

УДК 338.48

**Т.И. Яковук****ИНСТИТУАЛИЗАЦИЯ ТУРИЗМА ОТ ПАЛОМНИЧЕСТВА  
ДО РЕКРЕАЦИИ: ВИКТОР ТЕРНЕР, ЭРИК КОЭН,  
НЕЛЬСОН ГРАБЕН**

В статье прослеживается долгий путь развития феномена туризма от паломничества, совершаемого в поисках идентичности, до понимания туризма как символической модели жизни. Эволюция туризма рассматривается на основе концепций известных западных социологов туризма Виктора Тернера, Эрика Коэна и Нельсона Грабена. В их подходах определяется роль туризма в социокультурной жизни западного человека, анализируются условия возникновения массового туризма, а также отмечается, что в ходе развития туристического движения произошло изменение целей и мотивов совершаемых поездок, оправданием которых для окружающих в наше время служат не только выезды к духовным «центрам», но и поездки с целью посещения туристических достопримечательностей, развлечения и рекреации.

Как известно из истории туризма, путешествия явились результатом развития социокультурного феномена паломничества к святым местам.

В связи с этим нам представляется необходимым остановиться на теории Виктора Тернера, серьезно интересовавшегося лишь такой формой путешествия, как паломничество. В то же время исследователь предложил исключительно интересную теоретическую концепцию анализа феномена путешествия – так называемый процессуальный анализ, опирающийся на идею *rites de passage* [5].

По мнению В. Тернера, ритуалы перехода – это ритуалы, сопутствующие любому изменению места, положения, социальной позиции или возраста [5, с. 94]. Каждый из таких ритуалов перехода состоит из трех фаз.

Первая фаза – это отделение, сепарация. Сюда относится поведение, символизирующее «отрыв» личности от группы, от определенного «положения», каковым является строго определенное место в социальной структуре или в культурных условиях. Вторая фаза названа ученым лиминальной, пороговой, разграничивающей. Это фаза прохождения через культурную реальность, в которой незначительно представлены, а, возможно, вообще отсутствуют свойства как прошлого, так и будущего состояния. Лиминальность, перешагивание через порог – это состояние зависания, состояние «между». Перешагивающий индивид не находится ни здесь, ни там. Примером этого зависания у Тернера являются прежде всего неофиты. Наконец, последняя фаза – фаза агрегации, реинкорпорации, последующего включения в структуру. Ритуальный субъект – личность или группа – вновь обретает сравнительно стабильное состояние и благодаря этому получает новые права и обязанности четко определенного «структурного» типа.

Понятие лиминальности Тернер связывает с противопоставлением двух форм социальной жизни: структуры и коммунитас. Что касается коммунитас, то тут все просто – коммунитас противопоставляется структуре, иерархии социальных связей, т.е. структура – это государство, касты, цепь подчинения сверху донизу, а коммунитас – это нечто архетипическое, это образование, берущее свое начало в глубинах архаических общин и подчиняющееся магическим и природным ритмам. Лиминальность – одно из проявлений коммунитас в брешах структуры. Исследователь задается вопросом: почему лиминальные ситуации и роли почти везде наделяются магико-религиозными свойствами и почему их так часто следует рассматривать по отношению к людям, объектам, событиям как опасные, зловещие или как те, которые ритуально не вовлечены в лиминальный контекст. По мнению Тернера, все непрекращающиеся проявления коммунитас людьми, занятыми поддержанием «структуры», воспринимаются как в перспективе опасные и анархические, и поэтому на них накладыва-

ются различные запреты, предписания и ограничения. Однако далее Тернер заявляет о том, что если попытаться полностью избавиться структуру от проявлений коммунитас, то вследствие этого возникнет напряжение и долго такая структура не проживет [5, с. 203].

