

RU

## Функции аксиологии сельского туризма (на материалах музея «Дом со львом»)

Туров Р. С.

**Аннотация.** Статья посвящена аксиологии применительно к её функционированию в аспекте такой культурной практики, как сельский туризм. Целью статьи является характеристика функций аксиологии применительно к сельскому туризму. Автором характеризуются подходы к определению функций и места аксиологии в системе философского знания, оценивается возможность её применения к явлению туризма. Научная новизна заключается в определении функционирования механизма, посредством которого туризм как деятельность и культурная практика оказывает влияние на бытование ценностей в обществе. Полученные результаты исследования показали социальную детерминированность данного механизма в контексте построения ценностных отношений, испытывающих на себе воздействие ряда факторов. Сформулированные положения применены к материалам о деятельности частного музея «Дом со львом», что отражает их достоверность.

EN

## Axiological Potential of Rural Tourism (by the Example of “Lion House” Museum)

Turov R. S.

**Abstract.** The study is conducted within the framework of tourism axiology. The paper aims to reveal axiological potential of rural tourism. The author presents a survey of the existing views on the place of axiology in the system of philosophical knowledge, evaluates the potential of axiological approach in tourism studies. Scientific originality of the research involves revealing mechanisms by which tourism as an activity and a cultural practice influences social values. The findings indicate that these socially determined mechanisms are associated with the process of developing value relations influenced by different factors. The conclusions are justified by the examples of “Lion House” museum activity.

### Введение

Актуальность обращения к проблематике ценностей и аксиологическому аспекту сельского туризма определяется рядом обстоятельств. Прежде всего, это специфическое понимание ценности, обусловленное как особенностями языка, так и спецификой понимания того или иного явления как ценного. Особенности функционирования сектора услуг на современном этапе развития экономики предполагают развитие туризма и, в частности, сельского туризма. В этих условиях преобразуется не только практика хозяйствования на сельских территориях, но и меняется сам подход к управлению локальной, сельской экономикой. Современные особенности формирования добавленной стоимости определяют значимость экономики впечатления, а значит – управления процессом создания такого впечатления. В этой связи, важной становится такая организация деятельности хозяйствующих субъектов в сфере туризма, которая позволяет эффективно управлять нематериальными активами и учитывать воздействие иных специфических факторов в процессе реализации туристского продукта и создания добавленной стоимости. Эта потребность представляется в особенной степени актуальной, когда речь заходит о развитии сельского туризма в современных российских условиях, где сфера аграрного производства по умолчанию считается предельно материальной. Для села настало время определить возможности для дальнейшего развития, встраивания в цепочки создания стоимости и определения новых возможностей развития территорий. Полагаем, что возможности философии как учения о всеобщих закономерностях в части управления такими процессами имеют определенный и доказанный потенциал, так как сфера абстрактного и нематериального может быть адекватно описана именно с помощью философского инструментария.

Одно из возможных направлений анализа какого-либо явления, осуществляемого в рамках философии, – это подход к такому явлению с позиции ценности. Аксиология, входящая в состав философии, в качестве своего предмета имеет бытование идеальных ценностей во всем богатстве их взаимосвязей, в том числе, с материальным миром, и потому обращение к ней может быть плодотворно в аспекте понимания ценностей применительно к такому явлению, как сельский туризм, напрямую связанному с «экономикой впечатлений» и презентацией неких ценностей как востребованных со стороны потребителя-туриста. В этой связи можно вести речь об аксиологии туризма как отдельном направлении изучения проблем туризма как многоаспектного социального явления. Гипотетически мы также предполагаем наличие специфики аксиологического подхода применительно к сельскому туризму, так как этот вид туризма связан со специфическими ценностями (в частности, ценность природы и сельских традиций) и аутентичным туристским опытом (Туров, 2020).

