

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСОЛИДАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ: ТОТЕМСКИЙ КЕЙС

А.М. НОВОСЁЛОВ, А.А. ЧЕРНЕГА

Теоретико-методологические и методические основания исследования

Методологическую основу данной статьи составляет деятельностно-структурный (интегративный) подход. Его суть состоит во взаимном влиянии и синкретичности таких, казалось бы, полярных категорий социальных наук, как структура и действие. Хотя сущность этого подхода были заложена еще в гегелевском законе двойного отрицания, научную разработку проблематика взаимосвязи социальной структуры и социального действия получила в работах П. Бурдьё¹, Э. Гидденса², П. Штомпки³, в отечественной науке – Т.И. Заславской⁴ и В.И. Ильина⁵. Концепция габитуса П. Бурдьё⁶ и теория структуриации Э. Гидденса⁷, хотя и по-разному, но наглядно проясняют методологическую новизну подхода.

Адаптация объяснительного потенциала интегративной методологии к почве туризма позволяет рассматривать данный феномен как совокупность массовых и устойчивых социальных практик, разворачивающихся по поводу социального конструирования туристических достопримечательностей и стимулирующих динамику разнообразных социальных потоков, направляемых в территории, где данный процесс находит свое развитие. Достопримечательность – основа туризма – приобретает свойства магнита для туристов не сама по себе, а в ходе практик ее социального конструирования. Устойчивость этих практик превращает достопримечательность из простого объекта, явления в узел коммуникации между различными субъектами и в статусный символ территории. Наконец, достопримечательность становится центрообразующим элементом социокультурного поля, понимаемого в традиции К. Левина⁸, раскрывающего логику силового воздействия на окружающее пространство. Эта логика может выражаться через разные формы социальной консолидации, практики взаимодействия между сообществами туристического центра, через функционирование пространственных прибылей локализации⁹. Конструирование как социальная деятельность, таким образом, порождает новый структурообразующий элемент в виде достопримечательности, которая становится для людей, проживающих в месте ее локализации, отправной точкой получения капиталов, условием новых действий. Схожей позиции придерживается американский исследователь мобильности и туризма Дж. Урри в одном из своих классических трудов¹⁰.

Стоит различать достопримечательности как таковые и туристические достопримечательности. Достопримечательности присутствуют в разных сферах жизни. В сфере культуры существуют одни достопримечательности – особо чтимые культурные ценности (духовные и материальные); для религии характерны другие – особо ценные объекты поклонения, которые для людей, далеких от веры в Бога, не столь значимы; в сфере промышленного производства наличествуют третьи, например, автомобильные заводы, в работе которых применяются уникальные и инновационные технологии, что для большинства людей, не сведущих в этом, абсолютно безразлично. Туристическая же достопримечательность универсальна: в нее может быть превращена как достопримечательность из любой другой сферы, так и нечто, не обладающее ценностью для кого-либо. Храм как «намоленное» место для верующих может одновременно выступать достопримечательностью для туристов. Ничем не примечательный для геологов камень для туристов может стать источником паломничества.

Вместе с тем в ходе конструирования туристических достопримечательностей может происходить переплетение ценностных континуумов. Одна из наиболее часто встречающихся технологий связана с взаимным переходом исторических репрезентаций в дискурсивное поле туризма¹¹. Историко-географический миф, отражающий сущность достопримечательности N , расположенной в точке M географического пространства, при реализации активной деятельности субъектов конструирования в таком случае составляет основу исторического бренда места. Опираясь на концепцию брендинга города, разработанную отечественным специалистом в области маркетинга и брендинга территорий Д.В. Визгаловым¹², заметим, что бренд места (города) располагается на пересечении между локальной (городской) идентичностью, системной, выраженной в определенных ценностях, образцах, правилах и имиджем места (города), формируемым извне. Соответственно, брендинг места не может происходить без учета роли местных сообществ, а исторический брендинг – без учета практик, осуществляемых ими в контексте символического конструирования локальных исторических репрезентаций.

В целом социальное конструирование туристических достопримечательностей предполагает наличие субъектов, осуществляющих этот процесс, – своего рода стейкхолдеров, держателей различных ресурсов, важных с точки зрения развития туризма. Во-первых, к таковым субъектам относятся производители:

- государство и субъекты политической власти;
- прямые производители (музеи; владельцы частных достопримечательностей; туристические операторы, разрабатывающие туры; вовлекающиеся в туристическую деятельность «третьи» стороны, что особенно распространено в глубинке, например, библиотеки,

дома культуры, театральные труппы и т.д., формирующие содержательное наполнение туристической программы);

- туристические операторы, формирующие комплексный туристический продукт;
- СМИ;
- городские активисты;
- субъекты сопутствующего бизнеса;
- косвенные производители (например, авторы учебников, в которых рассказывается о достопримечательностях, режиссеры фильмов, снимаемых в достопримечательных местах и т.д.).

