**И.И. Руцинская**

# ПУТЕВОДИТЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ (вторая половина XIX — начало XX в.)*

Статья посвящена изучению туристских достопримечательностей как феномена массовой культуры. Достопримечательность — это памятник истории и культуры, над которым был совершен ряд операций: упрощение, а порой и искажение смыслов и значений; переведение из сферы незаинтересованного эстетического восприятия в сферу престижного потребления; тиражирование визуального облика. Одним из основных инструментов подобной трансформации выступает путеводитель. На материале российских региональных путеводителей второй половины XIX — начала XX в. исследуются основные способы и приемы, позволяющие массовой культуре "присваивать" и перекодировать памятники истории и произведения искусства.

*Ключевые слова*: путеводитель, достопримечательность, массовая культура, визуальное восприятие.

The article is devoted to tourist attractions as a phenomenon of mass culture. Attraction is a historic and cultural sight, which has been modified: simplified, sometimes with distortion of its meaning and value; transferred from a sphere of mere aesthetic perception to the prestige consumption; used repeatedly as a visual reproduction. One of the main instruments of such transformation turns out to be a guidebook. On the material of Russian regional guidebooks of the second half of XIX — early XX centuries the article studies the basic methods and techniques that allow mass culture to "appropriate" and recode historical monuments and works of art.

*Key words*: guidebook, tourist attraction, mass culture, visual perception.

## "Визуальные задачи" восприятия

Наиболее распространенным словом, описывающим способы взаимодействия туристов с памятниками, выступает глагол "осматривать". В словарях Д.Н. Ушакова, С.И. Ожегова в качестве основного примера, поясняющего значение слова "достопримечательность", приводится предложение "Туристы осмотрели все до-

*Руцинская Ирина Ильинична* — канд. ист. наук, доц. кафедры региональных исследований факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова; *тел.*: 8-916-565-68-03, *e-mail*: irinaru@hotmail.ru

* *Продолжение.* Начало см.: Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 1.

стопримечательности города"[1]. Устоявшаяся фраза подчеркивает первостепенную важность визуально-познавательных задач, решаемых туристом: осмотреть, согласно толковому словарю В.И. Даля, — значит "обозреть и обследовать глазом"[2]. Осматривая, индивидуум изучает предмет, исследует его, решает интеллектуальные, рациональные задачи. Глагол не содержит таких значений, как "любование", "получение эстетических наслаждений, художественных впечатлений".

Ставит ли путеводитель подобные задачи перед своим читателем? Насколько важна эстетическая составляющая туристского восприятия с точки зрения авторов бедекеров?

Достопримечательности, при восприятии которых предполагается получение эстетических впечатлений (природные объекты, произведения искусства), составляют важную, но не исчерпывающую часть от общего числа туристских объектов. Все разнообразие объектов, примечательных для туриста, можно разделить на две большие группы: 1) памятники, выступающие знаками, свидетельствами, напоминающими об эпохе, истории, событиях, людях и т.д.; 2) памятники самоценные, интересные сами по себе. Разумеется, подобное деление достаточно условно: любой шедевр живописи, например, в то же время может служить поводом для рассказа о судьбах связанных с ним известных людей, а памятник архитектуры — выступать как свидетель истории города или страны. Однако мы уже отмечали, что в тексте путеводителя происходит редуцирование смыслов и значений объекта и его позиционирование, т.е. "выпячивание" самой значимой для продвижения характеристики. Вот эти предложенные читателю характеристики поддаются делению на две вышеназванные группы уже более отчетливо.

Можно априорно предположить, что способы презентации разных видов достопримечательностей и формулируемые в связи с ними визуальные задачи восприятия должны между собой отличаться.

