

Посмотреть мир, не уничтожив его (аудио эссе про туризм)

Список источников

travel (v.)	происхождение слова travel
Travelling for pleasure: a brief history of tourism	Небольшая статья про историю туризма
Number of international tourist arrivals worldwide from 1950 to 2023	Статистика по количеству международных туристических прибытий
Отчет TPCC (Tourism Panel on Climate Change)	Все основные выводы по вкладу туризма в изменение климата тут
Давайте объясним себе, зачем мы путешествуем	Статья путешественника Леонида Рогозина
The fantasy of authenticity: Touring with Lacan	Потрясающая статья про туризм в контексте Лакановского психоанализа
Barcelona anti-tourism protesters fire water pistols at visitors	Новостная заметка про антитуристические протесты в Барселоне
Tourism - overall more good or bad?	Обсуждение туризма на Reddit с интересными комментариями
Travel Better	Принести клятву, что будешь хорошим туристом можно тут
Palau Pledge	Клятва туриста в виде печати в паспорт
Balconing	Если интересно подробнее про Балкониинг

Дисклеймер

Прошу, не воспринимайте всё сказанное в этом выпуске слишком серьезно. Поднимаемая тема слишком сложна и многогранна, чтобы можно было претендовать на исчерпывающий рассказ в рамках одного эпизода одного подкаста. Также учтите, что я, как автор, не являюсь специалистом ни в туризме, ни в психоанализе. Этот выпуск, скорее, это скромная попытка критического анализа явления от неспециалиста. Попытка взять интересную идею, последовать за ней и посмотреть куда она может привести.

Вступление.

Представьте, что вы взяли отпуск на неделю, чтобы съездить на море. Вы купили билеты, собрали вещи и уже предвкушаете атмосферу расслабленного пляжа и красоту окружающей природы как в фильме Пляж с ДиКаприо или как в рекламе Баунти. Но райского наслаждения не получится. По прибытии на пляж вы обнаружите, что вся береговая линия поделена между отелями и барами, сдающими шезлонги в дорожную аренду, всё занято огромными толпами других туристов, в море плавает пакет, а прямо рядом с пляжем проходит оживленная автомагистраль. От расслабленного единения с природой вас будет отвлекать ужасная музыка долбящая из колонок, невероятно громкие соседи и торговцы палеными духами (которые они будут предлагать вам прямо когда вы выходите из моря).

В следующий раз вы решаете, что лучше отправиться в горы. В вашей фантазии вы – покоритель вершин, преодолеваете суровую природу высокогорья, чтобы добраться туда, куда не ступала нога человека. Но, приехав, скажем к Эвересту, вы обнаружите, что опыт восхождения не похож на ваши фантазии. Количество желающих подняться на самую высокую гору мира настолько огромно, что самая высокая гора не справляется с таким потоком. Из колонок по-прежнему играет плохая музыка и пакет опять где-то рядом вместе с кучей остального мусора. А на саму вершину ступало столько человеческих ног, что ваше достижение – не достижение, а тривиальный опыт, который есть у многих. Но вы все равно выложите фотографии с вершины в свой инстаграм, хоть пол пути вверх вы и поднимались на вертолете.

В свой третий отпуск вы решаете отправиться в более цивилизованную поездку. Скажем, вы невероятный ценитель импрессионизма. Можете отличить Моне от Мане, знаете историю, может быть даже сами пишете картины. И вот вы в Париже, стоите в музее Орсе перед Кувшинками. Вы предвкушали этот опыт долгое время. И этот опыт совсем не такой, как вы представляли его в своих фантазиях. У вас не будет ни одного мгновения насладиться картиной по-настоящему. В зале вместе с вами катастрофическое количество туристов, они шумят, загораживают картину и фотографируют со вспышкой. Подавляющее большинство из них ничего не знает о полотнах вокруг. Они фантазируют о жизни ценителя тонких искусств, без того, чтобы тратить силы на погружение в предмет. Они пришли, потому что все пришли. Потому что Кувшинки Клода Моне (или любая картина Ван Гога) – это туристический аттракцион (в прямом смысле слова – привлекалка для туристов).

Несколько выпусков назад я говорил с культурологом Сергеем Зотовым про тёмный туризм. В этот раз, я попробую порассуждать о туризме обычном. Что это за явление такое – массовый туризм?

Мы так привыкли к нему, что нам кажется будто он всегда существовал. Но туризм, как мы его понимаем сегодня, начался только во второй половине 20 века. Люди, конечно, путешествовали и до этого, но они не были туристами.

Мы так привыкли к туризму, что некоторые на полном серьёзе предлагают закрепить право на путешествие в базовых правах человека. Но что такое путешествие и почему наши фантазии о нём так редко сочетаются с реальностью?