Задачи исследования:

- кратко охарактеризовать подходы к аксиологии в системе философского знания, её положение на современном этапе и применимость к исследованию туризма как социального явления;
- определить механизм, посредством которого туризм как деятельность и культурная практика оказывает влияние на бытование ценностей в обществе;
- на примере культурного артефакта сельской культуры «Дом со львом» показать, каким образом туризм может оказывать влияние на систему ценностей в обществе и как проявляются функции аксиологии во взаимосвязи с туризмом.

Объект и предмет. Объектом выступает понятие аксиологии применительно к туризму, предметом являются характеристики механизма воздействия туризма как культурной практики на систему ценностей общества.

Материалы и методы. Сельский туризм в целом, как и туризм в частности, рассматривается современными исследователями с позиций ценности – этот подход относительно распространён в специальных исследованиях. Нами показано, что эта ценность (в частности, ценность природы) зачастую может не идентифицироваться проживающими в сельской местности людьми и потому не воспринимается последними как некий ресурс создания ценности в экономическом смысле добавленной стоимости туристского продукта (см. об этом в (Туров, 2018)). Вместе с тем, ценность в туризме может выходить за рамки чисто экономического подхода. Для определения такого понимания целесообразно обратиться к профильным исследованиям, затрагивающим аксиологические аспекты туризма, выделить специфику такого подхода, а также сформулировать применение метода аксиологии применительно к конкретному явлению сельского туризма (музей народной монументальной живописи «Дом со львом»).

## Основная часть

Аксиология в системе философского знания занимает определенное место, связанное с понятием ценности (конечный результат рефлексии) и оценки (процесс таковой рефлексии). Представляется, что место аксиологии в системе философского знания менялось, испытывая на себе смены научных парадигм. Историю становления этой философской дисциплины Г. П. Выжлецов (2010) связывает с тем статусом, которые оценочные суждения имели до И. Канта, они характеризуются как проявления сферы непознаваемого, «смутных» форм познания, а понятие ценности было сведено до экономической полезности. Канту удалось переломить это положение за счет признания общности ценности для всех сфер знания, а позднее, в рамках неокантианства, усилиями философов Р. Г. Лотце, П. Лапи, Э. Гартмана ценность была легитимирована как общефилософская категория; аксиология же заняла прочное место как самостоятельный раздел философии, позднее став объединяющим началом для онтологии и гносеологии как таковых, как способа познания окружающей действительности, что особенно важно на неклассическом этапе развития науки (хотя сам исследователь делает здесь ремарку, что его следовало бы назвать постнеклассическим). Можно сказать, что аксиология как самостоятельная часть философии – одно из самых молодых направлений, несмотря на то, что вопросы ценности всегда в той или иной степени затрагивались философами. Эту мысль проводит в своей работе В. К. Шохин (2006), указывая важность разграничения понятий «ценность» и «благо» в том смысле, что ценность всегда персонально ориентирована, именно уникальность каких-либо жизненных моментов формирует ценность отдельной человеческой жизни. Полагаем, что самостоятельность категории ценности была обнаружена философами как реакция на распространение сциентистского подхода в конце XIX в., в том числе в ходе поиска ответов на вопросы о смысле индивидуального человеческого существования и объяснения работы механизмов социальных отношений. «Неклассическое мышление», утвердившееся с середины XX в., упоминается также в труде М. С. Кагана (1997) об аксиологии. Автор полагает, что современный метод аксиологии должен синтезировать в себе классический и неклассический подходы. В фокусе внимания философа находится ценностное отношение, формирующееся у субъекта за счет как эмоционального компонента (отнесение к ценности), так и за счет рационализации (осмысления) ценности как объекта. В этом подходе категория ценностного отношения как некоего механизма формирования ценности, на наш взгляд, представляет реализацию высказанной выше идеи об объединении гносеологии и онтологии через ценность.