Достопримечательности первой группы в путеводителе, как правило, называются, но не рассматриваются и не описываются. Они выступают в качестве повода к рассказу, "привязки" к месту, событиям, людям. Так, привлекая внимание читателя к достопримечательности, расположенной на р. Сухоне, автор путеводителя информирует: «Ниже от Тотьмы находится громадной величины камень "Лось" (в половодье невидный). На этом камне император Петр Великий в одно из своих путешествий в Архангельск изволил обедать вместе со своей свитой в 93 человека. С той поры камень слывет в народе под именем "царского престола". Проезжавший

---

[1] *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. М., 1997. С. 177.

[2] *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 2. СПб., 1998. С. 700.

в 1864 году геолог Н. Бардо-де-Марни свидетельствует, что камень этот по крайней мере в 2½ р. должен величиною своею превосходить Гром-камень, попираемый конной статуей Петра в Санкт-Петербурге»[3]. Акцентируется только одно визуально воспринимаемое качество объекта — его размеры. Они нужны и для подтверждения приведенной истории (93 человека пируют на одном камне), и для сопоставления с широко известным предметом (Гром-камень). При этом ссылка на неизвестного геолога, описывающего размеры камня через его сопоставление со столичным объектом, создает впечатление, что сам автор не рассматривал объект. Приведенное в скобках замечание — "в половодье невидный" — чрезвычайно красноречиво: автору и вслед за ним читателю не обязательно даже видеть сам камень. Достаточно, проплывая мимо, получить указание на его местоположение и услышать историю о нем. Туристский ритуал выполнен: человек был в пространстве достопримечательности и в этом пространстве получил о ней подобающую информацию. Парадоксально: сам объект для этого не нужен. Рассматривание отменяется, будучи замененным — и вполне равноценно — на посещение места и получение информации.

Еще один пример, уже из сибирского путеводителя: "Возле архиерейского дома (в Тобольске. — *И.Р.*) стоит часовенка, на которой висел до 1893 года ссыльный угличский колокол, в который били в набат при убиении царевича Дмитрия. Борис Годунов в наказание за возмущение угличан велел наказать этот колокол плетьми, отсечь ухо и сослать в Сибирь. В 1893 г. колокол был возвращен по Высочайшему повелению в Углич"[4]. В предыдущем примере предмет был скрыт водой, но все же находился на своем постоянном месте, его не видели, но твердо знали: он рядом; в Тобольске же туриста приводят к месту, которое уже два года пустует (путеводитель издан в 1895 г.). Смотреть не на что. Только часовня отмечает точку в пространстве, привязывает к ней "следы былого присутствия". Однако сопровождающий рассказ относится не к часовне, а к увезенному колоколу, происходит вербальная презентация отсутствующей достопримечательности.

В уральском путеводителе можно встретить такую презентацию местной достопримечательности: "В 12 верстах от устья Белой, в глухом лесу есть замечательный древний, огромный курган какого-то чтимого местными жителями, по преданию, замечательного человека Абусамата, из племени вотяков"[5]. Этот объект туристы не

---

[3] Путеводитель от Москвы до Вологды, Архангельска и Соловецкого монастыря. Вологда, 1893. С. 56.

[4] *Долгоруков В.В.* Путеводитель по всей Сибири и среднеазиатским владениям России. Томск, 1895. С. 30.

[5] *Весновский В.А.* Иллюстрированный путеводитель по Уралу. Екатеринбург, 1904. С. 80.

могут увидеть даже издали, он находится вне пределов досягаемости, где-то "в глухом лесу". В отличие от предыдущих примеров, где туристы не могли увидеть саму достопримечательность, но точно фиксировалось ее место, в данном случае зрение туриста вообще не задействуется, и объект и его местоположение даются в весьма обобщенном описании, читатели могут их только вообразить, поверив автору. Однако подобная презентация достопримечательности не характерна, чужеродна для жанра путеводителя, задача которого — подвести к объекту, направить зрительное восприятие, поставить визуальную задачу. По сути, любое описание достопримечательности в путеводителе — это рассказ, который может начинаться словами "Перед вами находится...".