Тернер считает, что все паломничества великих мировых религий носят лиминальный характер. Эти паломничества являются «институализированной или символической формой «антиструктуры» (или «метаструктуры»), которая охватывает самые важные ритуалы, инициации периода созревания в племенных обществах. ... Лиминальность паломничества длительнее, чем иных ритуалов инициации» [5, с. 204]. Паломничества наполнены эмоциональной напряженностью и религиозной атмосферой. По мере прохождения пути паломничество, с одной стороны, все больше принимает сакральный характер, потому что приближается к объектам сакрального культа, а с другой стороны, оно становится все более светским, поскольку паломник должен справляться со все более сложными реальными угрозами и неудобствами. У Тернера основной функцией паломничества как ряда ритуалов перехода является то, что они (ритуалы перехода) «вытаскивают» людей из их повседневных структур и рутины, чтобы в последующем «уместить» их в совершенно иных контекстах. Паломничество носит лиминальный характер, оно является интервалом между двумя разными периодами интенсивного включения в структурированную социальную экзистенцию. В феодальном обществе паломничество выполняло стабилизирующую функцию. В современной жизни в них принимает участие количество людей большее, чем когда-либо ранее, но в то же время, как отмечает исследователь, паломничества уже не так интегрированы, как это было в средневековой Европе и Азии, они уже не создают какой-либо более широкой социокультурной системы.

К концепции Тернера обратился в своей теории феноменологии туристического опыта один из ведущих социологов туризма, израильский исследователь Эрик Коэн [2]. С начала 70-х годов XX в. исследователь публикует в социологических журналах статьи, пропагандирующие социологию туризма, в частности, международный туризм, как социологическую дисциплину. По Коэну, феномен массового путешествия возникает тогда, когда отношение человека Запада ко всему остальному миру подверглось принципиальному изменению. До появления массового туризма он игнорировал другие общества, иные культуры и трактовал свой малый мир как Космос. Все лежащее вовне являлось для него таинственным и неизвестным, а значит опасным и пугающим. Этот отнюдь не казавшийся реальным внешний мир мог, таким образом, вызывать лишь опасения или, в лучшем случае, безразличие [2, с. 165].

Разрыв в западном мире с этой традицией, с изначальным предубеждением происходит лишь в начале XIX века. Оба подхода – традиционный и современный – имеют значительные различия. Традиционный человек покидал свою среду только в экстремальных ситуациях, в то время как человек современный легче ее покидает и легче адаптируется к новой среде. Более того, «он интересуется предметами, пейзажами, обычаями и культурами, отличающимися от собственной именно потому, что они другие» [2, с. 165]. Инаковость, новизна, отличие, ранее будившее страх, постепенно начинают цениться, а их познание и переживание приносить чувство удовлетворения. «Спрос» на туризм возникает именно тогда, когда инаковость становится ценностью самой в себе. Опыт новизны и инаковости становится сущностью туристического опыта. Однако, отмечает Эрик Коэн, даже современный человек не способен полностью «погружаться» в чужую среду. Поскольку люди укоренены в собственной культуре и в собственных привычках, то пребывание в полностью иной среде даже в наше время часто воспринимается как дискомфортное. Большая часть туристов ощущает в путешествии по чужому миру необходимость наличия в своем окружении чего-то своего. Чего-то, что припоминало бы им «дом». Это может быть еда, к которой они привыкли, газета, которую читают по утрам, или просто попутчик той же национальности. Оказывается, что вышеупомянутое удовольствие от контакта с инаковостью многие туристы

предпочитают ощущать в безопасных местах, каковыми являются такие хорошо знакомые им институты, как, например, отели, рестораны или транспортные средства.

Отсюда опыт туриста – это опыт в равной степени как инаковости, так и родного, «безопасности старых привычек и увлечения переменаами» [2, с. 166]. Люди отличаются между собой готовностью соприкосновения с новой средой и изменения старых привычек. Принимая во внимание континуум инаковости – родного, Коэн выстроил типологию туристов. Исследователь выделил четыре социальные роли туриста и соответствующие им четыре типа туристического опыта. Две первые роли относятся к ролям институциональным, две последующие – к ролям неинституциональным. Институциональные роли – это такое поведение туристов, которое тщательно определено туристическими организациями: туристическими бюро, транспортными фирмами, гостиничными сетями. В противоположность им неинституциональные роли – это роли открытые, не определенные туристическими институтами. Исследователь отмечает, что институциональный туризм, несомненно, оказывает огромное влияние на культуру и общество хозяев путем создания новых рабочих мест, формирования новых социальных функций, в то время как влияние туризма неинституционального менее заметно.

