

Паломничество и религиозный туризм в информационном обществе

Статья рекомендована И.Ю. Алексеевой 15.02.2018.



ФЕДОРОВА Марина Владимировна

Кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии и теории социальной коммуникации ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова», Нижний Новгород

Аннотация

В статье рассматривается состояние паломнической традиции и религиозного туризма в информационном обществе. Формируемый в новых цивилизационных условиях новый тип религиозности деформирует паломническую традицию, включает ее в сферу туристской индустрии. Помимо изменения статуса паломничества в информационном обществе, оформляются и новые виды религиозного туризма. В данной статье предлагается анализ одного из них, который мы предлагаем называть «религиозно-симуляционный туризм».

Ключевые слова:

информационное общество, новая религиозность, паломничество, религиозный туризм, светское паломничество, эзотерический туризм, религиозно-эзотерический туризм.

С современным обществом под влиянием таких взаимообуславливающих факторов, как глобализация, массовая культура, становление информационно-коммуникативного пространства, наблюдаются сложные эволюционные процессы в различных социальных институтах, меняются ценности и нормы, деформируются традиции. Этот процесс деформации показателен на примере традиционной религиозности [1, с. 102–104], религиозных ценностей и ритуальных практик (таких как, например, паломничество).

В рамках данной статьи мы определяем паломничество как уникальный феномен, присутствующий практически в каждой религиозной традиции и влияющий на религиозное сознание и религиозное поведение верующих определённой конфессии. При этом необходимо учитывать, что паломничество выступает не только символом путешествия по неким внешним географическим, пространственным точкам, но и символом интеллектуального, духовного развития, некоего внутреннего «перемещения», возможно даже не связанного с религией. В качестве примера можно вспомнить множество философских и художественных книг: «Паломничество к ненасилию» М. Л. Кинга, «Паломничество в Страну Востока» Г. Гессе или «Паломничество Чайльд-Гарольда» Дж. Байрона и т.д.

В то же время пространственное перемещение помогает раскрыть духовную сущность паломнической традиции. Путь к цели и сама цель: географическая точка — все наполнено сакральным смыслом, является проявлением священной реальности. Такое проявление священной реальности М. Элиаде называет иерофанией. Иерофаниями, по М. Элиаде, выступают не только мифологические образы, но и определённые природные объекты (горы Синай, Фавор и т.д.), архитектурные постройки, культовые сооружения (храмы, скинии, алтари), а также многое другое, что становится центрами паломнической традиции. Для верующего («homo religiosus», в трактовке М. Элиаде) пространство неоднородно: одни части пространства воспринимаются как сакральные, то есть

как некие локальные иерофании (проявления Священного), другие части воспринимаются как аморфные, лишенные святости [2, с. 22–46].

Концепция священного пространства М. Элиаде стала одним из идейных источников такого направления геокультурологии, как сакральная география, феноменология пространства. Понимание того, что географическое пространство взаимосвязано с различными религиозными, культурно-философскими и социально-политическими идеями нашло отражение в отечественной и зарубежной научной мысли [3;4;5 и др.]. Так, автор концепции географических образов Д. Н. Замятин выделяет физический и метафизический пласт всякого путешествия (которые с особой очевидностью проявляются в паломничестве). «Если в чисто семиотическом срезе совместить понятие внешнего с профанным, а понятие внутреннего — с сакральным, то онтологическая роль настоящего путешествия заключается в переводе, «перетаскивании», перекидывании внешнего «профанного» пути в сферу внутреннего, «сакрального» шествия [6, с. 23]. При этом, автор отмечает и возможность «обратного» процесса: десакрализации путешествия, паломничества, возникающей вследствие фиксации путешественника на внешних признаках, подробного описания «собранный местной статистики, зарисовках и эскизах» [6, с. 24].

В различных религиозных культурах паломничество, осуществляемое в «сакральном» хронотопе, представляет собой четко разработанный ритуал, включающий некую целеполагающую установку (общение с Богом через почитание святынь), ценностно-нормативное содержание, а также способ выражения («комплекс символических языков и устойчивую композицию») [7, с. 5–8]. Несмотря на выделение единых типовых черт, характерных для паломничества разных религиозных культур, все-таки необходимо отметить, что православное паломничество имеет особый смысл, так как рассматривается в контексте феномена странничества (наряду с юродством и монашеством). Таким образом, странничество — это вид духовного подвига, «самобытная форма русского мессианства», апеллирующая к идее «пророческой скитальческой Руси» [8, с. 5–7].