Во-вторых, это потребители, т.е. непосредственно туристы. Наконец, в-третьих, это так называемые посредники; к ним относятся широкие слои местного населения, которые, с одной стороны, не вовлечены напрямую в туристическую деятельность, однако, с другой, — являются незаменимым источником ее стимулирования. Особенно ярко это проявляется в контексте малых локальностей (в том числе малых городов).

Необходимым условием эффективного конструирования туристической достопримечательности является устойчивость взаимодействий между субъектами, формирующими ее поле. И в этом отношении большую роль играют практики консолидации различных городских сообществ вокруг символического ядра достопримечательности, вокруг той идеи, которая в ней заложена. В рамках данной статьи мы попытаемся описать и проанализировать такие практики на примере малого исторического города Тотма и с. Никольское Вологодской области при опоре на стратегию развернутого этнографического кейс-стади малого населенного пункта. Сбор эмпирического материала проводился авторами статьи в период 2013—2015 гг. Использовались методы качественной социологии:

- анализ документов: в нашем случае — это 22 качественно созданных текста (отзыва) туристов о поездках в данные населенные пункты за период 2013—2015 гг. (специальные туристические сайты и форумы, социальные сети, блоги), выбор которых осуществлялся по количественным (объем не менее 3000 знаков) и качественным критериям (сообщение носит характер рецензии, имеет логическую структуру, может дополняться фотоматериалами, отражает личное отношение автора к населенному пункту как туристическому центру);
- анализ дискурсивных практик местных жителей по поводу релевантных данному исследованию вопросов (идеи развития туризма, отношение к туристам, сплочение жителей в туристических и внутригородских проектах и т.д.) на базе городского блога в одной из социальных сетей в течение 2013—2015 гг.;
- слабоструктурированное включенное наблюдение городской и сельской повседневности (в том числе практик креативного

осмысления и реконструирования жизненного пространства), специализированных мероприятий для туристов (12 экскурсионных программ), общегородских мероприятий (6 мероприятий, в том числе флешмоб, туристические фестивали и т.д. в г. Тотьме);

- слабоструктурированные глубинные интервью с разными категориями информантов с точки зрения их вовлечения в поле достопримечательностей населенных пунктов: с городскими / сельскими активистами, краеведами, журналистами, субъектами власти, прямыми производителями, предпринимателями, туристами (всего 21 интервью);
- метод саморефлексии через вовлечение в организацию туристической деятельности (один из авторов в процессе кейс-стади (с 2014 г.) получил должность директора местного музейного объединения; второй отрывочно вовлекался в профессиональную деятельность в данной организации).

Тотьма и Никольское: историко-туристический экскурс

Тотьма – город, расположенный в северо-восточной части Вологодской области (чуть более 200 км от Вологды) на реке Сухона. Численность населения Тотьмы составляет чуть менее 10 тыс. чел.

Датой основания Тотьмы принято считать 1137 г. Поселение входит в группу 41 особо ценного исторического города России и сохраняет как планировку, так и большую часть старинной застройки. Наиболее примечательные страницы социальной истории поселения связаны с производством соли и торговым положением города, а также с традициями купечества и мореходства. Начиная с XII в., Тотьма была одним из ведущих центров соляного производства Севера России, а, по мнению ряда историков, именно жители близлежащих к Тотьме деревень первыми в стране освоили процессы глубинного солеварения. Город выступал в роли крупной остановки на торговом пути из Москвы в Архангельск и далее – в Европу. В XVIII в. в торговых и промысловых целях тотемские купцы снарядили порядка 20 экспедиций к территориям, на которых располагается современное государство США, а один из таких мореходов, Иван Кусков, основал вблизи современного города Сан-Франциско самое южное русское поселение (крепость) на североамериканском континенте – Форт Росс¹³. На сегодняшний день налажены дружественные связи между Тотьмой и населенным пунктом Бodega Бэй, расположенным в Калифорнии, США (ближайшим населенным пунктом к основанному Кусковым Форту Росс). Вместе с тем Тотьма входит в Союз русских Ганзейских городов, объединяющий старинные русские города, некогда крупные центры торговли с Европой, и в Ассоциацию «соляных городов» (центров солеварения) России.

Система туристических достопримечательностей Тотьмы включает группу храмов в уникальном архитектурном стиле – тотемском, или в

стиле русско-американского барокко, часть из которых построена на деньги мореходов; 6 музеев, включая доподлинно подтверждающие наиболее яркие страницы истории населенного пункта (например, музей мореходов, дом-музей Ивана Кускова); вписанные в ландшафт города арт-объекты и памятники; сохранившуюся застройку конца XIX – начала XX вв., представленную ансамблями в отдельных кварталах и фрагментарно – на ряде улиц; символические достопримечательности (например, «духовная родина поэта Николая Рубцова», «Школа путешественников Федора Конюхова» – одна из нескольких в России); событийные достопримечательности – фестивали, ярмарки и праздники («Преображенская», «Настоящий тотемский продукт», «День Русской Америки»). В городе находят развитие не только разные направления культурно-познавательного туризма, но также паломнический, событийный и активный туризм. В настоящее время в городе и районе отмечается высокая динамика туристического потока – до 110–130 тыс. чел. в год (согласно данным отдела туризма администрации Тотемского муниципального района).

