

УДК 1:316.3(045)

*И.В. Соловей***КОНСТРУИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ЛАНДШАФТА  
В ПРОСТРАНСТВЕ СИМУЛЯЦИИ**

Рассматриваются способы конструирования туристического ландшафта (в аспекте производства вариантов искусственной реконструкции естественной среды) и декорирование природной среды под искусственную. Показано, что туристический ландшафт изменяет отношение и к природе, и к истории. В варианте искусственной реконструкции естественной среды природа превращается в зрелище, которое разворачивается на основе сюжетной линии развлечения. Сюжет тематических парков развлечений привлекает посетителей в качестве экотуристов. Здесь сюжетные линии экскурсии сводятся либо к реконструкции сафари, либо к спасению природы. Осознание различия между природой и ее имитацией в зоопарках и национальных аквариумах соотносится с состоянием предела, когда появляется понимание различия между естественной средой и ее искусственной реконструкцией, а культурный ландшафт начинает «прочитываться заново» в контексте современных технологий. Установлено, что в варианте декорирования природной/естественной среды под искусственную основной акцент делается на культурных значениях, которыми наделяется природный ландшафт территории. Туристический маршрут становится демонстрацией национального достояния страны, свойственный для этнотуризма. Выявляются моменты переходов от мифологических рассказов к заинтересованности историей. Показано, что исторические повествования открывают воображаемое пространство путешествия, индивидуализирующее маршрут туриста, у которого единственным путеводителем становится познавательный интерес.

*Ключевые слова:* туризм, культурный ландшафт, гиперреальность, симуляция, экотуризм, этнотуризм.

Движение территориального освоения Земли, различающее внутреннее пространство жизнедеятельности человека и его внешний мир, завершается полной колонизацией поверхности Земли как описанного в каждой точке географического пространства. Земля открывается «замкнутой» на самой себе сферой (globe), или шаром. В «конце географии» (Р. О'Брайен) путешествие связывается в основном с освоением космического пространства, расширяющего познавательные возможности человека до бесконечности. Внешнее пространство Земли становится внутренним миром, то есть «выворачивается наизнанку» культурным ландшафтом. Ландшафт открывает внешнее пространство мира как внутреннее, описанное и переписанное в структурах географизма. Иными словами, процесс освоения и/или «овладения» территорией Земли завершается переходом от естественного/природного рельефа к его символической репрезентации в ландшафте.

Представленность внешней территории Земли есть способ ее конституирования в структурах культурного ландшафта, который принадлежит внутреннему миру, но предьявляет присутствие внешнего. Само понятие ландшафт, происходящее от немецкого слова «Landschaft», относится к сфере искусства как чего-то искусственного, и/или произведенного. В этом смысле ландшафт обозначает изображение какой-либо местности, то есть означает то же, что и пейзаж. «С возникновением ландшафта, – пишет Дж. Урри, – появился особый неосязаемый ресурс, который представляет собой видимость или вид» [5. С. 448]. Если современность демонстрирует процесс освоения человеком естественной среды, который завершается созданием географического ландшафта, то в постсовременный период осуществляется переход к созданию искусственных реконструкций природной/естественной среды обитания человека (ландшафтная география, ландшафтная архитектура). В «обращенном процессе» оппозиция между природной/естественной средой и искусственно созданной (культурной) «переворачивается», меняясь местами.

Перемещение и/или передвижение по внутреннему ландшафту организуется в форме *туризма* – как бы *повторного* движения по замкнутому кругу семиотического пространства Земли, описанного в путеводителях. На Земле «не осталось ничего, – пишет Ж. Бодрийяр, – кроме фатальности кругового туризма» [2. С. 216]. Туристические путеводители образуют «вторичную систему значений», свойственную мифу (Р. Барт), определяющую позицию конкретного места в исторических и культурных контекстах географии мира. В путеводителях место наделяется дополнительным значением, делающим его привлекательным для посещения туристов: Мачу-Пикчу обозначает наследие инков, Тадж-Махал – «экзотический Восток», Пальмовый остров обозначает Дубай и т.д. Путеводители, рассказывая/повествуя о значении того или иного места, умножают перспективу представления природного рельефа Земли.