Субъект-объектный подход к пониманию ценности также разделяют Л. Н. Харченко и О. В. Березовская, подразумевая «двойную природу ценности»: человек всегда воспитывается в некой системе ценностей, осваивает её, а затем привносит в нее изменения, руководствуясь собственными представлениями (2013). В данном

контексте справедливо будет говорить о диалектической и системной природе бытования ценности: ценности всегда образуют некую систему (ценности как взаимосвязанные и взаимодействующие элементы-объекты), она обладает подвижностью за счет того, что субъекты усваивают ценности, а затем воздействуют на эти объекты, видоизменяя их. Оказание воздействия, на наш взгляд, становится возможным ввиду накопления противоречий, обусловленных опытом воздействия субъекта с системой ценностей: чем более богат такой опыт, тем больше вероятность, что субъект выстроит более разнообразные ценностные отношения. Поэтому некорректно говорить об «утрате ценностей» как конце культуры: меняется лишь ценностное отношение в социальных процессах. Здесь мы солидаризируемся с В. В. Котляровой (2015), которая полагает, что с позиции синергетического подхода ценность можно понимать следующим образом: «...открытая, динамическая система с обратной связью, каждое новое состояние которой возникает из предыдущего, подвергнутого воздействию возмущений, нарушающих его равновесие. К таким воздействиям относятся, с одной стороны, новые ценности, не укладывающиеся в рамки традиционных представлений, а с другой стороны, изменения в состоянии общественной мысли к моменту возникновения кризисной ситуации» (с. 39). Здесь важно понимать два момента: первый состоит в том, что ценность сама по себе уже представляет систему, хотя это и не мешает существовать множеству ценностей, которые сами, в свою очередь, формируют более сложные системные образования за счет взаимосвязей друг с другом. Второй момент заключается в обозначении роли общественной мысли в процессе воздействия на ценности. Мы полагаем, что следует включить сюда не только общественную мысль, но и все общественные и исторические отношения, их участников и сложившиеся взаимосвязи, институты.

Введение системы ценностей в контекст социальных и исторических процессов важно, так как аксиология проявляет себя именно в общественных взаимодействиях. На творческий характер аксиологии указывает В. В. Ильин (2005), определяя следующие её функции в общественно-историческом процессе:

- аналитическая: выявление предпосылок и универсалий как условий возможности опыта теоретического и практического;
- рефлексивная: определение скрытых процессов и предположений, которые определяют реализацию самой общественно-исторической деятельности в конкретных её формах;
- критическая функция: выявление негативного опыта, догм, ошибок и суеверий, нестандартное прочтение каких-либо проявлений общественного процесса;
- социальная функция: объединение и гармонизация деятельности индивидов;
- регулятивная функция: аксиология предполагает понимание общества как некоего аксиологического фильтра, способствующего интериоризации индивида в систему общественного взаимодействия;
- гуманистическая функция, которая понимается как сверхзадача и поиск ответа на вопрос: «каким надо быть, чтобы быть человеком?».

Представленный перечень наводит на мысль не только о высоком объяснительном, но и регулятивном потенциале аксиологии, так как выработанные в ходе рефлексии воззрения могут быть приняты социумом или коллективом индивидов, иначе говоря – возникает возможность построения ценностного отношения и системы ценностей, которые будут значимы не для чьего-то индивидуального опыта взаимодействия и жизни в этой системе, но также и возможности изменения этих отношений и превращения их в реально действующий регулятор человеческого поведения. Разнообразие же общественных отношений предполагает разнообразие сфер, в которых может проявлять свои функции аксиология. Одной из таких сфер выступает туризм как совокупность сложных общественных отношений. Рассмотрим далее, как категория ценности проявляется в исследованиях, непосредственно связанных с туризмом.