Село Никольское с численностью населения около 300 человек находится в 70 км от районного центра и по праву носит имя «духовной родины» известного русского поэта Николая Рубцова. Там он хоть и не родился, но закончил школу-интернат, там он «пробовал перо», будучи еще совсем юным, туда он неоднократно возвращался уже в своей взрослой жизни. В стихах поэта неоднократно явно или косвенно упоминается Никола (например, «Родная деревня», «Тихая моя родина», «До конца», «По вечерам»). Разметка локального пространства села происходит в терминах биографии Рубцова: здесь он учился, сюда ходил к друзьям, здесь купался в реке Толшме и т.д. В селе работает мемориальный музей поэта (филиал Тотемского музейного объединения), есть школьный музей в средней общеобразовательной школе им. Рубцова.

Каким образом происходит консолидация сообществ глубинки? Исследование показало, что она реализуется через вовлечение различных субъектов в переосмысление и символическое конструирование исторического текста местности в контексте развития туристической отрасли. Мы рассмотрим несколько кейсов, характеризующих это.

«За картуши», или Национальная идея в локальном контексте

Интересный пример вовлечения горожан в практики популяризации местной достопримечательности – картушей – был тщательно изучен нами в 2013 г. В период с весны по осень этого года в медиапространстве страны проходил конкурсный проект «Россия 10», в рамках которого «соревновались» за звание лучших более 800 достопримечательностей. Проект был инициирован телеканалом «Россия 1» и Русским географическим обществом. Суть конкурса состояла в популяризации

достопримечательностей страны путем разнообразных форм интернет- и SMS-голосования. Картуши — это элементы кладки стены в виде морских свитков, части тотемских храмов, построенных на деньги мореходов, уходивших в XVIII в. из Тотьмы для занятия промыслом в район Алеутских островов и Аляски и попутно совершавших географические открытия в Тихом океане и у побережья современных США. Став отличительным признаком храмовой архитектуры, выделенной уже в XX в. в отдельное направление — тотемское барокко¹⁴, картуши были представлены во всероссийском конкурсе достопримечательностей, поскольку «их больше нигде нет, пожалуй, кроме Иркутска и еще пары мест, но в каждом случае — это результат влияния наших тотемских мореходов» (информант № 3, мужчина, один из активистов движения «За картуши», 2013 г.).

Общественные активисты, авторы пабликов в социальных сетях «В контакте» и «Одноклассники», не только сообщили читателям данных ресурсов о конкурсе, но и более подробно рассказали о самом достопримечательном объекте. В начальный период голосования настроения людей можно было оценить как достаточно скептические; высказывались мнения, что для консолидации тотемичей и успеха в голосовании объект, выдвинутый на участие в конкурсе, недостаточно удачен.

В скором времени к активной пропаганде голосования за картуши подключились туроператор Тотьмы («Мы понимали, что это реальный шанс использовать силы горожан во благо информационного продвижения достопримечательности» — информант № 5, женщина, директор туристического предприятия Тотьмы, 2013 г.) и Тотемское музейное объединение. Информация о конкурсе дошла и до администрации Тотемского муниципального района. Глава района поставил задачу направить все возможные усилия на поддержку голосования и на популяризацию тотемских картушей как в медиасреде, так и среди жителей города. Последней задаче активно способствовала районная газета. В ней регулярно стали появляться материалы, в которых известные люди района рассказывали, почему необходимо поддержать тотемские картуши и какие перспективы могут быть у сферы туризма в городе, если Тотьма станет более узнаваемой на федеральном уровне. С проектом «Картуши от А до Я» выступил на страницах газеты известный тотемский краевед Александр Кузнецов, в популярной и доступной форме пояснявший, в чем состоит ценность картушей и почему именно благодаря им стиль тотемского барокко считается уникальным.

Это дало первые результаты. Люди стали обсуждать конкурс и достопримечательный объект в городском блоге в популярной социальной сети. Деятельность активистов, подогреваемая геопатриотизмом, породила PR-акции и брифинги, инициируемые местными жителями, в интернет-среде. Благодаря активному голосованию тотемичей, первый

тур конкурса был преодолен успешно. Во втором туре была необходима еще более активная поддержка, в том числе и потому, что началось SMS-голосование, которое требовало определенных финансовых затрат. Тем не менее именно второй тур стал ключевым в поддержке картушей. Сложность задачи и «протестный запал», связанный с игнорированием выхода Тотьмы во второй тур конкурса областными властями, только сплотили тотьмичей. В социальных сетях появилась масса креативных видеороликов, баннеров и лозунгов, посвященных тотемским картушам. Сформировался своеобразный жанр «агитпоэзии» (Словно зодчих застывшие души / В каждом тотемском храме картуши. / Их чарует узор – / Оторвать трудно взор / Даже в холод, в январскую стужу. – Стихотворение Николая Туркина).