Мы так привыкли к туризму, что совсем не замечаем как он меняет мир. А между тем, туризм – одна из крупнейших мировых индустрий. Существование многих стран и целых регионов зависит от того, сколько туристов они смогут привлечь. Но что будет, если этот поток однажды прекратится?

В этом эпизоде я постараюсь разобраться можно ли увидеть мир, при этом не уничтожив его.

Часть 1. Туризм. Начало.

Сегодня, слово “путешествие” “travel” ассоциируется у нас с чем-то приятным. От путешествия принято получать удовольствие и в путешествие принято хотеть. При этом, если обратиться к [этимологии](#) слова travel, то можно обнаружить кое-что интересное.

В английском языке слово “travel” (путешествие) связано с “travail” (страдать от боли) и происходит от французского глагола “travailler”, что означает “тяжело трудиться, страдать, мучаться”. Корнями это слово уходит в Латинское “tripaliare”, что означает “пытать”.

И это не случайность. Путешествие где-нибудь в 14 веке связано с невероятным количеством опасностей и страданий. В него не отправляются добровольно, если только это не религиозное паломничество (в котором страдание – это и есть суть). Несмотря на опасности люди, конечно, все равно путешествуют, но как правило не для удовольствия. Путешествие может быть экономическим. Скажем, вы торговец идущий с товарами в другой город, или плывущий на корабле в далекие страны. Путешествие может быть вынужденным – вы бежите от войны или болезни. Путешествие может быть военным – вы идете куда-то сражаться. Но во всех этих случаях путешествие – это не что-то приятное. Это испытание, вызов и риск. В путешествии легко можно погибнуть. Сегодня от путешествий прошлого не осталось и следа.

Обычно, рассказ о современном туризме [начинают](#) с 17 века. Тогда, молодая европейская знать отправлялась в длительные путешествия по странам Европы, во Францию, Германию, Италию, Грецию, с образовательной целью. Считалось, что

путешествие – это лучший способ проникнуться историей прошлого, больше узнать об искусстве и культуре.

К началу 18 века подобная практика становится все более распространенной, уже не только среди европейцев, но и среди богатых американцев. Индустриальная революция добавляет скорости, буквально увеличивая скорость перемещения за счет новых технологий с одной стороны и за счет появления среднего класса с другой. В 19 веке отправиться в путешествие может уже не только представитель знати, а довольно большое количество народа. Настолько большое, что в начале 19 века появляются первые туристические агентства.

Первая половина 20 века приносит с собой массовое производство, в том числе автобусов и поездов, что еще больше увеличивает доступность путешествия. Популярность туризма, в том числе пляжного, начинает расти после Первой и Второй Мировых войн. Берег Средиземного моря становится привлекательным направлением. Например, герой уже многократно упомянутого мной романа Фицджеральда “Ночь Нежна”, знакомится со своей возлюбленной в отеле на Лазурном Берегу Франции.

Но только в 1970-х туризм становится по настоящему массовым. Финансовый кризис обрушил цены и, внезапно, туризм стал доступен не только небольшому количеству привилегированных людей, а превратился в вид массового досуга, в хобби, в лайфстайл, в привычку, и, теперь, в необходимость.

В последующие десятилетия массовость туризма лишь увеличивалась. Огромную роль тут сыграли лоукостеры типа Райнаир, ИзиДжет или Победы. За счет использования более локальных небольших аэропортов и сокращении других расходов лоукостерам удалось сделать то, что отражено в их названии – радикально снизить цены на авиаперелеты. С этого момента самолет становится важным видом туристического транспорта. Мы даже чаще ассоциируем с отпуском именно полет на самолете, а не поездку на поезде или автомобиле, несмотря на то, что только 26% всех турпоездок совершается на самолете.

Другой фактор – туристическая инфраструктура. Миллионы квадратных метров отельных номеров, местные квартиры через AirBnB, трансферные услуги, путевки, туристические агентства, круизные лайнеры, сувенирные лавки, всё включено. Даже пандемия Covid-19 стала лишь временным препятствием на пути роста туристической индустрии. Количество международных туристических прибытий в 2019-м году [составляло](#) 1465 миллионов. Затем, в 2020-м и 2021-м последовало значительное снижение, до 450 миллионов в год, но в 2023-м году всё вернулось на доковидный тренд. Скорее всего, по итогу 2024 года будет поставлен новый рекорд и количество международных туристических прибытий перевалит за полтора миллиарда. Для сравнения в 1995-м году таких прибытий было 531 миллион, а в 1950-м всего 25 миллионов. Это делает массовый туризм одной из важнейших индустрий современности.