Появляются варианты искусственной реконструкции естественной среды и, наоборот, декорирования природной среды под искусственную. Передвижение/перемещение по внутреннему пространству мира оказывается существенно зависимым от технологического уровня искусственных репрезентаций природного рельефа Земли, где само производство искусственной среды превращается в вид потребительских услуг. Искусственные реконструкции воссоздают в одном месте уменьшенную копию природных зон Земли, позволяющую совершить кругосветное путешествие и рассмотреть самые яркие достопримечательности природы.

Современные технологии открывают возможность создавать естественную/природную среду как бы с «ноля», используя искусственные камни, пластиковые растения, механические водопады и водоемы, рвы, фальшивые утесы и/или скалы (кливлендский «Влажный лес», Бронкский зоопарк «Мир джунглей», «Обманные джунгли» в Омахе и т.д.). Произведенные «поддельные ландшафты» претендуют на статус произведений искусства. Эффективность процесса имитации природных условий непосредственно зависит от уровня развития технической инфраструктуры – воздушного кондиционирования, машин для создания тумана, осушительных и оросительных магистралей, электрокабелей, поддерживать жизнедеятельность «поддельных ландшафтов». Основная экспозиция «Мира джунглей», полагает К. Сейнс, представляет собой гигантский зал площадью в пол-акра и достигающий в высоту 16 м, который покрыт пышным ковром растительности и населен примерно 780 животными, обитающими во влажных лесах планеты. Передвигаясь по специальным дорожкам, посетители оказываются среди высоких скал, водопадов и искусственных деревьев с гигантской корневой системой, раскинувшейся под ногами. В какой-то момент они вдруг видят серебристых лангуров, сидящих на 10-метровой упавшей ветви, которая словно бы висит горизонтально, опутанная лианами. Поблизости возвышается скала, по которой карабкаются обезьяны. За исключением лангуров, всё остальное здесь искусственное. Это материальные образы, которые лишь выглядят, как естественное окружение [4]. Усиление эффекта «подлинности» осуществляется путем реконструкции «звукового ландшафта» – скрытых в искусственных деревьях динамиков, воспроизводящих непрерывный хор звуков, издаваемых насекомыми и птицами, который смешивается с голосами живых птиц и зверей, разгуливающих по павильону.

Максимальное приближение искусственной имитации к природным условиям стирает какое-либо различие между природной реальностью и ее технической имитацией, или подделкой. Ввиду отсутствия различий, созданный «поддельный ландшафт» становится гиперреальным, превращая реальность природы в несовершенное подобие самой себя (Ж. Бодрийяр). Гиперреальность порождает у посетителей неспособность различить аутентичное и искусственное, поскольку к листьям, сделанным из полиэстра, добавляются листья настоящего фикуса, а «живой бамбук и мертвые бамбуковые стволы, покрашенные в зеленый цвет, расположены перед стеной с нарисованным на ней бамбуком» [4]. Такого рода имитации стремятся превзойти оригинал, создавая идеальные пейзажи и величественные панорамы, символизирующие тайны и богатства Матери-Природы. Идеализированный «образ» должен формировать у посетителей представление о влажных лесах «как о дикой глухомани, полной секретов, и одновременно о райском саде, где хищник возлежит рядом с жертвой» [4].

В варианте искусственной реконструкции естественной среды природа превращается в зрелище, которое разворачивается на основе сюжетной линии развлечения. Каждый созданный «поддельный ландшафт» представляет собой развитие сюжетной линии природы, которая организуется в пределах технических возможностей его реализации. Техническая определенность накладывает границы на развитие сюжета. Ограниченный набор элементов порождает однообразие сюжетных линий. Все искусственные репрезентации влажных лесов представляют собой некую вариацию на одну и ту же тему природы, сочетающую в себе ограниченные черты влажных лесов – скальные формации, гигантские деревья-колонны и водопады, определяющие один и тот же набор аттракционов.