Желая доказать всей стране значимость тотемских достопримечательностей, инициативные тотьмичи создали движение за тотемские картуши под названием «Мы есть!» Активистами движения был инициирован ряд заметок в блогах, направленных на преодоление информационной блокады в областных СМИ. Дискуссия дошла до ток-шоу в прямом эфире одного из вологодских радиоканалов. Голосование достигло апогея во время празднования дня города, когда были устроены массовые акции по отправке SMS в поддержку тотемских картушей, а также во время общегородского флешмоба, в рамках которого тотьмичи окружили «живым кольцом» один из самых ценных храмов с картушами – церковь Рождества Христова.

Итоговое место тотемских картушей – 20-е из 800 объектов – превзошло все ожидания тотемских активистов. Конкурс привлек немалое внимание к Тотьме, позволил усилить интерес не только непосредственно к тотемским картушам, но и к феномену тотемского барокко, и к городу в целом. Многие туристы, приезжавшие в город во время и после завершения конкурса, признавались, что первым делом хотели бы увидеть знаменитые картуши – тогда как до всплеска общественной активности по этому поводу это слово было фактически неизвестно широкому кругу туристов. К тому же немаловажен факт, что, согласно статистике, в сентябре и октябре 2013 г. было принято значительно большее количество туристов в сравнении с аналогичным периодом 2012 г. (информация предоставлена отделом туризма администрации Тотемского муниципального района). Один из информантов наглядно подчеркивает: «...с конкурса “Россия 10” у нас даже будто появилась своя маленькая “национальная” идея вокруг наших достопримечательностей» (информант № 7, мужчина, директор районной газеты, 2013 г.)¹⁵.

«Народная реставрация», или «...пока я здесь, я буду полезен»

Прямым следствием участия Тотьмы в конкурсе достопримечательностей «Россия 10» стало вовлечение горожан в проект «Народная

реставрация», начало которого было ознаменовано организацией и проведением субботника по восстановлению Воскресенского храма в деревне Варницы в границе Тотьмы (2 км от центра города, по сути, также городская территория), с советских лет оставшегося неотреставрированным и находящимся в запущенном виде. Воскресенский храм несет на себе отпечатки стиля тотемского барокко; наличие картушей и «уносящихся ввысь куполов-мачт, будто проплывает корабль» (информант № 11, женщина, активист городского движения «Народная реставрация», 2013 г.) — его неизменные черты. Варницкому Воскресенскому повезло меньше, чем другим храмам с картушами, расположенным в центральной части города и восстановленным на бюджетные средства. Эта церковь является единственной не восстановленной церковью с картушами в городе и ближайшей округе.

Буквально спустя несколько недель после завершения конкурса «Россия 10» образовалась инициативная группа, в которую помимо простых горожан вошли представители районных и городских властей. На волне успеха конкурса это получилось проще, чем без предварительной солидаризации тотмичей. В ноябре 2013 г. был проведен первый субботник у Воскресенского храма.

Прибыли около 70 человек, в том числе из Варницы, Тотьмы, Череповца, Санкт-Петербурга и из Пермского края. Сработали и политические механизмы: в проекте приняли непосредственное участие и оказали посильную, в том числе материальную поддержку в виде предоставления транспорта, техники, рабочих нынешние и вышедшие в отставку главы района и города, священнослужители местных храмов.

Активность местных жителей в 2013 г. не иссякла, а стала источником привлечения новых инвестиций в территорию. Специалисты-реставраторы из областной столицы рассчитали смету на проведение реставрационных работ, к делу был привлечен столичный архитектор, который в конце 80-х гг. прошлого века реставрировал другие тотемские церкви, о Тотьме и ее достопримечательностях стали писать региональные СМИ, цепь статей на туристическом портале Вологодской области вышла под знаком тотемских картушей. Однако название проекта «Народная реставрация» отражает его главную сущность: удалось сплотить местное население в реальных практиках возрождения исторического наследия города.

С весны 2014 г. субботники стали систематическими.

Во второй половине 2014 г. проект «Народная реставрация» приобретает новый импульс развития, выходит на уровень своего рода «символической реставрации». Местным музейным объединением был выигран грант размером в 650 тыс. рублей на реализацию «Кольца исторической памяти» — кольцевого туристического маршрута по утраченным (полностью либо частично) памятникам архитектуры города Тотьмы и ближайших окрестностей (всего 16 объектов показа).

Столь крупный по меркам малого города денежный выигрыш на преобразование городского пространства в исторической ретроспективе буквально всколыхнул общественность. В социальной интернет-сети на тотемском портале началось живое обсуждение деталей проектирования и реализации туристического маршрута. Совместно с местными жителями сотрудникам музея удалось определить концепцию и основные точки маршрута. Он включил в себя информационные щиты на улицах и таблички на стенах зданий. На каждом стенде присутствует информация об объекте на русском и английском языках, старинная фотография утраченного памятника либо части ансамбля, QR-код, перенаправляющий на более подробную статью об объекте на интернет-сайт. Почти на каждом стенде также присутствует фотоколлаж, созданный привлеченным к проекту местным фотохудожником на основе совмещения старинного и современного фото и наглядно показывающий, в каком именно месте в панораме современного города находился утраченный памятник. Маршрут, в настоящее время пользующийся популярностью у самостоятельно путешествующих туристов, служит примером взаимного наложения разных типов социальных пространств — городского и туристического — в границах единого физического пространства. В ходе реализации «Кольца...» местные сообщества в очередной раз сплотились вокруг их общего исторического наследия и реконструировали в символических формах утраченные архитектурные шедевры своего города.