Согласно [отчету](#) TPCC (Tourism Panel on Climate Change), туризм ответственен за 8-10% всех выбросов парниковых газов. Эти выбросы выросли на 65% в период с

1995-ого по 2019-й и снижения не предвидится несмотря на все климатические декларации.

При этом, туризм как индустрия, крайне уязвим перед изменением климата. Уязвим настолько, что современные формы туризма станут невозможны для многих направлений уже очень скоро. Где-то из-за жары, где-то из-за нехватки воды, а где-то из-за подъема уровня мирового океана. Несмотря на это, туристическая политика большинства стран не берет изменение климата в расчет и не предпринимает необходимых решительных действий.

Вот так туризм проделал путь от сотен, может тысяч, религиозных паломников и торговцев в средних веках, к 25 миллионам туристических прибытий в 1950-м году, и, теперь к 1500 миллионов прибытий в 2024-м. Рост в 6000 раз за 75 лет.

Назревает вопрос: почему столько людей хотят путешествовать? Что нам это даёт? О чем на самом деле все эти фантазии про море, горы или выставочные залы из вступления выпуска?

Часть 2. Потребность путешествовать

Почему столько людей стремится путешествовать?

Профессиональный путешественник Леонид Рогозин, в своей [статье](#) на медиум пишет так:

Главное благо, которое дает путешествие человеку, — это радикальное избавление от рутины, которого невозможно добиться, не выезжая из родного города или страны. Рутинa утомляет и травмирует. От нее необходимо регулярно сбегать.

Это, само по себе, достаточно интересное и весьма радикальное наблюдение. Будто в нашей обычной жизни есть нечто такое, от чего просто необходимо время от времени сбегать, чтобы не переутомиться и не травмироваться окончательно. И путешествие, каким-то образом, помогает преодолеть эту самую травму, временно заглушить её.

В исследовательской литературе посвященной туризму часто [пишут](#) об аутентичности. Что турист – это такой искатель настоящего, аутентичного бытия. Аутентичность может принимать форму Другого с большой буквы Д: местного жителя далекой страны, который живет совсем другую, настоящую, аутентичную жизнь. Или аутентичность может быть в виде нетронутых уголков природы, видов, которых никто не видел, опыта, которого никто не испытывал.

Даже если вы послушаете не исследователей, а самих туристов, то они тоже часто будут говорить об аутентичности. Они ищут в туристическом городе нетуристические места, подлинные аутентичные места для местных. Не сувенирный магазин, а лавку местного мастера. Не помпезный мишленовский ресторан, а неприметную забегаловку, где их наконец-то накормят настоящей местной едой.

Для того, чтобы всё это объяснить нам потребуется ещё одно понятие. Понятие, которое можно считать оборотной стороной аутентичности, её диалектическим близнецом. Речь, конечно же, про отчуждение. Alienation.

Это довольно заряженный термин, который у многих вызывает самые разнообразные ассоциации. Поэтому предлагаю немного замедлиться и поговорить о том, что же такое отчуждение, без эмоций и идеологии.

В марксизме отчуждение понимается в контексте отделения работника от результата его труда и от доступа к средствам производства. В этом смысле от отчуждения можно избавиться, если прийти к коммунизму – работник будет воссоединён с результатом труда и будет сам владельцем средств производства, которыми пользуется. То есть, отчуждение – это результат капитализма, а следовательно не будь капитализма не было бы и отчуждения. В докапиталистических обществах, например, отчуждения нет.

Но марксизм позволяет и более широкую трактовку. Отчуждение происходит не только от результата труда, но еще и от природы, других людей и социума. Цитируя самого Маркса alienation - это “отчуждение человека от его собственного тела, от природы, существующей вне его, от его духовной сущности, его человеческой сущности”.

Потребительский капитализм, расцвет которого в десятилетия после Второй Мировой войны совпадает с расцветом массового туризма (не просто совпадение), коммодифицирует всё, что можно превратить в товар. В том числе опыт и впечатления. И эта коммодификация является центральной для туризма как индустрии, которая стремится “упаковать” туристическое направление в привлекательную обертку, а затем продать его целевой аудитории, обращаясь к ней на языке опыта и впечатлений.

Может быть вы сталкивались с тем, что миллениалы говорят про себя, мол, денег у нас не будет, поэтому главная ценность в жизни – это впечатления? Лучше съездить в экзотическую поездку, чем покупать дорогой автомобиль. Или, лучше мы все деньги на свадьбу потратим на путешествие, чем на дорогое застолье. Знакомо?

Противопоставление впечатлений потреблению здесь мнимое, ведь впечатление – тоже товар. Мы его покупаем, а потом используем, рассказывая друзьям по Зуму, что мы видели и что делали.