Приведенные примеры позволяют увидеть варианты интерпретации самого понятия "достопримечательность" в путеводителе. Речь в данном случае идет только о тех из них, которые мы отнесли к первой группе, о тех, которые интересны не сами по себе, а как свидетели истории, участники важных событий, явлений. Именно к этой группе принадлежат не только предметы, но, как указано во всех словарных определениях, и места. Визуальные задачи при восприятии этих достопримечательностей максимально просты. Даже слово "осмотр" здесь вряд ли можно употребить: путеводитель призывает своего читателя не осматривать места и предметы, а фиксировать значимые точки в культурном ландшафте региона, при этом отсутствующая или недоступная зрению достопримечательность продолжает такие точки фиксировать. Предложенный П. Нора термин "места памяти", столь неадекватно звучащий в русском переводе, в данном случае приобретает максимально конкретное значение. Путеводитель выступает в роли хранителя исторической памяти регионального социума и в роли проводника, указывающего туристу эти памятные места.

Насколько изменяются визуальные задачи, если память опредмечена, сохранена в материальном объекте?

Вот как описывается в бедекере одна из главных достопримечательностей деревни Холмогоры — место заточения Антона Ульриха Брауншвейгского: "Рядом с собором Успенский женский монастырь на месте прежних архиерейских палат, в которых жило несчастное потомство Ивана Алексеевича со своим отцом Антоном Ульрихом. Печальная судьба этого семейства следующая: Антон Ульрих, принц Брауншвейг-Люксембургский, русский генералиссимус, родной племянник принцессы Шарлоты, супруги царевича Алексей Петровича, был женат на Анне Леопольдовне..." После подробной истории правления, низвержения и заточения царствующего семейства автор наконец обращает свой взор непосредственно на местную достопримечательность: "Антон Ульрих жил в архиерей-

ском двухэтажном доме, окруженном высоким забором, в комнатах, ныне занимаемых матерью казначейшей. В 1762 году Антону Ульриху была объявлена свобода, но с тем, что семейство его еще должно остаться в заключении. Он отказался от такой свободы и пробыл в Холмогорах еще 12 лет и, потеряв наконец зрение, скончался на 60-м году от рождения и на 32-м году своей ссылки 4 мая 1774 года. По свидетельству Бантыша-Каменского, тело принца Ульриха предано земле близ церкви Успения Пресвятой Богородицы на левой стороне от алтаря, но на могиле памятника не поставлено и следов ее нет"[6]. Как видно из приведенного примера, способ презентации существующего объекта не сильно отличается от презентации памятного места. Автор лишь на мгновение останавливает свой взгляд на достопримечательности и вновь возвращается к судьбе связанных с ним исторических персонажей. Сохранившийся дом всего лишь повод передать информацию, такой же, как несохранившийся колокол. Путеводитель призывает зафиксировать, опознать объект, не предполагая его внимательного разглядывания, изучения. Ни автор, ни его читатель не приближаются к памятнику.

Таким образом, при посещении достопримечательностей первой группы, которую мы обозначили как "достопримечательности-свидетельства", путеводитель не фиксирует внимание на самом объекте, не ставит перед читателем визуальных задач, глаз практически не участвует в процессе знакомства с объектом, который выступает как некий маркер, указывающий на памятное место. Вторая сигнальная система не просто влияет на зрение, но практически упраздняет его.

Если же обратиться ко второй группе достопримечательностей, то их в свою очередь можно разделить на две подгруппы:

а) памятники, не обладающие художественными достоинствами, эстетической притягательностью, но интересные своим устройством, композицией, внешним видом, новизной, необычным способом употребления и т.д.;

б) памятники, предполагающие их эстетическое восприятие, любование.

С описанием первой подгруппы путеводители, как правило, справляются легко. Так, рассказывая об экспонатах Кыштымского музея (Челябинская губерния), автор путеводителя по Уралу особенно выделяет орудие пыток: "...оно представляет собой гирю, на подобие монашеской камилавки, весом до 4 пуд. От этой гири идет железная цепь, оканчивающаяся двумя подвижными скобками. Эти скобки надевали провинившимся в чем-либо рабочим на

[6] *Островский Д.Н.* Путеводитель по Северу России. СПб., 1899. С. 44.