Весной 2015 г. словно ответный вызов «Народной реставрации» солидаризируется другая группа активистов, члены ядра которой называют себя сообществом «60-я параллель». Название выбрано не случайно: Тотыма, как и ряд других городов, таких как Санкт-Петербург, Осло, Магадан, располагается на шестидесятой параллели. В городе в честь этого установлен памятный знак, в 2013 г. местным молодым художником на трансформаторной будке был выполнен арт-объект с изображениями достопримечательностей этих городов и Тотымы. «60-я параллель» сумела объединить равнодушных горожан вокруг идеи субботников в храмах Тотемского района. В данном случае «образцовым» стал полуразрушенный Старототемский Воскресенский храм в деревне Медведево, располагающейся в 17 км от районной столицы. Совершив в течение 2015 г. 13 поездок и соответственно проведя столько же субботников, активистам удалось привлечь не только обычных горожан, но и представителей местных предприятий, а также потомков строителей тотемских храмов, в том числе непосредственно в деревне Медведево. Неожиданным поворотом стало открытие в рамках одного из таких выездов подземного хода-рва, ведущего из медведевского храма. Что представляет собой этот ход — еще придется исследовать специалистам, однако журналисты уже сделали свое дело, написав несколько статей об этом открытии. Тема вызвала очередной всплеск

интереса к истории города, как среди самих тотъмичей, так и среди туристов, получивших данную информацию из интернет-источников и вступивших в ее обсуждение.

Деятельность активистов и энтузиастов, связанная с реконструированием исторического наследия, таким образом, приобретает характер реальной деятельности по восстановлению архитектурных памятников в меру возможностей, которыми обладают эти группы населения малого города. Один из информантов объясняет свое участие такими словами: «...пока я здесь, я буду полезен своему городу, я буду делать его лучше» (информант № 14, мужчина, участник субботников, 2015 г.).

Профессиональное взаимодействие и конструирование туристического продукта: обзор мини кейсов

Вопрос об особенностях взаимодействия субъектов поля достопримечательности является краеугольным камнем процесса ее социального конструирования. Институционально обусловленная коммуникация между субъектами – фактор повышения эффективности динамики достопримечательности, наличие же коммуникативных барьеров нивелирует ее значение как капитала, необходимого для развития территории. Обращение к историческим символам в целях создания туристических продуктов выступает важнейшим фактором консолидации местных организаций, сообществ и отдельных людей, готовых включаться в туристическую деятельность, в оказание туристических услуг как внешним, так и местным туристам. Это просматривается и на примере Тотьмы.

К числу субъектов, составляющих ядро поля достопримечательностей Тотьмы, относятся отдел туризма администрации Тотемского муниципального района, МУП «Туризм и народные промыслы» (туроператор / прямой производитель) и МБУК «Тотемское музейное объединение (прямой производитель). Однако ограниченность ресурсов в глубинке толкает непрофильные для туризма организации к подключению к полю достопримечательностей. Пример Тотьмы доказывает возможность использования сил местной ремесленной (детской художественной) школы в проведении мастер-классов для туристов по изготовлению традиционных для местности сувениров: глиняных картушей, расписанных в тотемском стиле разделочных досок. Силами местных сообществ организуются события, ориентированные на приток туристов. Подтверждение тому – участие коллективов тотемских центров культуры, театральной труппы, местных мастеров и умельцев в организации праздника «День Русской Америки», проводимого на родине Ивана Кускова каждый июль. Для организации литературных экскурсий по Тотьме задействуются материально-техническая база и коллективы районной библиотеки им. Н. Рубцова и местной музыкальной школы, готовые выступить со стихами поэта и созданными на их

основе музыкальными композициями для туристов около памятника *genius loci* на берегу Сухоны.

Специфика туристической отрасли, а особенно в малых городах с ограниченными ресурсами, состоит в том, что в данную сферу могут вовлекаться и косвенные субъекты, например, промышленные предприятия; материализация устойчивых взаимодействий субъектов — упаковка товаров, пользующихся ежедневным или не столь частым спросом. Между администрацией Тотемского района и муниципального предприятия «Тотемский хлебокомбинат» подписано соглашение об использовании символов города на упаковках пищевых продуктов, выполняющих сувенирную функцию, — тотемского мармелада и конфет (изображение картушей, храмов в стиле тотемского барокко), тотемского пряника (изображение черной лисы, в ловле которой упражнялись тотемские купцы на американском континенте в XVIII в.). В настоящее время продукция хлебокомбината распространяется во многие точки региона. На этом примере удобно показать суть технологии вовлечения промышленного предприятия в логику туристического рынка. Технология предполагает профессиональное, ориентированное на туристический рынок, взаимодействие группы субъектов: власти (оказывает управленческое воздействие на вовлечение хлебозавода), прямого производителя — музея (историческое сопровождение символа картушей), тотемского туроператора (реклама сувенирной продукции, организация экскурсий на хлебозавод, организация мастер-классов по лепке картушей из теста), и, разумеется, самого промышленного предприятия «Тотемский хлебокомбинат». При этом функционируют определенные механизмы конструирования достопримечательностей: политические, в частности, поддержка интересов данного предприятия, информационные — продвижение одновременно как пищевых товаров, так и имиджа города, экономические — новая форма бизнеса, новый способ получения денежного капитала.