Сюжет тематических парков развлечений привлекает посетителей в качестве **экотуристов**, совершающих экскурсию по миру джунглей. Все сюжетные линии экскурсии сводятся либо к реконструкции сафари, либо к спасению природы. Каждая сюжетная линия включает в себя состояние надвигающейся опасности, которое должно порождать чувство тревоги. Реализация идеи спасения природы расширяет кругозор посетителей, знакомит их одновременно не только с природой, но и с последствиями ее уничтожения. «При входе в “Мир джунглей” посетители видят часы с обратным отсчетом – электронное табло, показывающее площадь уничтоженных влажных лесов. “Каждую минуту еще 100 акров вырубается или сжигается навсегда, – информирует посетителей табло. На данный момент тропических лесов в мире осталось: 1.825.233.024 акра”. Это число уменьшается на ваших глазах: таким образом, зрителя побуждают к немедленным действиям. Второе табло сообщает, что челове-

ство увеличивается со скоростью “180 человек в минуту, 260.000 в день. Каждому человеку нужно больше пространства, больше пищи и сырья. Население Земли на данный момент: 5.691.872.559. Мы вытесняем природу”» [4]. Сюжет зрелища разворачивается в форме приключения таким образом, что зрители становятся участниками, вовлеченными в действие как судьи, участники сафари, спасители природы и т. д. Такие аттракционы создают иллюзию социальной активности, включенности в общественно полезный проект спасения природы.

Гиперреальность максимально приближает человека к природе настолько, что не оставляет пространства для воображения, домысливания объекта. Чем меньше «поддельные ландшафты» оказываются похожими на природу, тем большим потенциалом зрелища они обладают. Встреча с природой должна просто переживаться, при этом переживание эффекта физического или иллюзорного присутствия не должно осмысливаться. В данном случае «поддельные ландшафты» открывают мир МакДжунглей как одной из индустрий фаст-фуда, но только для органов чувств. «Реклама “Круиза по джунглям” в “Walt Disney World” заявляет: “Круиз по джунглям” <...> сжимает недели сафари в десять минут [эффективность!] удовольствия, без комаров, муссонов и злключения”» [3. С. 290]. Максимальное приближение к реальности сопровождается тем, что мир всё более и более расколдовывается, из него исчезают очарование, волшебство и тайна. Туризм лишает природный мир его воображаемого измерения. Элементы макдональдизации, считает Дж. Ритцер, подрывают околдованность мира. В этом мире волшебное, таинственное, фантастическое и мечтательное становится неэффективным. Акцент на массовом производстве и получении большого количества переживаний приводит к уменьшению волшебных свойств в каждом из них, взятом по отдельности. Поскольку волшебные, фантастические или сказочные переживания почти (по определению) непредсказуемы, постольку ничто так легко не разрушит очарование какого-либо переживания, как возможность его предсказывать и устраивать регулярно.

В мире имитаций столкновение с реальностью природы разрушает иллюзию и порождает шоковое состояние как более радикальное чувство, которое охватывает туриста либо в недоступных местах дикой природы, где его подстерегает много опасностей, либо в пределах самого парка развлечений, когда он становится свидетелем проявления хищных инстинктов зверей. «Под взглядом посетителей из-за стеклянной стены по открытому вольеру взад-вперед ходил волк. Неожиданно в вольер с дерева упал птенец и поднял отчаянный писк. Волк мгновенно оказался рядом и проглотил птенца. Семейства, наблюдавшие эпизод, были так шокированы, что поскорее отправились к другим более идиллическим сценам» [4].

Шоковое состояние можно рассматривать и как «остановку» нерефлектируемого потока переживания, способствующую появлению рефлексии. В момент «остановки» поток сознания возвращается к самому себе потоком субъективности как деятельности мышления. Обращение потока сознания деятельностью мышления можно рассматривать и как ре-курсивный «поворот», совпадающий с саморефлексивным актом деятельности мышления. С одной стороны, деятельность мышления открывает «обратное» движение из мира макдональдизированных систем имитаций природы. Это движение во внутренний мир воображения, связанного с фантазией. «Бродя по сверхмакдональдизированным иллюзиям, созданным в “Disney World”, люди могут опираться на свои собственные, возможно, даже вдохновленные теми, что их окружают, заранее сфабрикованными. Пусть человек покупается на эти макдональдизированные выдумки и интернализирует их, если только от них можно сбежать вглубь своего собственного мира грез. Бегство в воображение никогда не изменит макдональдизированных систем, но, по крайней мере, предоставляет выход из них» [3. С. 491].

