге «У самоедов. От Пинеги до Карского моря» художник А. А. Борисов [5] описывает и свои впечатления от природы севера, и жизнь местного населения – традиции в оленеводстве, суеверия, их семейные отношения, зависимость от перекупщиков и многое другое. Художник Н. В. Пинегин в книге «Записки полярника: воспоминания о походах в Арктику в дореволюционное и советское время» [6] рассказывает о беседах с местными жителями о повседневности морских промыслов, оснащении русских и норвежских рыболовных судов. Обе книги рассказывают о жизни малых народов (саамов и ненцев) начала XX века, для современного гида, по существу, такие путевые заметки сопоставимы с научными первоисточниками и общением с местным населением.

Этнографическая компетентность как уровень культурной эрудиции человека включает в себя не только широкий спектр тематических знаний, но и принципиальную позицию, с которой рассматриваются вопросы этнокультурологии, здесь важно определить свое отношение к сложившимся моделям наблюдения этносов:

- модель «культурной дистанции этносов»;
- модель «несинхронного культурного времени»;
- модель «центростремительности и центробежности культурных ориентиров»;
- модель идеализации традиций, ретрособытий, социальной стратификации прошлого.

Эти и другие модели нестабильны, обладают в большей мере ориентирующим потенциалом, позволяющим избежать в нарративе жестких социальных стереотипов.

Применение опыта нарративного анализа в методологии этнографического туризма позволяет выстроить систему оценок стандартных и авторских этнографических экскурсий и предложить формы рассказа-презентации культуры этноса.

Стандартная этнографическая экскурсия (тур) включает в себя поездку в этническое поселение, осмотр традиционного жилища, дегустацию местной еды, анимацию на тему культового или бытового обряда, фотосессию в одежде с этническим колоритом. Особым интересом у туристов пользуются домашние

животные, которые сопровождают и раскрывают повседневную жизнь этноса. Обычно этнотур не бывает длительным, например, тур «Чумовые выходные в Арктике» предлагает провести выходные дни в поселках близ Нарьян-Мара (Ненецкий автономный округ). Подобные поездки почти всегда однократные, эмоционально и визуально насыщенные, поэтому гиды-сопровождающие минимизируют путевую информацию, и в этом случае туристы особенно уязвимы к фактографическим ошибкам, стереотипному толкованию, мистификациям. Изоморфный подход в построении коммерчески выгодного тура обычно объясняют ожиданиями туриста (усредненный запрос клиента) и объективными ограничениями логистики тура. Туристы, конечно, понимают условность погружения в культуру этноса, но благодаря необычности события для личного опыта возникает состояние приостановки неверия, то есть добровольного признания игрового начала этнотура в качестве приемлемого обоснования программы путешествия, нередко туристы изначально не хотят видеть рутину повседневности.

Авторские этнографические туры занимают узкий сегмент рынка, в реальном предложении они фактически представлены как нестандартные краеведческие туры (для дестинаций с небольшой территорией и ярко выраженной культурной идентичностью этноса) или как событийные туры (поездки на этнофестивали, праздники, выставки). В этом случае в отзывах туристов важное место занимают оценки общих знаний гида, а также использование уместных этнических литературных и музыкальных произведений, фольклора или кулинарных рецептов.

Сопоставление текстов различных авторских экскурсий позволяет сделать вывод, что помимо нарратива на художественные темы интересным содержанием повествования являются:

- этнопедагогика (методы и социальные установки в воспитании детей);
- космологическая идентичность (самовосприятие этноса в многоуровневом мире);
- политическая идентичность (самовосприятие этноса в текущей жизни и стратегия саморазвития).

В авторских экскурсиях этнографический рассказ опирается не столько на естественную хронологию жизни народа, сколько на скрепы культурных событий, которые привели к формированию этнического кода (ментального и визуального). Фактически основой рассказа гида-экскурсовода становится интертекст, то есть коммуникация идет на основе изложения источников, созданных в культуре этноса.

Нарратив этнографических туров может стать ценным материалом для развития самосознания этноса: творческие находки в экскурсии, гостеприимный диалог создают импульс для воспроизводства культурных ценностей, но даже в случае негатива по отношению к неудачной реплике этнокультурного феномена ситуация заставляет искать пути преодоления культурного конфликта. Таким образом, формируется запрос на самописание этноса, активные презентации культурных смыслов через литературу, кино, творческие события, возникает и поддерживается стремление быть понятыми в мультикультурном мире.

Формирование способности к нарративному анализу этнокультурных текстов, этнических самопрезентаций выводит на высокий уровень квалификацию

специалистов этнографического туризма. Авторское повествование в таком случае не приводит к вычитанию смыслов, а создает интерес к культурному поиску, интеракции. В зависимости от туристской аудитории можно предложить свое видение этнокультурных феноменов или использовать классические траектории погружения в культуру. По сути, современный этнографический туризм формирует поле новых этнокультурных практик, где нарративный анализ актуален как технология для интеллектуальных решений туристского продукта, способного многогранно отразить культурные реалии этноса. Этнографический тур создает дополненную реальность, предлагая к обсуждению показ с реконструкцией космологии, художественной практики и видения будущего этноса. Не менее важен этнографический туризм для самого этноса, который вовлечен в коммуникации, так как он позволяет взглянуть на собственную жизнь через призму чужого суждения, изменить предложенный нарратив и тем самым создать более точную и сложную интерпретацию своей идентичности.