Несмотря на то, что марксистский взгляд на отчуждение стал основой для некоторых теорий в исследовании туризма, больше внимание исследователей привлекает диалектическая противоположность отчуждения – аутентичность. Аутентичность в исследованиях часто занимает центральное место, а отчуждение остается где-то на заднем плане. Мол, индивиды в современном капиталистическом обществе чувствуют отчуждение, а потому становятся туристами и отправляются на поиски аутентичности. Желание туристов почувствовать принадлежность и прикоснуться к подлинности заставляет их отправляться в путешествие и ходить по достопримечательностям. И именно в этом ритуале осмотра достопримечательностей туристы находят облегчение своему отчужденному состоянию. Прикосновение к местам, людям и культурам, которые турист сочтет аутентичными, помогает ему утолить собственную жажду

настоящего. Тот факт, что всё, с чем турист столкнется – это так называемая показная аутентичность (staged authenticity), ничего не меняет.

К показной аутентичности мы еще вернемся в третьей части. А пока продолжим с отчуждением.

В отличие от всепроникающего, генерализованного отчуждения в марксизме, экзистенциализм предлагает другой взгляд на то, что отчуждение такое в контексте отношения индивида и социума. Разные авторы интерпретируют это отчуждение по-разному: для Киркегаарда – это про отношение индивидуальной души с Богом, для Камю – это про абсурд, для Хайдеггера – это про онтологическую самоактуализацию.

Перспективы разных экзистенциальных философов находят своё отражение в исследованиях туризма, но подход Хайдеггера встречается чаще. В этом подходе аутентичность рассматривается как нечто мимолетное, как что-то, что нужно постоянно искать и преследовать. Или, иначе, человек вынужден постоянно сражаться с силами, вызывающими отчуждение. И тут на сцену выходит эпизодический туризм. Как в цитате путешественника Рогозина: путешествие – это радикальное избавление от рутины. Как будто только в этом радикальном избавлении мы способны обрести настоящих себя, пусть и на очень короткий миг. Мы соблазняемся, обещаем выхода за пределы обыденного, навстречу подлинности, навстречу настоящим себе, через путешествие.

Надеюсь, что это объясняет почему я вообще говорю об этом в выпуске про туризм. Оптика экзистенциализма позволяет ответить на вопрос, который я поставил в начале этой части: почему столько людей стремится путешествовать? Ответом будет, чтобы сбежать от всепоглощающего чувства отчуждения через поиск аутентичности в Другом с большой буквы Д.

Но на дуализм аутентичности и отчуждения можно посмотреть иначе. А именно через призму Лакановского психоанализа. Для Лакана аутентичность – это иллюзорная фантазия, потому что от отчуждения нельзя избавиться в принципе. В этом смысле его взгляд на отчуждение сильно отличается от того, что можно встретить в марксизме. Отчуждение – это не продукт Модерна, а следствие того, что мы – индивиды, живущие в обществе. Так, по Лакану, отчуждение есть в любом обществе, капиталистическом или нет.

Эта психоаналитическая перспектива подсвечивает иллюзорную природу аутентичности. Турист не может найти в туристическом городе ничего аутентичного не потому, что плохо ищет, а потому что аутентичность не существует в принципе. Но это не означает, что на месте аутентичности находится зияющая бездна, в которую мы предпочитаем не заглядывать, хоть мы и в курсе, что она там. Лакан аргументирует, что хоть аутентичность и невозможна, её место совсем не пусто. Чтобы продолжить эту линию рассуждения нам потребуется поговорить о двух непереводаемых с французского понятиях *objet petit a* и *jouissance*.

Как и экзистенциалисты, Лакан предполагает, что отчуждение существует в обществе на самом фундаментальном уровне. Отчуждение не зависит от контекста и

исторического времени, а является продуктом нашего становления субъектами общества и конфликта между нашим Эго (отражением общества) и настоящим Я, которое находится где-то глубоко под поверхностью, лишь иногда прорываясь наружу во снах или оговорках. Этот процесс субъективизации, процесс превращения в субъекта – это процесс нашего опосредования обществом. Мы говорим на Его языке и думаем Его мысли. А если мы думаем что-то другое, то общество объявляет нас дефектными и подвергает коррекции или наказанию.

Получается, что отчуждение – это необходимый этап становления субъекта. Отчуждение – это неизбежная судьба. Плата за восприятие себя как целостного субъекта глазами Другого.

