

Ю.О. Полікарпова

ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА І ТУРИЗМ ЯК СПОСОБИ ПІЗНАННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

На початку ХХІ століття. туризм набуває все більшої популярності і розвивається з кожним роком все активніше. В умовах глобалізації туризм розглядається як „важлива мобілізуюча сила”, що існує в межах культури та сприяє встановленню діалогу між різними культурами [1, с. 39].

Фахівці в туристичній сфері відзначають, що особливого розвитку і популярності набуває літературний туризм як один із різновидів культурного туризму. На наш погляд, це зумовлене певною близькістю літератури і туризму як культурних феноменів.

Останнім часом з'явилася низка досліджень, присвячених аналізу специфіки літературного туризму (Робінсон, Андерсен, Ендрюс, Батлер, Голд, Прікет, Шетон та ін.), проте спільність літератури і туризму, а також відносини, що існують між ними вивчені недостатньо [2, с.3-4].

Мета даної роботи – на основі зіставного аналізу літератури і туризму, як специфічних феноменів культури, дослідити природу відношень, що існують між ними.

Найбільш очевидна спільність літератури і туризму полягає у тому, що вони є способами пізнання культурної спадщини. Провідна роль літератури у розвитку культури незаперечна, адже саме в ній втілено найцінніший досвід, накопичений людством протягом віків. Як влучно зазначив Ю.Лотман, література є семіотичною пам'яттю культури [4]. У свою чергу, туристична діяльність також має на меті долучення до культурної спадщини. Іншими словами, література є вмістилищем культурних здобутків, а туризм передбачає їх вивчення.

При зіставленні таких двох видів культурної діяльності як література і туризм видається доцільним застосування семіотичного методу, що передбачає вивчення культурних явищ як знаків. У такому випадку література і туризм виявляють спільні риси, оскільки вони ґрунтуються на однаковому типі знаків – конвенційних знаках. Згідно з класифікацією знаків, розробленою одним із основоположників семіотики Чарльзом Пірсом, поряд з іконічними знаками та індексами існують конвенційні знаки (символи), в яких зв'язок між позначенням та позначуваним встановлюється умовно, за колективною згодою. У цілому, всі культурні знаки носять конвенційний характер, адже встановлюються і підтримуються за згодою членів суспільства.

При семіотичному підході подібність літератури і туризму полягає в тому, що читаючи художній твір читач декодує знаки (передовсім лінгвістичні та соціокультурні), так само турист під час туристичної

подорожі „читає” культуру, т.т. декодує соціокультурні знаки. У такому випадку не тільки література виступає як текст, а й культура розглядається в якості тексту, придатного для читання.

Процес читання художнього твору в загальних рисах подібний до участі у туристичній подорожі. Це передовсім процес пізнання, отримання нового знання, а також набуття нового досвіду. Як читач, так і турист приходить до подорожі у світ художнього твору або до іншої країни з певним досвідом, який значно збагачується по завершенні подорожі або після прочитання книги.

Таким чином, література і туризм є важливими засобами формування картини світу особистості. Чим більше літературних творів прочитала людина, тим багатший її внутрішній світ. Те ж саме можна сказати і про туриста.

Сучасні літературознавчі дослідження доводять, що у процесі читання акцент переноситься з автора художнього тексту на його читача. За словами Ролана Барта, народження читача відбувається тільки після „смерті автора” [3, с.384]. Таким чином, значення тексту ставляться у залежність здебільшого від читача. Звідси випливає і те, що оскільки читачі різні, вони мають свій внутрішній світ, свою власну систему кодів, свою картину світу, і тому значення одного тексту для різних читачів виявляються різними.

Як зазначає Ю.Лотман, генерування нового значення відбувається за умови, якщо один текст входить до поля іншого тексту [4]. Так, у випадку із зарубіжною літературою та міжнародним туризмом людина є втіленням певного соціокультурного досвіду (з позиції семіотики – текстом), з яким вона входить до іншого простору, що також за семіотичного підходу може розглядатися як текст. В результаті відбувається не тільки процес комунікації (передачі знань), а й процес сигніфікації (генерування нових значень). При цьому, слід наголосити, що значення будь-якого тексту (літературного, культурного) множинні, але не безмежні. Вони обмежуються тим набором кодів, які були використані при їх створенні і тим, що будуть використані при їх „прочитанні”.

Тут можна провести аналогію між процесом сприйняття художнього твору читачем і участю у туристичній подорожі туриста. Знаки одного й того ж туристичного об’єкту декодуються різними туристами по-різному, в залежності від культурного й соціального середовища, особливостей навчання й виховання, рівня сформованості як туристичної, так і літературної компетенції тощо. Саме з цієї причини той самий туристичний об’єкт по-різному сприймається різними туристами, вони надають йому різних значень, однак, при цьому їх кількість не безмежна.

Як літературні, так і туристичні тексти існують у спільному семіотичному просторі (семіосфері, за термінологією Ю.Лотмана, або інтертексті, перевагу якому віддавали Ю.Крістева та Р.Барт) і пов’язані

тісними інтертекстуальними зв'язками [1; 2; 4]. Художній твір існує не тільки у вигляді книги, він існує як культурний феномен і вступає в численні зв'язки з іншими соціокультурними феноменами. Деяко узагальнено можна стверджувати, що література являє собою трансформацію реального досвіду у вигадані образи, тоді як туризм демонструє як у реальному досвіді втілюються вигадані літературні образи. Так, скажімо, твір А.Мілна „Вінні Пух” це не просто цікава книга для дітей, він також існує в якості низки культурних форм та об'єктів (мультфільм, тематичні парки, так званий «ліс Вінні Пуха» у Сассексі, дитячі іграшки, різноманітні розмальовки, настільні та комп'ютерні ігри тощо).