Список литературы

1. Бодрова О. А. Фольклорные сказки и предания Кольских саамов в трудах российских исследователей XIX–XX вв. / О. А. Бодрова // Труды Кольского научного центра РАН. – 2014. – № 2. – С. 89–108.
2. Головонев И. А. Чукотская экспедиция А. Литвинова. Финал советского этнокино / И. А. Головонев // Уральский исторический вестник. – 2014. – № 3. – С. 118–127.
3. Головнев И. А. «Лесные люди» – феномен советского этнографического кино / И. А. Головнев // Этнографическое обозрение. – 2016. – № 3. – С. 83–98 (грант РФФИ «14-18-01882 «Мобильность в Арктике: этнические традиции и технологические инновации»).
4. Почкай Е. П. Категория «другие» в этнографических экранных путешествиях / Е. П. Почкай // Век информации. – 2015. – Том 1. – № 2–1. – С. 235–245.
5. Борисов А. А. У самоедов. От Пинеги до Карского моря. – С.-Петербург: издание А. Ф. Девриена, 1907. – 104 с. URL: <https://www.prlib.ru/item/388466>.
6. Пинегин Н. В. Записки полярника: воспоминания о походах в Арктику в дореволюционное и советское время / Н. В. Пинегин. – Архангельск: Севкрайгиз, тип. «Северный Печатник» в Вологде, 1936. – 328 с. URL: <https://www.prlib.ru/item/411995>.

Zhelkina Z. Y. The Potential of Ethnographic Tourism in the Development of the Cultural Identity of the Ethnos // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2018. – Vol. 4 (70). – № 2. – P. 136–144.

The article discusses the topic of ethnographic tourism as an object of cultural studies, conducts analogies of problems of observing the life of ethnic groups in documentary films and tourism. The culturology is based on the principles of the hermeneutic campaign, therefore it considers the life of ethnic groups through stable cultural invariants and the long-term dynamics of changes, this approach allows creating complex descriptions of cultural phenomena. Ethnographic tourism is actively mastering the achievements of the humanities, but in the industry there are rational forms of work that provide the expected effects due to the standardization of services, programs and routes. Ethnographic tourism has a problem of narrative representing the history and everyday life of an ethnos. The key to the success of creative industries, which include tourism, are creative solutions that allow reaching a "suspension of disbelief" on the part of the tourist: just like in ethnographic cinema, participants prefer to receive emotions from the game convention, the assumptions of the genre. However, the dissonance of the professional narrative and the self-identification of ethnic groups goes into the ethics of intercultural communication. The negative option of solving the ethical problem can be considered non-critical commercialization of the stereotyped, simplified image of the ethnos. The positive is the rethinking of the ethnos identity as a reaction to the content of ethnographic tourism or films, aspiration for an

explanatory dialogue. Cultural competence in modern tourism is becoming one of the key characteristics of the profession, but it can be assumed that the business declares such a need without making sufficient efforts to implement it.

Keywords: ethnographic tourism, excursion, narrative analysis, cultural studies, cultural identity.

References

1. Bodrova O. A. Folkloriye skazki I predania Kolskih saamov v trudah rossiyskih issledovateley XIX-XX vekov [Folk Tales and Legends of the Kola Sámi in Papers of Russian Researches of the 19th and 20th Centuries]. Trudy Kolskogo nauchnogo centra RAN [Proceedings of the Kola Science Center of the Russian Academy of Sciences], 2014, N 2, p. 89-108.
2. Golovnev I. A. Chukotskaya ekspeditsia A. Litvinova. Final sovietskogo kino [Chukotka Expedition of A. Litvinov. The Finale of the Soviet Ethnokino]. Uralsky Vestnik [The Urals Historical Herald], 2014, no. 3, p. 118-127.
3. Golovnev I. A. «Lesnye liudi» - fenomen sovetskogo etnograficheskogo kino [«Forest People» – the Phenomenon of Soviet Ethnographic Cinema]. Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic Review], 2016, no. 3, p. 83-98. Grant of the RNF «14-18-01882 «Mobility in the Arctic: Ethnic Traditions and Technological Innovations».
4. Pochkay E. P. Kategoriya drugie v etnograficheskikh ekrannykh puteshestviyakh [Category «Others» in Ethnographic Screen Travel]. Vek informatsii [Information age], 2015, Vol. 1, no. 2-1, p. 235-245.
5. Borisov A. A. U samoedov. Ot Pinegi do Karskogo moria [In the Samoyedovs. from Pinega to the Kara Sea]. St. Petersburg, the publication of A. F. Devrien, 1907, 104 p.]. URL: [https://www.prlib.ru/item/388466].
6. Pinegin N. V. Zapiski polarnika: vospominania o pohodah v Arktiku v dorevolutsionnoe I sovietskoie vremia [Notes of the Polar Explorer: Memories of the Campaigns to the Arctic in Pre-Revolutionary and Soviet Times]. Arhangelsk, «The Northern Printer» in Vologda, 1936, 328 p. URL: [https://www.prlib.ru/item/411995].