Я неспроста сказал, что Эго – это отражение общества. Для Лакана это буквально так. Эго – это отражение в зеркале, не больше, не меньше. Его задача – поддерживать иллюзию целостности субъекта, который на самом деле расколот на миллиард осколков. Истинное желание субъекта – воссоединение с матерью, гипотетическое слияние в единое целое, не может быть реализовано. Поэтому, желание перенаправляется на множество разных объектов во внешнем мире. Но, как известно, желание никогда не может быть удовлетворено. Это и отличает желание от потребности. Желание – это и есть пустота, отсутствие, нехватка.

Как писал Жижек, желание – это всегда желание желать. Желание рождается из отсутствия, которое мы узнаем в себе и в других людях. И это отсутствие побуждает нас на поиски того, чего не хватает. Но это не поиск чего-то что мы потеряли, потому что тогда мы могли бы это потерянное найти и желание бы исчезло, что невозможно по определению. Желание – это именно что ощущение неполноценности, незавершенности, нереализованности, ощущение внутренней пропасти. И то, что Лакан назвал *Objet petit a* – это одновременно эта пропасть и разрыв и что угодно, что временно займет это место, лишь для того, чтобы не удовлетворить наше желание и освободить место для поиска нового *objet petit a*. Важно, что *objet petit a* – это не объект сам по себе, а функция. Функция маскировки нашей внутренней пропасти, чтобы нам было сложнее смотреть в неё.

И вот тут на сцену выходит фантазия. Фантазия – это простая история о реальности, которую мы рассказываем себе, чтобы держать реальность под контролем. Фантазия связана со вторым термином, непереводаемым с французского – *jouissance*.

Процитирую профессора литературы Шона Гомера, который написал о Лакане книгу, надеюсь, что его объяснение будет понятнее:

*Трудность в том, чтобы говорить о **jouissance** (жу-и-санс), заключается в том, что мы не можем точно сказать, что это такое. Мы переживаем его скорее через его отсутствие или недостаточность. Как субъекты, мы движимы ненасытными желаниями. В стремлении реализовать эти желания мы неизбежно разочаровываемся — достигнутое удовлетворение никогда не бывает достаточно полным; у нас всегда остается ощущение, что есть нечто большее, что-то упущенное, то, что мы могли бы иметь. Это нечто большее, что могло бы удовлетворить нас и наполнить сверх скромного удовольствия, которое мы испытываем, — и есть **jouissance**. Мы не знаем,*

*что это такое, но предполагаем, что оно должно существовать, потому что постоянно недовольны. Более того, предполагая его существование и чувствуя его нехватку, мы, как правило, приписываем **jouissance** Другому. Мы верим, что Другой испытывает уровень наслаждения, превосходящий наш собственный опыт. Эта вера в чрезмерный **jouissance** Другого поддерживается через фантазию. Фантазия — один из способов, с помощью которых мы смиряемся с неудовлетворенностью собственным **jouissance**. Через фантазию мы конструируем нашу социальную реальность как ответ на неподатливость Реальности с большой буквы Р.*

Теперь, мы можем свести всё сказанное воедино и вновь ответить на вопрос, почему так много людей становятся туристами каждый год. Быть субъектом означает быть отчужденным. И отчуждение влечет за собой неисполнимое желание целостности. Так как это желание неисполнимое, мы отвлекаем себя охотой за всё новыми и новыми objet petit a, в которых, как нам кажется, содержится jouissance Других. Мы едем на морской берег вслед за фантазией о райском пляже, где мы могли бы наконец соединиться с природой в безмятежной гармонии. Мы отправляемся на вершину Эвереста в погоне за целостностью, которую нам кажется обрели в этом подъеме другие. Мы покупаем билет в музей Арсе на выставку импрессионизма, чтобы, стоя у Кувшинок Моне, почувствовать что-то, чего мы не чувствуем в обычной жизни. И каждый раз, мы возвращаемся обратно не удовлетворенными, не целостными, жаждущими отправиться в новую погоню, за новым впечатлением, за новым objet petit a, который нам покажет туристическая реклама в инстаграме.

Может быть, что это слишком депрессивная картина на ваш вкус. Я склонен согласиться. Можно попробовать оставить в стороне наши психологические причины для туризма и сосредоточиться на внешних фактах. Да, пусть туризм и не способен сделать нас целостными, пусть наши фантазии о Другом и не основаны на реальности, но у туризма как индустрии точно есть положительные явления. Нам стоило бы путешествовать даже если бы у нас не было этой внутренней пропасти о которой говорит Лакан и экзистенциальные философы. В конце концов, туризм — это благо и источник колоссального дохода для людей, живущих в туристических направлениях. Все всегда рады, когда приезжают туристы. Правда же? Да?