Туристичні об'єкти також мають інтертекстуальні зв'язки з явищами культури (з певними літературними творами, з важливими історичними подіями, відомими персоналіями, культурними подіями тощо). Таким чином, туристичний простір, створений на літературній основі, здатний розкрити множинність смислів, що існують понад текстом, але є основоположними у розумінні туризму.

Подібність літератури і туризму полягає в тому, що вони дають змогу здійснити подорож у просторі, увійти до нового світу і вивчити його, ознайомитися його особливою культурою, долучитися до його культурного здобутку у вигляді культурних пам'яток.

З іншого боку, прочитання художнього твору і туристична подорож це також своєрідне подорожування у часі. І читач, і турист одночасно перебувають у принаймні двох часових вимірах: реальному та уявному часі, де останній відсилає до подій у художньому творі або подій, пов'язаних із туристичним об'єктом (історія туристичного об'єкту є одним із основних його аспектів, що значною мірою визначає його культурну цінність).

Можна також вести мову про розвиток як літературної, так і туристичної компетенції. Якщо людина має незначний досвід щодо читання літератури, її здатність осягнути повноту смислів художнього твору є досить обмеженою, так само і турист, що подорожує вперше не зможе у повній мірі отримати багатство значень туристичного об'єкту.

З цього приводу зазначимо, що на формування туристичної компетенції певним чином впливає література. Так, читач отримує інформацію про географічні та кліматичні особливості, тваринний і рослинний світ, культурні традиції, соціальні тенденції тієї місцевості, де відбувається дія. Крім того, у ряді художніх творів сюжетна лінія передбачає подорожування героїв, в літературі описуються ситуації, на основі яких моделюється майбутня поведінка туриста, він отримує знання, як поводити себе у тих ситуаціях, в яких він ніколи не був, а це сприяє розвитку туристичної компетенції. Крім того, туристичні об'єкти часто фігурують у художніх творах. Але вони не просто описуються, а викликають певні почуття у читача. Тому художні твори та їхні автори значною мірою сприяють виникненню інтересу у читача

до самого об'єкта, вони мотивують і надихають його до здійснення подорожі.

Близькість літератури і туризму полягає також в їхньому розважальному характері. При читанні художніх творів головне для читача – отримання насолоди як від самого процесу читання, так і від прочитаного. Це ж саме можна сказати і про туризм, що передбачає насолоду від процесу подорожування, а також від спогадів про подорож. Як зазначає М.Робінсон, туризм можна також розглядати як одну з форм оповідання, оскільки „...поїздка сприймається більше не як проста послідовність подій: вона стає „оповіддю”, розвиток якої веде до логічного розв'язання ... Події, що відбуваються під час туристичної подорожі структуруються певним чином і мають сенс для нас” [2, с.45].

Проведений вище аналіз літератури і туризму як феноменів культури дозволяють зробити ряд висновків. Література і туризм є способами пізнання культурної спадщини. Як література, так і туризм значно впливають на те, як людина бачить та структурує світ, тобто вони формують картину світу як окремого індивіда, так і суспільства в цілому.

У сучасному туризмі акцент також переноситься з туристичного об'єкта на самого туриста, як суб'єкта туристичної діяльності. Тому, подібно до художнього тексту, один туристичний об'єкт здатний по-різному розкриватися „читачам культури”, тобто актуалізувати свої різні значення.

Взаємозв'язок літератури і туризму є двобічним, тому дослідження літератури сприяє розвитку туризму і, навпаки, вивчення туризму сприяє приверненню уваги до літератури. Так, література мотивує і надихає туриста до здійснення подорожі (відвідання місцевостей, описаних у художньому творі, пов'язаних із особистістю і життя його автора тощо). У цьому аспекті можна вести мову про те, що кожен читач є потенційним туристом. Література збагачує культурний досвід туриста, формує його картину світу. Література сприяє формуванню не тільки літературної, а й туристичної компетенції індивіда. Крім того, вона активізує творчі здібності туриста, розвиває його уяву, здатність до співпереживання тощо.

У свою чергу туризм привертає увагу індивіда не тільки до літературних творів, а й до особливостей творчого процесу, специфіки процесу читання та низки літературознавчих проблем, як наприклад, множинність текстових значень. До того ж, туристичний дискурс має багато спільного з літературним дискурсом, адже стиль викладу інформації у першому наближається до художнього. Слід зазначити, що сьогодні популярністю користуються не тільки туристичні об'єкти, пов'язані з художніми творами та їх авторами, а й екскурсії на книговидавничі підприємства, проведення в рамках туристичних програм занять з “творчого письма” (*creative writing*) або залучення туристів до спеціальних програм (*special interest breaks*), де вони

виступають в ролі дійових осіб і розслідують злочини, що ґрунтується на художніх творах.

Література

1. **Kristeva J.** Esseys in semiotics. – The Hague: Mouton, 1971. – X, 639 p.
2. **Robinson M., Andersen H.Ch.** Literature and tourism. - Cengage Learning EMEA, 2003. – 300 p.
3. **Барт Р.** Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. И вст. Ст. Г.К.Косиков. – М.: Прогресс, 1994. – 616 с.
4. **Лотман Ю.** Семиосфера. – С.-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. – 794 с.

Yu.O.Polikarpova.

Literature and Tourism as the Ways for Comprehending Cultural Heritage

Summary

The article deals with literature and tourism as cultural phenomena. On the basis of comparative and semiotic analyses the author demonstrates similarity of literature and tourism drawing parallels between a reader's and a tourist's activity. Literature and tourism are seen as the ways of comprehending the cultural heritage.