Интересной в этом плане представляется концепция А. Н. Ивановой (2018). Исследователь полагает, что путешественник (“*homo vians*” в терминах автора) является своеобразным посредником между миром оседлости и миром кочевья в условиях, когда путешествия наряду с образованием вытесняют накопления материальных благ. Автор считает необходимым рассматривать путешествия не только с точки зрения перемещения в пространстве, но и метафизического духовного пути (внутренние путешествия), который проходит путешественник, и предлагает модель личности путешественника: в частности, в состав личности входит область мировоззрения, куда включается определенный набор ценностей. Этот набор включает в себя ценности новизны, самотречения, перемен, дома. Путешествие является способом трансформации ценностных систем самого путешественника и общества, с которым путешественник взаимодействует через «продукт путешествия», создание которого отражает острую потребность зафиксировать ту самую новизну. К продукту исследователем относится широкий спектр произведений (тексты, изображения, коллекции и т.д.), которые не только удовлетворяют потребность самого путешественника в фиксации новизны, но и потребность людей в новизне как таковой и выходе за границы своего существования. Такие признаки, как востребованность обществом, способность отвечать на метафизические запросы и потенциал влияния на сознание, оцениваются автором как обязательные при определении продукта путешествия. В целом, соглашаясь с таким подходом, заметим, что определение потенциала влияния продукта путешествия на коллективное сознание и, тем более, бессознательное носит вероятностный характер: как путешественник, так и сторонний наблюдатель могут лишь предполагать, какова возможность реализации этого потенциала, каковы направления возможных изменений, им вызванных. В недетерминированном мире, особенно в сфере ценностей, любой продукт может непредсказуемо повлиять на ценностную систему общества. Также следует отметить, что посредством знакомства с продуктом о путешествии как результата рефлексии опыта путешествия, социум получает возможность использовать его

как материал для исследования самого себя: лучше узнать о ценностях Другого, где в роли этого Другого может выступать сам путешественник, демонстрирующий иной взгляд на привычные явления.

Примером, доказывающим справедливость этого дополнения, может служить история памятника культурного наследия «Дом со львом» (село Поповка Хвалынского района Саратовской области), когда по итогам этнографической экспедиции СГУ в 2009 году был обнаружен крестьянский дом с уникальными красочными росписями, получивший затем известность на всю страну. В его реставрации участвовали волонтеры, проект выиграл президентский грант ([http://vk.com/lion\\_house](http://vk.com/lion_house)). В 2019 году он был открыт как частный музей, а в настоящее время рядом с ним построен культурный центр и развивается общественное пространство (<https://progrus.ru/posters/konkurs-dlya-molodyh-arhitektorov-dvov-so-lvom/>). Как представляется, эта история показывает важность таких ценностей, как дом и красота, которые не чужды никому, вне зависимости от социального происхождения и места проживания. «Дом со львом» – это значимая аттракция внутреннего туризма, и, как представляется, подлинный образец ар брют, искусства, которое ценно само по себе, а не сделано для рынка с целью продажи. Отчет об этнографической экспедиции в саратовскую деревню стал продуктом путешествия, который не только смог обратить внимание общества на проблему сохранения вновь обнаруженных памятников архитектуры как ценности культурного наследия, но и «спровоцировал» новые путешествия в сельскую местность Саратовской области (и отчёты о таких путешествиях, которые вызвали реакцию по типу «снежный ком», привлекая всё больше внимания к выявленному артефакту), способствуя развитию местной экономики. Тем самым доказывается действенность механизма «продукта о путешествии» в ключе его воздействия на общественное сознание и бессознательное.

История обнаружения, реставрации и дальнейшей деятельности «Дома со львом» как культурного артефакта наглядно демонстрирует как аксиология, ставящая своим предметом ценностное отношение, функционирует в обществе. Аналитическая функция аксиологии задаёт предпосылки изучения сельской культуры как основы, содержащей в себе некое ценностное начало, что сделало возможным экспедицию как таковую. Рефлексивная функция аксиологии направлена на выявление и предположение о существовании артефакта, свидетельствующего о ценности дома и украшения повседневного быта, что привело к обнаружению такого артефакта (дома с росписью) и фиксации этого факта в отчёте. Критическая функция аксиологии проявляется в констатации неудовлетворительного состояния дома и перспектив его дальнейшего разрушения, утраты артефакта, дающего представление о ценности. Социальная функция аксиологии проявилась в повышении интереса общества к проблеме сохранения ценности: чтобы сохранить роспись, дом был выкуплен, в его восстановлении участвовали волонтеры, финансирование проекта осуществлялось из различных источников по всей стране, освещалось как региональными, так и федеральными средствами массовой информации. Проявление регулятивной функции наблюдается в процессе реставрации, когда старые, но пригодные элементы здания сохраняются наряду с новыми, формируется определенный стандарт реставрации, отражающий представление об аутентичности объекта культурного наследия. Наконец, это важное проявление гуманистической функции аксиологии: выявленный артефакт отражает ценность индивидуального опыта предков, их осмысления религиозной символики и стремления украсить своё жилище, что способствует обнаружению связи с предыдущими поколениями. Путешествие в сельскую глубинку становится, таким образом, и путешествием во времени, где путешественник имеет возможность найти нечто общее с предыдущими поколениями и отразить это в продукте путешествия, потенциально воздействуя на ценностную систему общества.