Часть 3. Ловушка туризма

В субботу 6 июля 2024 года, всего несколько месяцев назад, на улицы Барселоны вышли тысячи демонстрантов. Они несли с собой антитуристические транспоранты с надписями вроде “массовый туризм убивает город” и “дорогой турист, помни балконинг — это весело”. Как выяснилось, балконинг — это испанский термин отсылающий к практике туристов прыгать в бассейн с балкона отеля или падать с высоты при попытке перелезть с одного балкона на другой. То есть надпись на плакате можно интерпретировать как пожелание туристу навернуться и получить травму. Демонстранты также стреляли в туристов из водяных пистолетов, еще один несомненный акт символической агрессии. В новостных заметках о протесте можно [увидеть](#) фотографии туристов неловко прячущихся и пьющих вино в ресторане на

фоне толп демонстрантов. И это не первый случай, когда Испанцы высказывают недовольство. И Испания не единственное место. Подобные протесты случаются в Вене, Амстердаме, Майорке, Гавайях, Греции, много где ещё с завидной регулярностью.

Что происходит? Почему все эти люди недовольны, или, лучше сказать, злы на туристов? Неужели им забыли объяснить экономические выгоды туризма для местной экономики?

Действительно, во многих странах туризм стал важной составляющей бюджета. Кое-где даже слишком важной. Например, в 2022 году туризм составил 7% ВВП Греции, 9% ВВП Португалии и целых 10% ВВП Фиджи. Если вам кажется, что это мало, то вам кажется. Это очень много.

При этом туризм, сам по себе создает рабочие места и возможности для местных. А интерес туристов к вашей стране и культуре может быть использован как капитал для продвижения своих интересов в международном сообществе. Доходы от туризма могут помочь с финансированием проектов по сохранению природного и культурного наследия, на что могло бы не быть денег в ином случае.

Это сравнение может сначала показаться натянутым, но туризм чем-то похож на нефть. Доходы от добычи углеводородов во многих странах являются важной составляющей бюджета, а кое-где даже определяющей. Нефтедобывающая промышленность создает рабочие места для местных. Нефть – важный для глобального мира ресурс, а значит с вами и вашими интересами так или иначе будут считаться. Доходы от добычи нефти могут помочь с финансированием проектов по сохранению природного и культурного наследия, на что могло бы не быть денег, если бы не залежи черного золота под вашей землёй.

Но это сравнение можно провести ещё дальше. Вы наверняка слышали про так называемое “ресурсное проклятие” или, иначе, “проклятие изобилия”. Это ситуация, когда страна, обладающая значительными природными богатствами, вроде нефти, оказывается менее развитой и более бедной, чем страна с меньшими запасами или вообще без них. Так может получаться из-за того, что страна, обладая легким источником доходов в виде нефти, пренебрегает развитием других секторов экономики, вследствие чего экономика страны становится крайне уязвима перед любыми изменениями на рынке углеводородов.

С туризмом может произойти нечто похожее. Небогатое государство, в попытках заработать начинает развивать туристический рынок. Привлекать туристов, строить отели и другую инфраструктуру, готовить специалистов для работы в сфере туризма. Со временем приходит успех, туристические потоки идут вместе с потоками валюты, но вместе с относительно легкими туристическими деньгами приходит кое-что ещё.

Страна-турнаправление никогда не сможет через туризм стать в один ряд с теми странами откуда эти самые туристы едут. Местные жители выбирают становится менеджерами отелей, хостес, рестораторами, администраторами платных пляжей, экскурсоводами, водителями и инструкторами по дайвингу, а не инженерами или

учеными. Заработанные на туризме деньги скорее будут инвестированы обратно в туризм, в строительство нового отеля, а не завода, фабрики, лаборатории или университета. И, при этом, любые колебания в количестве приезжающих может сильно ударить по экономике страны. Как вы помните из первой части, туризм — одна из самых подверженных негативным эффектам изменения климата индустрий. Что будет с отелями первой линии, когда они станут отелями нулевой линии из-за подъема уровня мирового океана?

К сожалению, это далеко не всё. Ниже я приведу [цитату](#) пользователя Reddit с ником Seruati, который под постом о влиянии туризма написал следующее:

Туризм разрушает места, в которые приходит. Иногда это происходит быстро, иногда медленно. Это культурный рак — паразит, который высасывает из мест и людей всё, что когда-то делало их ценными и уникальными.

Как только люди понимают, что другие готовы платить за то, чтобы приехать и испытать что-то особенное, оригинальная культура начинает необратимо меняться.