шею, запирали замком и в таком положении оставляли на известное время"[7]. Материал, вес, форма составных частей — здесь все изучено, внимательно осмотрено и подробно описано. Визуальная задача, которую ставит автор, проста и познавательна — уяснить устройство страшного орудия и способ его применения. Турист получил подробную инструкцию, он не будет беспомощным перед предметом, к которому его подвел автор путеводителя.

Самая сложная задача для массового туристского восприятия — осмотр эстетически значимых объектов. Помощь, подсказка путеводителя здесь особенно необходима: он должен, во-первых, подать знак — "внимание, предполагается эстетическое переживание" — и, во-вторых, дать общие установки на характер и способ его получения. Эти подсказки должны быть внятными для читателя бедекера, чтобы он мог легко их считать и использовать как руководство.

С первой задачей бедекеры справляются легко, чередуя прямые указания с более сложными, опосредованными приемами.

Достаточно распространенный ход — ссылка на абстрактное авторитетное мнение профессионалов: "Знатоки живописи восторгались...", "По мнению специалистов, это один из лучших памятников..." и т.д. Чем конкретно, какими художественными приемами, какими уникальными качествами восторгались знатоки живописи, автор не считает нужным донести до своего читателя. Он совершенно очевидно убежден, что подобная информация не нужна основной массе туристов, что достаточно будет использовать тривиальное словесное клише "знатоки восторгались", чтобы настроить визуальное восприятие зрителя в соответствии с экспертной, а следовательно, вызывающей априорное доверие, оценкой. По сути, мы имеем дело с использованием того же приема, когда в современной телевизионной рекламе в качестве эксперта выступает абстрактный доктор в белом халате и говорит от лица некоего (часто несуществующего) медицинского учреждения, что лекарство прошло тестирование и оно, "по мнению специалистов", уникально по своим лечебным качествам. Его эффективность доказана годами все более изощренного применения. В книжном жанре, претендующем на выполнение функций справочника, эксперта по региону, применение данного приема кажется неорганичным, избыточным ("масло масляное"). Его использование, с одной стороны, желание подать читателю особенно внятный знак о художественной значимости объекта, а с другой — результат неуверенности автора-компилятора в своем умении донести эту мысль самостоятельно, не заручившись авторитетной поддержкой.

Другим опосредованным, но действенным способом рассказать о художественных достоинствах памятника является использование

[7] *Весновский В.А.* Указ. соч. С. 17.

занимательного рассказа. В этом случае автор прямо не восторгается вещью, не поет осанну ее уникальности, он предоставляет читателю возможность самому сделать вывод, прочитав увлекательную историю из "жизни" памятника. Вывод этот, однако, заранее предопределен. Вот как автор поволжского путеводителя рассказывает о двух иконах — Спасителя и Богоматери — из Строгановской церкви в Нижнем Новгороде: "Об этих иконах предание говорит, что они написаны художником Караваком, по заказу Петра I, для Петропавловского собора. Григорий Демидович Строганов, воспользовавшись отъездом государя за границу, убеждал Каравака уступить ему эти иконы, а заместо них написать другие. За большую сумму Каравак рискнул продать написанные им иконы, а вместо них приготовил для государя другие, которые были в художественном отношении ниже первых, одобренных государем вчерне. Через три года после этого (в 1722 г.) Петр I, отправляясь в Персию, посетил Нижний, остановившись в доме Строганова, зайдя в церковь ко всенощной, государь узнал иконы. Немедленно было приказано провести следствие. Правда это или нет, но достоверно известно, что церковь была запечатана в 1722 году и открыта уже при Екатерине II"[8]. История о подлоге, совершенном купцом, говорит о художественных достоинствах икон красноречивее любых описаний.