Интересный пример взаимодействия связан с вовлечением в туристический рынок такого учреждения как «Школа путешественников Федора Конюхова», открытого в Тотьме в 2009 г. Всемирно известный путешественник и мореплаватель Федор Конюхов в контексте функционирования политических (лоббирование со стороны региональных и муниципальных структур власти) и символических механизмов (исторические традиции тотемского мореходства) дает согласие на открытие в местечке Изониха (несколько километров от Тотьмы) на базе бывшего детского лагеря спортивно-образовательного центра, названного его именем. «Школа» работает ежегодно как центр детского туризма; несколько раз в год на выездные сессии прибывает и Ф. Конюхов. Само учреждение, относимое к сфере образования, все с большей силой осваивает свою нишу и в сфере туризма. Совместно с тотемским туроператором, местными профессиональными спор-

тивными инструкторами и другими привлекаемыми специалистами организуются спортивные экскурсии с историко-культурным уклоном, сплавы по р. Сухона, совместно с музеем реализуются общегородские проекты, выставки и мероприятия, городские праздники, связанные с историей морской славы тотъмичей. Подобное взаимодействие позволяет обогатить деятельность типичных для данного города субъектов туризма (музей + туроператор), привлечь дополнительные материальные (спортивный инвентарь для водных экскурсий), символические (имя Конохова, накладываясь на местный исторический нарратив, придает современное звучание теме) и политические ресурсы (визиты губернатора Вологодской области в Тотьму, его встречи с известным путешественником).

Таким образом, в ходе манипулирования историческими смыслами и репрезентациями, интерпретируемыми в качестве ресурсов развития туризма¹⁶, возникает особая – профессиональная консолидация местных субъектов. Взаимодействие такого рода институционализируется через функционирование рыночных механизмов, описывается через категории не только повседневных, но и специализированных практик. При этом происходит конструирование новых ниш для получения разных форм капитала местными субъектами.

В практиках профессионального взаимодействия отчетливо видны особенности институционализации туризма в российской глубинке:

- ввиду ограниченности человеческих ресурсов происходит (отчасти вынужденное) конструирование тесных сетевых отношений между субъектами туристической деятельности, дополняемое распространенными между ними вне туристического контекста «кредитами доверия»;
- ограниченность самых разных ресурсов как структурная характеристика глубинки способствует вовлечению традиционных для города сообществ и субъектов в туристическую деятельность, предоставляя немалые возможности для экспорта локального на туристическом рынке;
- субъекты, вовлекаясь в конструирование достопримечательностей, трансформируют свои типичные функции.

Культуру – в частные руки?

В год столетия музейного дела в Тотьме (2015) в этом городе путем активной деятельности нескольких инициаторов идей и объединения вокруг них заинтересованной аудитории, сбора необходимых материалов, открывается некое подобие нового музея – выставочный центр «Сухона». История не только тотемского мореходства, но и судоходства по реке Сухона является предметом ностальгических переживаний немалой части тотъмичей, притом явно больших, чем в первом случае.

На протяжении всего XVII в. через Сухону проходил главный торговый путь из Москвы в Европу и Сибирь. К тотемским берегам приставали не только российские, но и иностранные корабли. В то время Тотьма, являвшаяся крупным складочным пунктом заграничных товаров, соревновалась в торговой славе с главными городами России. Впоследствии, после потери данного значения, Сухона еще на протяжении трех веков оставалась главной торговой и пассажирской артерией города — вплоть до постройки в 1983 г. асфальтированного шоссе из Вологды.

В настоящее время тотемское судоходство уже вошло в историю. Речной порт более не существует, речной транспорт представлен лишь частными катерами да несколькими грузовыми баржами. Сама Сухона обмелела, стала несудоходной. В последние годы предприятием «Туризм и народные промыслы» стали организовываться водные экскурсии для туристов от пристани в Тотьме по двум направлениям — к природному памятнику Дедов остров (в одну сторону) и к другому памятнику природы — камню Лось (в противоположную сторону). В последнем варианте гостей на камне встречает актер, переодетый в императора Петра Первого, проплывавшего в этих местах три раза в начале XVIII в. (это документально подтверждено) и, по легенде, обещавшего со своей свитой на этом камне. Экспозиция, касающаяся роли речной тематики в истории Тотьмы имеется и в краеведческом музее.