## Заключение

1. Аксиология как дисциплина в составе философского знания с методологической точки зрения приемлема при рассмотрении такого социального явления, как туризм, в силу следующих обстоятельств: во-первых, в современном своем понимании она предполагает обеспечение связи гносеологии и онтологии через ценность как категорию, во-вторых, диалектичность субъект-объектного подхода к аксиологии позволяет выстроить систему ценностных отношений, что предполагает задействование как рационального, так и чувственного компонента, в-третьих, аксиология в своем функционировании неразрывно связана с социальными процессами, а также выработкой путей регуляции этих процессов, в-четвертых, современное понимание механизма формирования ценности связывается с особенностями индивидуального человеческого опыта, определяющего неповторимость и уникальность каждой жизни, что и составляет высшую ценность.

2. Туризм не только как культурная, но и как трансцендентальная практика воздействует на ценностные системы общества через продукт путешествия, который обладает двоякой природой: с одной стороны, он реализует потребность путешественника в сохранении новизны, постулируемой как ценность, с другой стороны, он является ответом на запрос со стороны общества в этой новизне и может выступать способом самопознания общества.

3. Аксиология и сельский туризм диалектически взаимосвязаны через артефакты, свидетельствующие о ценности сельской культуры: без аналитической и рефлексивной функции аксиологии невозможно обнаружение артефактов, отражающих ценности сельской культуры, через организацию сохранения артефактов проявляются критическая и регулятивная функции, посредством туризма также реализуются социальная и гуманистическая функции аксиологии. Сельский туризм, таким образом, воздействует на ценностную систему общества, актуализируя те или иные ценности в общественном сознании.

**Источники | References**

1. Выжлецов Г. П. Аксиология в системе философского знания // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2010. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. № 4.
2. Иванова А. Н. Homo Vians. Путешествия как потребность в самотрансценденции: автореф. дисс. ... к. филос. н. Томск, 2018.
3. Ильин В. В. Аксиология. М.: Изд-во МГУ. 2005.
4. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997.
5. Котлярова В. В. Парадигмы аксиологического познания: философско-методологический анализ: автореф. дисс. ... д. филос. н. Ростов-на-Дону, 2015.
6. Туров Р. С. Особенности понимания аутентичности в сельском туризме // Вестник Академии права и управления. 2020. № 3 (60).
7. Туров Р. С. Проблематика оценки потенциала сельского туризма // Манускрипт. 2018. № 11 (97). Ч. 2.
8. Харченко Л. Н., Березовская О. В. Понятие «ценность» в отечественной научной литературе: к постановке проблемы // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. № 5 (76).
9. Шохин В. К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль. М.: Изд-во Российского ун-та дружбы народов, 2006.

**Информация об авторах | Author information****Туров Ростислав Сергеевич**<sup>1</sup>, к. филос. н.<sup>1</sup> Государственный аграрный университет Северного Зауралья, г. Тюмень**Turov Rostislav Sergeevich**<sup>1</sup>, PhD<sup>1</sup> Northern Trans-Ural State Agricultural University, Tyumen<sup>1</sup> [turov.rostislav@yandex.ru](mailto:turov.rostislav@yandex.ru)**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 12.09.2021; опубликовано (published): 29.10.2021.

**Ключевые слова (keywords):** сельский туризм; ценность; музей; синергетика; rural tourism; value; museum; synergy.