Гораздо сложнее выполнить вторую, столь необходимую для туристов задачу — направить процесс массового эстетического восприятия. Публика ждет указаний, как смотреть, на что смотреть, что необходимо увидеть, чему восхититься. Однако из приведенного примера видно, что автор уходит от выполнения задачи. Незаметно подведя читателя к бесспорно высокой оценке работ, путеводитель оставляет его перед ними без какого-либо разъяснения того, чем же они замечательны. Текст бедекера никак не настраивает туриста на сосредоточенное визуальное восприятие, на эстетическое переживание объекта. Возникает ощущение, что сам автор даже не подходит к иконам, не смотрит на них, а, указав на достопримечательности издалека, тут же отворачивается, чтобы рассказать занимательную и малоправдоподобную историю. Визуального контакта, рассматривания нет в тексте, а следовательно, не будет его и у читателя: акт рассматривания подменен актом прослушивания легенды.

Если же автор не устраняется от роли посредника в процессе эстетического восприятия, то использует различные приемы. Он может заранее предоставить читателю набор эмоциональных характеристик: "Прилуцкий монастырь с большого расстояния про-

[8] *Монастырский С.* Иллюстрированный спутник по Волге. Казань, 1884. С. 39—41.

изводит очень сильное и своеобразное впечатление своими неприступными стенами и выглядывающими из-за них куполами собора и церквей"[9]. Зрителю не просто дана установка на получение определенного визуального впечатления, но даже указано расстояние, с которого его необходимо получать. По мере приближения к комплексу эстетическое впечатление подкрепляется изучением общей композиции и устройства отдельных составных частей монастырских укреплений: «Каменные стены в 3½ саж. высоты и 1 саж. толщины имеют около 400 саж. в окружности, в них зияют бойницы, а внутри ограды по ним идет коридор — обход. По углам стен находятся огромные круглые башни — 4 большего и 4 меньшего размера. В башнях сохранились так называемые "каменные мешки" — каменные застенки с узкими внутри них помещениями для заключения в них важных преступников»[10]. Общее эмоционально-эстетическое впечатление от суровости и неприступности воспринятого образа органично дополняется изучением устройства монастырских укреплений.

Исключительно редко встречаются описания почти искусствоведческого характера, с использованием архитектурных терминов: "В архитектурном отношении церковь (Иоанна Предтечи в Толчкове, Ярославль. — *И.Р.*) считается лучшей из всех ярославских церквей старого времени и отчасти напоминает собор Василия Блаженного в Москве. На куполе возведено несколько глав луковичной формы, что придает оригинальный вид этому прекрасному храму, пестро разукрашенному орнаментами из зеленой поливы, то есть глазури. Храм с трех сторон окружен открытыми галереями с тремя папертями... На весь фронтон над западным входом — живописный образ Успения Богоматери"[11]. Фиксируя внимание читателя на отдельных деталях, автор заставляет всматриваться в памятник, обходить его с разных сторон, отмечать и цвет, и формы, и общую композицию. Весь процесс рассматривания сопровождается характеристиками "оригинальный", "прекрасный", "лучший". Турист ежесекундно чувствует присутствие и помощь путеводителя.

Особенно выразительными становятся поставленные перед читателем визуальные задачи в тех случаях, когда автор дает максимально краткое описание художественных произведений: "Внимание останавливают иконы весьма древнего письма: Успения Богоматери 2¾ аршина в вышину и 1¾ аршина в ширину; Смоленской Богоматери, чествуемой с особым благочестием; преподоб-

---

[9] *Томский И.И.* Путеводитель по Северу России: (Спутник экскурсанта). Сольвычегодск, 1920. С. 61.

[10] Там же.

[11] Путеводитель по Волге на 1897 год. Казань, 1897. С. 13.

ного св. Павла, писанной, по преданию, Дионисием Глушицким...”[12] Ускоренный темпоритм осмотра заставляет фиксировать внимание, словно проверяя реакцию туриста, на самом главном — размере, почитаемости, авторстве.