Вместе с тем история живет, пока живут люди, ее конструирующие. Инициаторами уже известного нам объединения «60-я параллель» был воспринят социальный запрос на мемориализацию наследия, связанного с именем судоходства. Активистам удалось объединить вокруг этой идеи бывших сотрудников речного порта: последние стали собираться на квартальные встречи, делиться деталями своих биографий, вспоминать былые времена. Некоторые начали приносить на такие встречи артефакты — приборы речной навигации, рабочую одежду, судоходные карты, разного рода символику (флаги, значки, головные уборы), мемориализуя, тем самым, общее символическое наследие через схожие биографические траектории. Каждый принесенный предмет, впоследствии ставший экспонатом музея, получил нарративное сопровождение со стороны владельца. Группе единомышленников впервые за многие годы на городском уровне удалось отметить и день речника, что послужило еще одним фактором их сплочения. Стоит отметить, что тема появления музея речников в Тотьме широко обсуждалась в социальной интернет-сети, на страницах местной газеты и была актуальна для городского дискурса в целом. И, как мы уже знаем, это не случайно. Во многих семьях были и есть люди, так или иначе связанные с Сухоной как «одной из градообразующих осей Тотьмы».

По схожей модели несколько лет назад в с. Никольское была организована работа АНО «Бирюзовый дом», руководит которым увлеченная творчеством русского поэта Н.М. Рубцова супружеская пара из Москвы.

Символический базис села (см. выше) стал причиной основания ими гостевого дома с рядом музейных функций. Супругами была выкуплена половина деревянной административной постройки начала XX в., где были открыты гостиница для туристов, прибывающих к рубцовским местам, и несколько выставочных площадок. В настоящее время «Бирюзовым домом» активно осуществляется культурная деятельность на селе. Среди проектов — «Школа Русского Слова», «Мастерские на Толшме», фестиваль «Журавли над Николой», перекрестные экспедиции москвичей в с. Никольское и никольчан в Москву. Разумеется, данные проекты рассчитаны как на местную аудиторию, так и на привлечение внешних туристов. Особо важная миссия состоит в консолидации никольских школьников, в целях чего проводятся отчасти конкурирующие с музеем специализированные мероприятия («Библионочь», обсуждение грантовых проектов в сфере культуры и др.). «Бирюзовый дом» продолжил и начатую музеем практику мемориализации окружающего пространства в терминах биографии Рубцова, чем вызвал резонанс внутри локального сообщества. Была организована туристическая программа «Между березой и сосной» с чтением стихов поэта в выгодных с точки зрения ландшафта местах. Совместно с музеем проводится работа по восстановлению местного храма, внутри которого организуются выставки, ведется издательская деятельность, в одной из точек села установлен памятный камень с гравировкой слов из стихотворения Н. Рубцова «Видения на холме». Ко всем этим проектам активно привлекаются школьники и другие слои местного населения, подчас становясь незаменимой опорой в организации того или иного культурно-туристического продукта.

Таким образом, в условиях глубинки встречаются примеры проявления культуротворческой активности энтузиастов и консолидации вокруг них заинтересованного и / или лояльного местного населения, подхватывающего выпестованную этими энтузиастами идею. Отчасти такие практики существуют и оказываются полезными в рамках туристического измерения, становясь источником конструирования новых достопримечательностей. В результате снимается монополия музеев и других традиционных субъектов на культурное, основанное на повседневных, исторических, литературных смыслах, творчество в глубинке.

Заключение

Таким образом, на материалах проведенного исследования в Тотемском районе Вологодской области (г. Тотьма и с. Никольское) удалось подтвердить основную гипотезу, вынесенную в заглавие статьи: практики консолидации сообществ малых населенных пунктов на почве символического конструирования и реконструирования исторического наследия этих мест становятся важной частью процесса формирования туристических достопримечательностей глубинки. Подобные практики имеют структурообразующее значение для населенного пункта:

складываются зачатки гражданского самосознания местных жителей; появляются сообщества «неравнодушных граждан», деятельность которых осуществляется на благо территории; почвенным путем вырастают новые субъекты туристического рынка, также работающие на местном уровне в качестве новых двигателей культурной жизни; функции традиционных для населенного пункта субъектов в этом контексте трансформируются.

Из этого также следует вывод, имеющий методологический характер: деятельность, коммуникация между ее субъектами и их консолидация служат фундаментом для образования достопримечательностей, которые при определенных условиях могут вовлекаться в пространство туризма и притягивать социальные потоки к местам своей локализации. Последнее условие определяет потенциал достопримечательностей в контексте трансформации социально-территориальной структуры, что в очередной раз подчеркивает наразрывность категорий социального действия и социальной структуры.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См., например: *Бурдые П.* Социология социального пространства / пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.

² См.: *Гидденс Э.* Устроение общества: Очерк теории структуриации. – М.: Академический проект, 2005.

³ См., например: *Штомпка П.* Понятие социальной структуры: попытка обобщения // Социологические исследования. 2001. № 9. С. 3–13.