Современный массовый туризм, по мнению Эрика Коэна, в высокой степени институализирован: путешествие стандартизируется, «упаковывается» (пэкидж-тур или туристический пакет) и продается как готовый продукт. Оно создает впечатление настоящего приключения, призванного доставить опыт, связанный с новизной, и не подвергать при этом туристов каким-либо неудобствам. Главной целью массового туризма становится посещение аутентичных туристических достопримечательностей, привлекающих туристов, если таковые в действительности имеются в определенном регионе, а также и искусственных, придуманных для привлечения новых волн потребителей туристических услуг. При этом оказывается, что даже аутентичные достопримечательности совершенствуются во имя возрастания спроса на их потребление. Естественные пейзажи переделываются под еще более «красивые». Перестраиваются парки, реформируются традиционные праздники и церемонии, старые здания превращаются в живые музеи, как это имеет место в случае с израильской Акрой или Старым Чикаго. Концепция туристической достопримечательности израильского исследователя Эрика Коэна оказалась весьма перспективной для изучения туристического движения, в 70-х годах XX века она была развита и представлена на новом уровне Дином Мак-Кеннелом в книге «Турист. Новая теория праздного класса», ставшей классикой социологии туризма [4].

Наряду с трансформацией туристического движения Коэн отмечает также нарастающую тенденцию стандартизации туристических услуг. Его особенность заключается в том, что где бы ни находился турист, оказывается, что отели, автобусы, рестораны и др. услуги будут одинаковы, т.е. точно такие же, как, например, в США или в странах Западной Европы. Для сохранения новизны добавляется лишь немного местной экзотики, а локальные рестораны к общепринятой французской кухне добавляют лишь несколько блюд кухни национальной, которые отнюдь не рекомендуются к употреблению местными резидентами отечественных туристических фирм, поскольку они могут оказаться неприятными на вкус или вызвать последующее осложнения здоровья<sup>1</sup>.

Трансформация туристических достопримечательностей и стандартизация уровня услуг ведут, в свою очередь, к стандартизации туристического опыта и редукции богатства местной культуры до уровня стереотипов. Турист еще до выезда знакомится с

---

<sup>1</sup> Так, например, в настоящее время в Египте туристам не рекомендуется употреблять блюда местной кухни, в частности, морепродукты, поскольку они могут вызвать расстройство желудочно-кишечного тракта, называемое «местью Клеопатры». Желаящим все-таки приобщиться к египетской экзотике рекомендуют обязательно употреблять алкоголь, призванный снизить риск заболевания.

рекомендованными для осмотра достопримечательностями, месте туристического пребывания эти же достопримечательности указаны в туристических информаторах, брошюрах, часто обозначены указателями на местности. Местные гиды сокращают информацию до того уровня, который следует показывать иностранцам. Стандартизация опыта, отмечает Э. Коэн, приводит к тому, что для туриста важны лишь достопримечательности, а не культура посещаемых стран. Страны же при этом становятся взаимно «заменяемыми», потому что едут не в Грецию, Испанию или Марокко, а едут на «какой-нибудь пляж», не в Париж или Амстердам, а «посмотреть какой-нибудь Старый город». На месте к самой достопримечательности туристов часто доставляет самолет и, при этом оказывается, что у них отсутствует минимальная возможность контактировать с местным населением.

Э. Коэн указывает также на парадоксальность массового туризма, заключающуюся в том, что, с одной стороны, поиск разнородности, новизны, инаковости является двигателем туризма, а, с другой стороны, их качество ухудшается по мере развития институционализации туризма. В популярных, с туристической точки зрения, странах и местностях туристическая инфраструктура и достопримечательности отделены от остальной культуры и общественной жизни местных жителей. Примером этому может служить, например, тот факт, что посещения туристами церквей, государственных зданий и национальных памятников, имеющих важное символическое значение, приводит к тому, что их все реже посещает местное население [1, с. 172]. Таким образом, выделение туристических зон приводит к их постепенной социальной изоляции. Турист путешествует по миру сам в себе. В конкретной местности он контактирует лишь с обслуживающим его персоналом, местное население воспринимает туриста как нечто нереальное. У них совершенно нет возможности для взаимных контактов. При этом в крайних случаях оказывается, что определенная часть услуг предоставляется лишь иностранцем. В качестве примера Э. Коэн приводит магазины «Березка», отовариваться в которых могли за валюту лишь иностранцы, либо за чеки немногочисленные советские граждане, работавшие за рубежом [1, с. 173].