Места, которые принимают туристов, превращаются в дойных коров, которых постепенно выдаивают досуха. Помимо изменений, которые туристы приносят в местную жизнь одним своим присутствием, туризм также часто провоцирует бурное развитие и строительство — обычно в когда-то нетронутых местах и неестественно быстрыми темпами. Строятся отели и апартаменты для отдыха. Маленькие деревни заполняются машинами. Местных жителей вытесняют или они становятся зависимыми от туризма, чтобы выжить. Их дома выкупаются новыми владельцами, которые приезжают лишь на пару недель в год, а всё остальное время их недвижимость пустует. Многие живописные европейские деревни теперь имеют больше дорогих Airbnb, чем домов, где живут местные. Цены на еду и рестораны растут, потому что туристы могут себе это позволить, а местные — нет. Их вытесняют. Традиционные способы жизни забрасываются. Осел, который раньше пахал поле, теперь катает туристов по пляжу. Местные мастера теперь выпускают сувениры — магниты на холодильник и брелоки. Всё превращается в дешёвую карикатуру того, чем это было раньше.

Я всегда думаю, что туризм чем-то похож на прокладывание дорог через нетронутые джунгли, чтобы люди могли их «испытать», топча всё на своём пути и уничтожая их первоначальную ценность. И всё же многие верят, что получают «аутентичный» опыт, хотя на самом деле они просто идут конвейером по проторенному пути. В конечном итоге, «тренды» меняются и туристы уходят в другие места — но на самом деле дело не в трендах, а в том, что место стало настолько испорченным, что его больше нет смысла посещать. Слишкомлюдно, слишком коммерциализировано, слишком застроено. Местная культура и характер исчезли, и единственная

«культура», которую можно обнаружить, — это сам туризм, потерявший всякую привлекательность.

Может показаться, что Seruati слишком суров, но, как он пишет далее, он сам родом из маленькой живописной европейской деревни, откуда был вынужден уехать из-за туризма. Бесконечные потоки незнакомцев в количествах невозможных для небольшой деревни разрушили всё, что там было ценного.

Получается довольно мрачная неоколониальная картина. Жители бывших метрополий приезжают в бывшие колонии и везут с собой деньги. Эти деньги строят отели, лишая местных доступа к морю. Местные жители вынуждено продают свои дома и уезжают или становятся обслуживающим персоналом. А местная культура низводится до развлечения для приезжих. Та самая показная аутентичность из прошлой главы.

Возможно вы слышали о племени Каренов или Каянов в Таиланде. Женщины этого племени с раннего детства носят тяжелые кольца вокруг шеи, которые постепенно приводят к её удлинению. Вот он – тот самый Другой с большой буквы Д, подумает турист, тот самый обладатель **jouissance**, навестив которого я и сам, пусть ненадолго, смогу прикоснуться к этой прекрасной аутентичности. Вот только этот турист рискует найти не Другого с большой буквы Д, а столкнуться с самим собой. При чем с не самой лучшей версией себя.

При близком рассмотрении окажется, что женщины носят эти кольца с огромными рисками для здоровья, не говоря просто о неудобстве. И аргумент о том, что это традиционная культура, требующая сохранения, разбивается о факты эксплуатации этих женщин. Если Каренка или Каянка решит не носить кольца, её могут лишиться заработка. Если она будет жаловаться приезжим или пользоваться мобильным телефоном или делать еще что-то “современное”, то её могут наказать. Всё потому, что главное – это привлечение туристов и их денег. Нет колец – нет туристов. Нет туристов – нет дохода от продажи сувениров. Ничего нет. Поэтому аутентичная культура ношения колец, если она когда либо существовала, давно была замещена театром для туристов. И что ещё хуже, в данном случае театр больше напоминает зоопарк, но с женщинами вместо животных.

Так получается, что квест туриста по поиску Другого и его аутентичности приводит к столкновению с самим собой. С людьми желающими продать тебе побольше магнитов на холодильник и больше ничего.

Ну и что теперь, спросите вы, если туризм настолько разрушителен, то надо всем сидеть дома и никуда не ездить? Можно ли вообще посмотреть мир, не разрушив его?

Часть последняя. Посмотреть мир, не уничтожив его

Можно ли посмотреть мир, не уничтожив его? Знаете, этот вопрос мне напоминает физический опыт Юнга с пропусканием электрона через две щели. Электрон, вроде как частица, проходя через две щели создает интерференционную картину, как если

бы он был волной. Вы можете узнать, через какую ИМЕННО из двух щелей пролетел электрон, но тогда волновая функция схлопнется и электрон из волны превратится в частицу, а вместо интерференции вы увидите одну одинокую точку на экране.

Если из этого и можно сделать какой-то генерализованный вывод, то он будет звучать так: наблюдатель – это часть системы. Мы не отстраненный бестелесный зритель мира, который может удовлетворять своё любопытство никак не этот мир не влияя. Будучи телами в мире, где всё взаимосвязано со всем, наше присутствие так или иначе меняет окружающую среду. Это не хорошо, не плохо, просто факт, который нам стоит иметь в виду.