Однако нередко объект, создаваемый как произведение искусства, описывается исключительно как знак памяти о событиях, и в его описаниях нет и намека на художественные достоинства, на возможность эстетического восприятия: «В середине сада, близ улицы воздвигнут памятник Екатерине II, работы художника Н. Лаверецкого. На массивном пьедестале возвышается фигура императрицы, придерживающей рукой со скипетром развернутую карту Крыма. На лицевой стороне подножья — фигура князя Потемкина-Таврического; на задней стороне — барельеф, изображающий сцену из путешествия Екатерины II, и надпись: “Таврическое дворянство при участии всей России. В память столетия присоединения Крыма. 1783—1883”. По сторонам подножия — бюсты Я.И. Булгакова и А.В. Суворова»[13]. Отстраненно и безоценочно описывается устройство, композиция, содержание монумента, но автор не подает читателю ни малейшего знака на “включение” эмоционально-образной системы восприятия.

Как видно из приведенных примеров, описания художественно значимых объектов представляют для авторов бедекеров сложную задачу. Достаточно часто они либо вовсе не принимают эстетическую составляющую во внимание, либо ограничиваются простой ее констатацией, либо дают туристу самую общую установку на дополнение рационального осмотра эмоциональным восприятием. Описание и объяснение того, в чем собственно состоят художественные достоинства объекта, руководство процессом восприятия этих достоинств удаются не часто.

Можно ли вообще говорить о массовом эстетическом переживании, о художественных впечатлениях, получаемых в ходе туристских практик? Казалось бы, ответ очевиден: человек, хорошо знающий многие достопримечательности по фотографиям и репродукциям, тем не менее преодолевает большие расстояния, чтобы увидеть подлинник. Вот здесь мы подходим к другому вопросу: является ли туристское потребление потреблением оригиналов, подлинников?

Согласно концепции известного французского ученого А. Моля[14], непосредственное потребление оригинального произведения искусства является потребностью только очень небольшого числа людей. Остальная часть вполне удовлетворяется копией, высоко-

---

[12] Путеводитель от Москвы до Вологды, Архангельска и Соловецкого монастыря. С. 10—11.

[13] *Головкинский Н.* Путеводитель по Крыму. Симферополь, 1894. С. 136.

[14] *Моль А.* Социодинамика культуры. М., 1973.

качественной репродукцией, любой репродукцией, китчевой формой существования оригинала. Причем количественные показатели потребления данных форм тиражирования оригинала можно, по мнению А.Моля, изобразить в виде пирамиды, на вершине которой расположена копия, а у основания — китчевая форма оригинала. Потребление достопримечательностей туристами, на наш взгляд, не может быть отнесено к потреблению подлинников точно так же, как туриста нельзя назвать знатоком и ценителем искусства. Подлинники есть, а их потребления нет, поскольку турист поглощает некие имиджи, бренды. Достопримечательность — это памятник, над которым был совершен ряд операций: переведение из поля функционирования искусства в поле функционирования массовой культуры; упрощение, а порой и искажение смыслов, ценностей, значений; тиражирование и организация массового потребления; переведение из сферы незаинтересованного эстетического восприятия в сферу престижного потребления.

Чрезвычайно отличаются друг от друга и две социальные общности, взаимодействующие с произведениями искусства, — публика и туристы. Когда говорят о публике, имеют в виду общность людей, имеющих опыт, навыки и устойчивые потребности в потреблении произведений искусства. По мнению отечественного культуролога Н. Хренова, публика — это "социальная общность, способная адекватно понимать и оценивать современные ей художественные процессы, направления и ценности"[15]. Близко к этому определению стоят высказывания Л. Когана, который под публикой понимает ту "часть населения, которая систематически воспринимает произведения данного вида и жанра искусства"[16]. Если в ходе этого потребления возникает необходимость в посредниках, то ими выступают профессионалы, эксперты, художественные критики. Для туристов общение с памятниками — единичные, непролонгированные практики, вписанные в престижное потребление и рекреацию. Для них посредниками служат тексты массовой культуры. Общность публики условная, в рамках этой общности сохраняется индивидуальное потребление. Потребление туристское массовое, подготавливаемое, направляемое и во многом прогнозируемое. Оно предполагает стереотипность реакций, суждений, впечатлений. Самоценность вещи, интерес к ее художественным достоинствам, способность их самостоятельно оценить и ощутить — все это настолько же характерно для публики, насколько вторично для туристов.