Росту изоляции способствует то, что Э. Коэн называет «коммуникационной дырой». По мнению исследователя, туристические путеводители и туристическая литература отнюдь не являются информационным инструментом – их цель заключается в воздействии на принятие решения о покупке того или иного туристического продукта. Их авторы, как правило, представляют страну посещения в перспективах туристического бизнеса, часто заграничного. На эту «коммуникационную дыру» влияет то, что туристы часто не знают языка страны посещения, а без такого знания они не в состоянии путешествовать самостоятельно и «проникать» в культуру хозяев. По мнению Коэна, грустной иронией является то, что современный институализированный туризм вместо того, чтобы развеивать мифы, служит их созданию. При этом с ростом туристического движения наблюдается нарастающая институализация и стандартизация туризма, а значит, увеличивается число барьеров между туристами и страной хозяев. То, что до сих пор являлось формальным барьером между странами, превращается в неформальный барьер внутри страны [1, с. 174].

Следующий парадокс современного туризма, по мнению израильского социолога, заключается в роли «открывателя». Он невольно является плацдармом массового туризма. Открывая интересные и неизведанные до сих пор места и делясь своими впечатлениями, туризм тем самым открывает возможность для их дальнейшей коммерциализации. Т.е. туризм выполняет роль прежнего «путешественника». Результатом таких действий является сокращение пространств, не охваченных туризмом.

Более поздние тексты Коэна, основанные на социологических исследованиях, посвящены проблемам пешеходного туризма среди горных племен Тайланда. В них

продемонстрирована нарастающая коммерциализация альтернативного туризма и маркетинговое использование «альтернативности», «естественности», «простоты» [2]. В своих выводах автор отмечает появление «кокона», например, тогда, когда горные племена угощают пришельцев не той пищей, которую употребляют сами. Еще нет инсценировки достопримечательностей, специально подготовленной для туристов, но уже есть то, что исследователь назвал коммуникационной инсценизацией. Автор имел в виду процедуры селективности туристических путеводителей, проявляющейся, с одной стороны, в полном отсутствии упоминания проблем аборигенов, а с другой стороны, гиперболизации определенных элементов, например, традиций, «цивилизационной нетронутости» или даже обыкновенной дезинформации, например, о неизменности жизни аборигенов на протяжении столетий.

Знаменитая статья «Феноменология туристического опыта. Социология» является самым важным, с точки зрения социологии туризма, текстом исследователя Эрика Коэна [1]. Она посвящена полемике с социологией туризма Д. Маккеннела. В этой значимой социологической рефлексии туризма исследователь опирается на вышеупомянутую концепцию Виктора Тернера и концепцию Мирче Элиада о существовании в каждой религии «священной сферы абсолютной реальности», которую он называет центром. Этот центр не должен быть обязательно здесь, он может располагаться где-то даже очень далеко и к нему следует совершать паломничество. Коэн не трактует центр как исключительно религиозный феномен, считая, что каждая общность имеет свой «харизматический центр» наивысших ценностей, таких, как, например, монархия. Он считает также, что личность может иметь лишь один такой центр, но при этом признает, что в действительности встречаются люди, имеющие по два и более духовных центра. По мнению исследователя, если человек совершает путешествие, то это означает отсутствие чего-то в повседневной реальности, ради чего стоит совершить далекое путешествие. Это нечто для Коэна является основой феноменологической типологии туристического опыта.

Весьма значительный вклад в осмысление феномена туризма внес также американский антрополог Нельсон Грабен, автор часто цитируемой статьи «Туризм – священное путешествие», опубликованной в оксфордском сборнике «Хозяева и гости. Антропология туризма» [3]. Грабен трактует туризм как одну из сфер экспрессивной культуры, как одну из областей, которая наряду с искусством, обрядом или спортом противопоставляется действительности и ради которой «стоит жить». «Туризм, – по мнению исследователя, – не является чем-то универсальным, он лишь функциональный и символический эквивалент иных институций, используемых человеком для украшения и придания смысла жизни» [3, с. 17]. Так, подобными предшественниками и субститутами туризма были путешествия жаков по средневековым университетам, крестовые походы и паломничества.