С другой стороны, рефлексия как «обращенный процесс» инициирует осознание различия между природой и ее имитацией в зоопарках, национальных аквариумах, и понимание того, что последние являются результатом искусства и технологий. В данном случае рефлексия, устанавливающая различие между естественной средой и ее искусственной реконструкцией, должна инициировать вопросы: Какова природа имитаций? Какова взаимосвязь между имитацией природы и тем, что она имитирует? Какова роль имитаций в обществе?

Когда туристы стремятся получить информацию, раскрывающую технику имитации, то технический уровень природных ландшафтов начинает осознаваться ими как показатель уровня культурного развития той или иной страны. В данном случае «культурный ландшафт» начинает *прочитываться* как бы «заново» в контексте современных технологий и той роли, какую они играют в репрезентации природы.

Если обратиться к варианту декорирования природной/естественной среды под искусственную, то здесь основной акцент делается на культурных значениях, которыми наделяется природный ландшафт территории. Глобальное передвижение туристов по «локальным» территориям, содержащим национальные достопримечательности, характерно для **этнотуризма**. Здесь туристический маршрут становится демонстрацией национального достояния страны, выстраивающего географию маршрута движения. В соответствии с маршрутом движения туристы перемещаются от культовых мест (памятников архитектуры, национальных картинных галерей, археологических музеев) к местам важнейших исторических событий, повествующих либо о «героическом сопротивлении народа», либо указывающих на некое всемирное событие, проходившее в этой стране (например, Всемирная выставка, Олимпийские игры, Кубки мира и т.д.). В свою очередь физическому ландшафту начинают приписывать значение национального достояния, имеющего историческую значимость. Природный ландшафт, наряду с историческими местами, памятниками архитектуры и музеями, хранящими произведения искусства, становится одной из достопримечательностей «локальной»/национальной территории. Иными словами, виноградники Франции, горы Шотландии, пляжи «Кариб», экзотический Нил, Альпы должны привлекать туристов не меньше, чем посещение Лувра, Акрополя в Афинах, или египетских пирамид. «В качестве национальных символов прославляются различные черты ландшафта: альпийские высоты и воздух Швейцарии, фьорды Норвегии, болота Ирландии, неосвоенные территории Дикого Запада в США, пустоши Дании, гейзеры Новой Зеландии. Иногда национальной эмблемой становится сама сложность ландшафта, например, Франции» [6. С. 217].

Природа всех типов начинает рассматриваться как живописный пейзаж. Области дикой, пустынной природы, наподобие английского Озерного края, или Альп, или датского острова Борнхольм, которые прежде были источниками страхов, превращаются в памятники культуры, которые демонстрируются туристам. Туристические справочники придают значение живописности любой пересеченной местности – горы, ущелья, перевалы, горные потоки, которые путеводители выделяют среди других типов природного ландшафта, таких, как равнины и плоскогорья (Р. Барт). В предельном случае путеводитель сообщает, что «"дорога становится очень живописной (туннели)". Неважно, что в туннеле ничего не видно, зато он выступает здесь как самодостаточный знак гор» [1. С. 189].

Морские курорты из традиционных мест лечения и выздоровления представляются в путеводителях зонами удовольствия и развлечений. Особое значение приобретает сам морской пляж. «Он стал местом для проживания посетителей, местом ландшафта, а не земли, предназначенным для развлечения» [5. С. 452]. Золотым пляжам Средиземного моря и Карибских островов, пляжу Бонди в Австралии или многочисленным пляжам на островах Вест-Индии приписывается культурное значение национального символа – особого райского места на Земле. Природные достопримечательности расширяют национальную историю, которая в свою очередь наделяет природу культурным значением.