⁴ См.: *Заславская Т.И.* Трансформация социальной структуры // Социальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. – М., 2002.

⁵ См.: *Ильин В.И.* Социальное неравенство. – М.: Институт социологии РАН, 2000.

⁶ См.: *Бурдые П.* Социология социального пространства.

⁷ См.: *Гидденс Э.* Устроение общества: Очерк теории структуриации.

⁸ См.: *Левин К.* Теория поля в социальных науках. – СПб.: Сенсор, 2000.

⁹ См.: *Бурдые П.* Социология социального пространства.

¹⁰ См.: *Urry J.* Consuming places. – London: Routledge, 1995.

¹¹ *Ильин В.И.* История как социальный ресурс развития российской глубинки // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. 18. № 2. С. 146–162.

¹² См.: *Визгалов Д.В.* Брендинг города. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011.

¹³ См.: *Новосёлов А.М.* Тотьма. Путеводитель по достопримечательностям. – Вологда: Музей дипломатического корпуса, 2012.

¹⁴ См.: *Телтеевский П.* Памятники архитектуры XVIII в. в Тотьме // Архитектурное наследие. 1962. № 14. С. 203–210.

¹⁵ См.: Новосёлов А.М., Чернега А.А. Конструирование бренда территории на примере участия г. Тотьмы в проекте «Россия 10» // Музей и проблемы «культурного туризма»: материалы двенадцатого Круглого стола (Санкт-Петербург, 10–11 апреля 2014). – СПб.: Издательство Государственного Эрмитажа, 2014. С. 137–142.

¹⁶ Ильин В.И. История как социальный ресурс развития российской глубинки. С. 146–162.

REFERENCES

Bourdieu P. *Sociology of social space*. Moscow, Institut eksperimental'noy sotsiologii [Institution of experimental sociology], Saint Petersburg, Aleteya, 2007 (Russian trans.). 288 p.

Giddens A. *The constitution of society: outline of the theory of structuration*. Moscow, Akademicheskii proekt [Academic project], 2005 (Russian trans.). 528 p.

Il'in V.I. History as a social resource of development of Russian province. In: *Zhurnal sotsiologii i social'noy antropologii* [Journal of sociology and social anthropology]. 2015. Vol. 18. No 2, pp. 146-162 (In Russian).

Il'in V.I. *Social inequality*. Moscow, Institut sotsiologii RAN [Institution of sociology Russian Academy of Science], 2000. 280 p. (in Russian).

Levin K. *Field theory in social sciences*. Saint Petersburg, Sensor, 2000 (Russian trans.). 368 p.

Novosyolov A.M., Chernega A.A. Constructing of territory brand as an example of participation of Totma at the project «Russia 10». In: *Museum and the problem of «cultural tourism»*. Saint Petersburg, Gosudarstvenniy Ermitazh [State Hermitage], 2014, pp. 137-142 (in Russian).

Novosyolov A.M. *Totma. Guide to attractions*. Vologda: MDT [Museum of the diplomatic corps], 2012. (In Russian).

Sztompka P. The concept of social structure: an attempt to generalize. In: *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies]. 2001. No 9, pp. 3-13 (in Russian).

Teltevsky P. Monuments of architecture of the 18th century in Totma. In: *Arhitekturnoe nasledstvo* [Architectural heritage]. 1962. No 14, pp. 203-210 (in Russian).

Urry J. *Consuming places*. London, Routledge, 1995, 266 p.

Vizgalov D.V. *City branding*. Moscow, Fond «Institut ekonomiki goroda» [Institution of City Economics Foundation], 2011, 160 p. (in Russian).

Zaslavskaya T.I. Transformation of social structure. In: *Societal transformation of Russian society: activity-block concept*. Moscow, 2002 (in Russian).

Аннотация

В процессе конструирования достопримечательностей значительную роль, особенно в условиях ограниченной в ресурсах глубинки, играют местные сообщества, вовлекаясь в разные – прямые и косвенные – практики конструирования. В статье анализируются практики консолидации местных сообществ, материализуемые путем их вовлечения в информационное

продвижение достопримечательностей, в организацию и проведение мероприятий по улучшению благоустройства городской территории и достопримечательностей, в конструирование туристических услуг, основанных на ревизии исторического наследия местности, различных субъектов. В числе таких сообществ выделяется особая группа энтузиастов.

Ключевые слова: туризм, туристическая достопримечательность, глубинка, брендинг места, исторические репрезентации, социальное конструирование, консолидация местных сообществ.

Summary

Local communities have a major role in constructing a tourist attraction by participating in various – direct and indirect – construction practices, especially in the resource-poor rural environment. The authors analyse the practices of consolidating local communities, realized through their involvement into the informational promotion of tourist attractions; organization of measures to improve urban territories and tourist attractions; their involvement into constructing tourist services, based on the revision of local historical heritage, different individuals, including a specific part of them – the enthusiasts.

Keywords: tourism, tourist attractions, rural areas, place branding, historical representations, social construction, local community consolidation.