Исследователь решительно противопоставляет туризм работе. Туризм – это не работа. Это рекреация. Это тесно связанное с путешествием развлечение, форма отвлечения от повседневных проблем, работы и дома, это «освобождение от звонящего телефона» [3, с. 18]. Организм человека требует определенного оптимального уровня возбуждения. Человек убегает в равной степени и от скуки, «потому что мы никуда не выезжаем», и от чрезмерных впечатлений, как в известном фильме: «... Если сегодня вторник, значит мы находимся в Бельгии». Туризм – это добровольное путешествие, противопоставленное скуке, работе и командировкам. Обосновывая такое противопоставление, исследователь утверждает, что европейские крестьяне, как и жители Восточной Азии, имеют прочно закодированную символическую границу, отделяющую работу от путешествий и развлечения. Работа и отдых – это два противоположных способа существования. Каникулы несут в себе сильный магический элемент. Даже «туристи-

ческий минимум», каковым является завтрак в саду, несет в себе заряд чего-то необычного, магического. Этот магический элемент имеет для индивидов различную значимость. Отсюда бытие путешественника – это не только удел богатых. Часто в путешествие отправляются бедные студенты, а хорошо обеспеченные люди при этом не сдвигаются с места. Противопоставление туризма работе – это часть более фундаментальной оппозиции священного и профанного, мирского. Противопоставление «священных» каникул «светской» обыденности упрощает восприятие протекания времени. Этот феномен отражается в языке, когда вместо упоминания даты говорится, что «это было в том году, когда мы были в Риме» или «это был наш последний день в Париже».

Путешествие у Грабена является символической моделью жизни. Выезжая из дома, люди символически «умирают», что находит свое выражение в прощании с самыми близкими людьми и в различного типа инструкциях, какими наделяются отъезжающие «на всякий случай». Символическое же возвращение к жизни, возвращение наших социальных ролей часто бывает культурным шоком: «последний день каникул» вызывает одновременно ностальгию о том, что заканчивается, и радость от предвкушаемого возвращения домой. Многие люди уже в этот момент начинают мечтать о каникулах. Исследователь подчеркивает, что в условиях потребительского общества у ориентированных на индивидуализм жителей Запада каникулы вообще являются лучшей частью их жизни.

Исследователь отмечает также, что у большинства путешествий есть определенная цель. Отправляясь в путешествие, отводя на выезд значительную часть времени и денег, путешественник должен представить своему социальному окружению определенные оправдания. Прежние выезды были оправданы религиозными (паломничество) или образовательными (выезды эпохи Средневековья и Нового времени) мотивациями. Так, например, отец массового общедоступного туризма Томас Кук руководствовался двумя идеями: борьбой с алкоголизмом среди рабочего класса и демократизацией путешествий. В наше время для оправдания путешествия достаточно таких целей, как оздоровление, развлечение или желание встречи с экзотикой. У туризма своя мифология: природа, чистая вода, неотравленный воздух, даже отсутствие других людей трактуются как «лекарство» для лечения физических и психических недугов, что, в свою очередь, способствует формированию этнического и рекреационного туризма.

Привезенные из путешествия сувениры являются, по Грабену, нашим Святым Граалем, мифическим доказательством того, что мы погрузились в туристическое таинство. При этом городской турист довольствуется открытками, охотник и собиратель коллекционирует ракушек, однако может приобрести и обломки античных руин. Этнический турист приобретает изделия народных ремесел. Отправление открыток – это своего рода туристический ритуал. Его источник скрывается в необходимости жизни в общности, а открытки подтверждают наличие такой необходимости. Туризм является также проявлением снобизма и праздности, причем в разных социальных общностях предметом восхищения и признания могут быть различные дестинации (туристические пространства).