В национальной истории исчезает различие между природой и культурой. Отсутствие различий превращает любое повествование о национальных достоинствах места в миф. Если обратиться к этимологии понятия «миф» (от греч. *mythos* – слово, предание, сказание, повествование), то буквально оно означает повествование/рассказ. В этом смысле национальные мифы являются «чистым» вымыслом, то есть рассказом, не имеющим под собой исторической основы. В них национальная история реконструируется «заново» путем воссоздания древних ритуалов, традиционных танцев, музыки и костюмов, демонстрирующих историческое наследие страны в форме спектакля, развлекающего туристов. «Такие шоу порой sprysnuty, если не пропитаны, дурной эзотерикой, а все потенциально оскорбительные элементы из них тщательно вычищены. Ведь представления призваны ублажать туристов, а не обижать их. Они устраиваются всё чаще и чаще, и чередующиеся артисты движутся со всё большей бессвязностью. Эти выступления – все, что нужно глобальному туристу в его спешке (которую устраивают тур-операторы): увидеть шоу, сжевать эрзац местного блюда и побегать к следующему намеченному пункту тура» [3. С. 428-429].

Мифологическое повествование не способно ответить ни на один из вопросов, которыми может задаться современный путешественник, проезжая по реальной стране. Осознание иллюзорности национальных мифов, возникающее у туриста, может инициировать переход от мифологических рассказов к историческому знанию. В структурах знания «со-блзн» *развлечения* «оборачивается» влечением к истории, в пределах которого мифология исчерпывается в мышлении как логосе, обращенном к слову. Исторические повествования открывают воображаемое пространство путешествия, индивидуализирующее маршрут движения. На пути знания единственным путеводителем становится познавательный интерес.

Таким образом, можно говорить о том, что постсовременность характеризуется переходом от человека «проживающего» среди естественной природы, к человеку, рассматривающему/созерцающему природу как нечто, самим же им, искусственно созданное, а природной/естественной среде приписывается культурное значение национального символа. Перемещение и/или передвижение по внутреннему ландшафту Земли, организуемое в форме туризма, требует постоянной рефлексии, которая позволяет осознать различие между природой и ее культурными имитациями, мифом и историей.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Синий гид // Барт Р. Мифологии. М.: Академический Проект, 2008. С. 189-193.
2. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000. 259 с.
3. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. 592 с.
4. Сейнс К. Зоопарки, искусственные влажные леса и имитация: миры в бутылке // Массовая культура: современные западные исследования. URL: <http://www.fedy-diary.ru/html/112010/02112010-02a.html>.
5. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2012. 576 с.
6. Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2012. 336 с.

Поступила в редакцию 15.07.15

*I.V. Solovey*

#### CONSTRUCTION OF THE TOURIST LANDSCAPE IN THE SIMULATION SPACE

The paper considers the methods of construction of the tourist landscape in terms of the production of variants of the artificial reconstruction of natural environment, and the decoration of natural environment as artificial. It is shown that the tourist landscape changes the relation to both the nature and history. Within the artificial reconstruction of natural environment the nature is transformed into a spectacle that takes place on the basis of the storyline entertainment. Theme parks' story attracts visitors as eco-tourists. Here, the story lines of an excursion are reduced to the reconstruction of a safari or to the nature salvation. Awareness of the distinction between nature and its imitation in zoos and national aquariums relates to the state of the limit when there is an understanding of the differences between the natural environment and its artificial reconstruction, and cultural landscape is starting "to be read anew" in the context of modern technologies. It is found that when decorating the natural environment as artificial one the main emphasis is on cultural values of the natural landscape of an area. A tourist route becomes a demonstration of the national heritage of the country, typical for ethnic tourism. A transition from mythological stories to the interest in history is revealed. It is shown that historical narratives disclose the imaginary space of travel, individualizing the tourist route; the only tourist's guide is his cognitive interest.

*Keywords:* tourism, cultural landscape, hyperreality, simulation, eco-tourism, ethno-tourism.

Соловей Ирина Викторовна,  
кандидат философских наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»  
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 6)  
E-mail: soloveyiv1@mail.ru

Solovey I.V.,  
Candidate of Philosophy, Associate Professor  
Udmurt State University  
462034, Russia, Izhevsk, Universitetskaya st., 1/6  
E-mail: soloveyiv1@mail.ru