---

[15] *Хренов Н.А.* Публика в истории культуры. М., 2007. С. 11.

[16] *Коган Л.* Публика как объект социологического анализа // Актуальные проблемы организации, экономики и социологии театра. М., 1972. С. 155.

Таким образом, к пирамиде А. Моля можно добавить еще один уровень — потребление достопримечательностей, и, судя по числу потребителей, он будет располагаться у самого ее основания.

В случае с туристскими практиками зрительное восприятие не является незаинтересованным актом простого узнавания или способом получения эстетического наслаждения. Как было сказано выше, мы имеем дело со своеобразным видом потребления — визуальным потреблением, где достопримечательность выступает в качестве товара. Перефразируя знаменитую фразу "Искусство — это то, что продается", можно сказать, что достопримечательность — это то, что покупается. Путеводитель создан не для того, чтобы пробуждать у туриста устойчивое стремление к общению с искусством. Он функционирует на коротком промежутке времени, теряя свою актуальность по окончании путешествия. Вернувшись из пространства досуга в мир повседневного существования, большинство туристов не интересуются посещением музеев, галерей, осмотром памятников культуры. Преподнесенные путеводителем "уроки" непролонгированного действия управляют туристским потреблением только на выделенном туристском пространстве и в выделенном временном отрезке. Это уроки престижного потребления, правила проведения особого туристского ритуала.

Среди посещаемых туристами достопримечательностей существуют такие, которые созданы массовой культурой, например Диснейленды. Однако основные "туристские Мекки" — это памятники истории, искусства, природы, которые не производятся массовой культурой, а присваиваются и "перекодируются" ею. Выполнением ряда отработанных манипуляций объекты переводятся из сферы элитарной, профессиональной, из сферы высокого искусства в пространство масскульта. А.В. Костина, автор книги "Массовая культура как феномен постиндустриального общества", указывает, что массовая культура "навязывает и народной, и элитарной культуре определенный тип регуляции. Это регулирование проявляется в том, что любой продукт творческой деятельности включается в активную культурную циркуляцию только через аппарат массовой культуры, так как в массовом обществе любой артефакт становится ценностью, если он является продуктом массового потребления"[17]. Путеводитель исторически был одним из первых инструментов, которые начали выполнять указанную функцию — регулировать процесс потребления культурных ценностей в эпоху масскульта.

---

[17] *Костина А.В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., 2004. С. 18—19.

## *Список литературы*

*Весновский В.А.* Иллюстрированный путеводитель по Уралу. Екатеринбург, 1904.

*Головкинский Н.* Путеводитель по Крыму. Симферополь, 1894.

*Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 2. СПб., 1998.

*Долгоруков В.В.* Путеводитель по всей Сибири и среднеазиатским владениям России. Томск, 1895.

*Коган Л.* Публика как объект социологического анализа // Актуальные проблемы организации, экономики и социологии театра. М., 1972.

*Костина А.В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., 2004.

*Моль А.* Социодинамика культуры. М., 1973.

*Монастырский С.* Иллюстрированный спутник по Волге. Казань, 1884.

*Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. М., 1997.

*Островский Д.Н.* Путеводитель по Северу России. СПб., 1899.

Путеводитель от Москвы до Вологды, Архангельска и Соловецкого монастыря. Вологда, 1893.

Путеводитель по Волге на 1897 год. Казань, 1897.

*Томский И.И.* Путеводитель по Северу России: (Спутник экскурсанта). Сольвычегодск, 1920.

*Хренов Н.А.* Публика в истории культуры. М., 2007.