Рассматривая трактовку в классических работах западных социологов туризма феномена трансформации путешествия от паломничества, совершавшегося в поисках собственной идентичности, до современного путешествия как символической модели жизни, мы можем сделать следующие выводы:

1. Феномен изменения целей, мотиваций и способов путешествия явился предметом социологических исследований многих западных социологов, антропологов и этнографов. Так, Виктор Тернер выделил основную функцию туризма как ритуала перехода, заключающуюся в том, что в массовом масштабе паломничества «вытаскива-

ют» людей из их повседневных структур и рутины, чтобы в последующем «уместить» их в совершенно иных контекстах.

2. Расширение целей и мотивов, позволивших перешагнуть через путешествие лишь с целью посещения святых мест, и возникновение феномена массового туризма, по мнению Эрика Козна, было связано с принципиальным изменением отношения человека Запада ко всему остальному миру. Безразличное отношение путешественников к иным культурам, к эстетике выезда к XVIII веку сменилось интересом, стремлением увидеть, пережить, прочувствовать. На сегодняшний день опыт новизны и инаковости стал сущностью современного туристического опыта, а погоня за ними – движущей силой развития туристических пространств.

3. Массовый туризм в обществе потребления находится под влиянием двух парадоксальных тенденций. С одной стороны, налицо стремление к «погружению» в иную среду, с другой – растет стремление к сохранению привычного комфорта, обеспечивающего чувство безопасности. Такое путешествие способен обеспечить лишь институализированный туризм. В его условиях путешествие стандартизируется и продается как готовый продукт, который, и создает впечатление настоящего приключения, призванного доставить опыт, связанный с новизной, и не подвергает при этом туристов каким-либо неудобствам, минимизирует возможные риски.

4. Главной целью современного массового туризма становится посещение аутентичных туристических достопримечательностей, привлекающих туристов, если таковые в действительности имеются в определенном регионе, а также искусственных, придуманных для привлечения новых волн потребителей туристических услуг. При этом оказывается, что в обществе потребления даже аутентичные достопримечательности совершенствуются и модифицируются во имя улучшения их потребительских свойств.

В результате произошедшей трансформации современный туризм, согласно Нельсону Грабену, может трактоваться как одна из сфер экспрессивной культуры, как одна из областей, которая наряду с искусством, обрядом или спортом противопоставляется действительности и ради которой «стоит жить». Туризм в настоящее время уже является эквивалентом институций, используемых человеком для украшения и придания смысла жизни, а отпускное время становится лучшей частью жизни западного человека, испытывающего культурный шок от мысли о возвращении домой к повседневным делам и обязанностям.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Cohen, E. A Phenomenology of Tourist Experiences. Sociology, "The Journal of the British Sociological Association" 2: 179-199
2. Cohen E. (1989), "Primitive and Remote": Hill the Tribe Trekking in Thailand, [w:] D. McConnell (red.) Semiotics of Tourism, Pergamon Press, New York, Oxford, Kronberg, Points Point, Tokyo, Seoul
3. Graburn N.H.H. (1978), Tourism: The Sacred Journey, [w:] V.L. Smith 9red.), Hosts and Gusts. The Anthropology of Tourism, Basil Blackwell, Oxford
4. MacCannell D. (2005), Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczek, Warszawskie literackie Muza SA
5. Turner V. (1974), The Ritual Process. Structure and Anti-Structure, Aldine de Gruyter, Hawthorn.

---

***Yakavuk T.I. The Institutionalization of Tourism – From Pilgrimage to Recreation: Victor Turner, Eric Cohen, Nelson Graben***

The article traces a long way of development of such phenomenon as tourism, beginning from pilgrimages aiming at the search of a person's own identity, to the development of contemporary traveling as a symbolic model of life. It also analyzes the concepts of well-known Western sociologists of tourism, such as Victor Turner, Eric Cohen and Nelson Graben. These concepts emphasize the role of tourism in socio-cultural life of Western people and the conditions of the development of tourism. Moreover, the author of the article emphasizes the shift of purposes and motives of tours in tourist movement, and the justification of this shift is expressed in the form of trips to spiritual centers as well as trips aiming at the sightseeing, entertainment and recreation.

Рукапіс паступіў у рэдкалегію 05.04.2010