Мне очень понравилась метафора из предыдущей части, что туризм – это как прокладывание дороги через нетронутые джунгли, чтобы люди могли насладиться этой природной невинностью. Но это – несбыточная фантазия. Фантазия, мотивированная нашим отчуждением от себя и мира. Фантазия о существующей где-то аутентичности, которую можно найти и забрать с собой.

Если где-то в нетронутых джунглях и существует настоящая аутентичность, то она немедленно испаряется с первым километром проложенной дороги, с первыми бронированиями номеров первых построенных отелей, с первым прибывшим чартерным рейсом полным туристов.

Разрушительность массового туризма сейчас кажется достаточно самоочевидной. Планета просто не приспособлена к такому. Тренд на увеличение количества международных туристических прибытий, который продолжается с середины 20 века по настоящий день, лишь с коротким перерывом на пандемию, не может продолжаться бесконечно. Росту должен, рано или поздно, прийти конец. Вопрос лишь в том, что это будет за конец.

Внутри туристической индустрии есть множество течений, которые как-то пытаются справиться с нарастающим кризисом. Например, инициатива Sustainable Travel International, на сайте которой можно подписать [Tavel Pledge](#) (клятву? присягу?), что вы обязуетесь снижать углеродный след вашего путешествия, сохранять дикие места, которые посещаете и с уважением относиться к местным культурам.

Что это означает на практике может быть довольно сложно понять. На сайте есть такие примеры, что если вы: едите в местных ресторанах, то поддерживаете экономику местного сообщества; выключаете свет, тратите меньше воды на душ и избегаете одноразового пластика, то помогаете экономить местную воду и энергоресурсы; платите входные пошлины и турсборы, то помогаете сохранять природные заповедники; участвуете в мастер-классах по готовке, покупаете арт объект ручной работы или участвуете в местном традиционном фестивале, то так вы сохраняете местные обычаи и передаете в будущее традиционное искусство.

Вроде как хорошие примеры, но я думаю, что ничего из этого не поможет по-настоящему. Туризм не перестанет разрушать местные сообщества, если вы будете обедать в местных ресторанах (это каких кстати?). Точно так же туризм не перестанет превращать местную культуру в свою картонную копию от того, что вы поучаствуете в

местном фестивале. Может быть даже наоборот и ваше участие – это и есть та самая разрушительная сила.

Более действенным и более радикальным способом справиться с кризисом был бы, например, полный отказ от авиаперелетов с целью развлекательного туризма. И я не случайно говорю слово “отказ”, вместо слова “запрет”. Мы могли бы путешествовать на поездах и автобусах или даже автомобилях, всё это значительно экологичнее авиатранспорта. Мы могли бы путешествовать более локально, внутри страны или в ближайшее зарубежье, куда удобно добраться наземным способом. Кстати, на проверку оказывается, что практически никто из россиян особо не путешествовал по России и не знает, что там есть много всего невероятного.

Конечно, ничего из этого не произойдет. В современном капитализме такое просто невозможно помыслить. Экономическая система устроена таким образом, что подталкивает нас именно к разрушительному туризму, потому что за счет разрушения планеты формируется капитал. Если у вас всего неделя отпуска, вы не поедете несколько дней на поезде из Петербурга на Алтай. Вы полетите за несколько часов в Турцию. Только представьте, как изменились бы наши предпочтения, будь у нас не неделя-две, а пара месяцев в запасе?

Если бы мы правда могли лучше распоряжаться собственным временем, то многие из нас могли бы последовать примеру того самого профессионального путешественника Леонида Рагозина. Путешествуя по национальным паркам Кении и Танзании он обнаружил, что

в компании людей, собирающихся вечером в баре, я единственный настоящий турист. Остальные ... работали волонтерами в госпитале тропической медицины на озере Виктория, строили крышу для школы в Эфиопии, изучали хамелеонов в горах Усумбара, помогали ученым, изучающим горилл в Руанде и так далее. ... И тогда я подумал, что уже достаточно видел мир, и что пришло время отдавать ему полученный опыт. Поэтому я решил постараться больше никогда не путешествовать без важной и полноценной миссии.

Созидательный туризм – туризм с какой-то не эгоистичной целью, мог бы быть тем самым способом увидеть нетронутые джунгли, при этом не разрушив их. Но это потребует от нас совсем другого восприятия мира, нашего места в нём и последствий наших действий.

Так можно ли посмотреть мир, не уничтожив его? Да. Конечно можно. И мы обязательно к этому придём.