В современном православии паломничество выполняет ряд важных функций [9, с. 8]: духовно-просветительскую, образовательную, социальную, функции благотворительной и миссионерской деятельности.

Однако Русская Православная церковь (так же, как и другие традиционные конфессии) сейчас оказывается в крайне непростой ситуации адаптации к условиям информационного общества. Как справедливо отмечает Л. В. Баева, информационное общество порождает новые экзистенциальные риски, связанные с трансформацией традиционной культуры и их «многовековых нравственных императивов» [10, с. 26]. Например, экзистенциальные проблемы личности (смерть, свобода/несвобода и т.д.), решаемые раньше в контексте традиционной религиозности, переносятся в новую форму бытия: виртуальную и т.д.

Традиционным религиям приходится приспосабливаться к вызовам информационного общества: еще в 2004 году патриарх Алексий II (Ридигер) выступил на Архиерейском соборе, где озвучил намерение разработать единую информационную политику Церкви. В ходе реализации этого намерения был создан сайт РПЦ, организован Синодальный информационный отдел (впоследствии преобразованный в Синодальный отдел Московского патриархата по взаимоотношениям Церкви и общества), разработан «Стандарт присутствия

епархий Русской Православной Церкви в Интернете», а также РПЦ активно начала осваивать различные информационные каналы, включая канал YouTube и т.д.

На наш взгляд, основным препятствием, затрудняющим деятельность РПЦ и ряда других традиционных конфессий в информационном пространстве, является коренная несовместимость ценностных установок Церкви и основной парадигмы информационного развития. Информационное общество строится на приоритете знания, признания его главной ценностью, собственно, поэтому и возникает попытка осмыслить современный этап развития информационного общества, как «общества знания» [11, с. 7–8]. В то время, как для традиционных конфессий главной ценностью была и остаётся вера. Можно много рассуждать о диалектике веры и знания (особенно в концептуальном пространстве философской мысли), но одно очевидно — идея капитализации знаний, приоритетная для современного социума, чужда православному миропониманию. Следующее препятствие коренится в установке на плюрализм, формируемой в современном обществе. Данная установка с вытекающим из нее требованием толерантности, подразумевает признание относительности религиозных истин, что, в принципе, для любой (прежде всего, авраамической) религии не приемлемо. Поэтому параллельно с традиционной в информационном обществе начинает формироваться новый тип религиозности.

Новая религиозность характеризуется рядом специфических черт, среди которых стоит выделить такие, как деинституциализацию и индивидуализацию религии, приводящую к оформлению феномена внецерковной религиозности (Т. Лукман характеризовал данное явление как «приватизация религии»). Религиозная идентичность, формируемая в современном обществе, отличается синкретизмом, эклектикой, плюрализмом, склонностью к свободному конструированию и активному мифотворчеству. Собственно, новая религиозность базируется на мифах и идейных конструктах современной массовой культуры. При этом наблюдается рост интереса к религии: и не только к ее традиционным формам, но и к новым религиозным (или религиоподобным) явлениям, что дало повод охарактеризовать современное общество как постсекулярное. Эпоха постсекулярности характеризуется тем, что «в каком-то смысле, все может быть религией» [12, с. 105].

Новая религиозность информационного общества строится на смещение границ мирского и сакрального: часто то, что считалось обыденным, может сакрализироваться, а то, что почиталось как святое, десакрализуется. Этот процесс в определенной степени затрагивает и паломническую традицию.

В современном мире десакрализация паломничества может возникать не только вследствие субъективных причин: как в том случае, когда паломник излишне сосредотачивается («фиксируется», словами Д. Н. Замятина) на внешних признаках пути или теряет мотивацию совершения паломнического подвига. Десакрализация странническо-паломнической традиции в информационном обществе обуславливается, прежде всего, объективными глобальными причинами, одной из которых становится оформление нового типа пространства — виртуального. Разумеется, понятие виртуального пространства гораздо шире, чем представление о продукции электронных технологий: оно часто применяется в общем к пластическим искусствам. Однако в рамках данной статьи мы сосредотачиваемся на понимании виртуального пространства именно как модели

искусственной электронной реальности, в границах которой осуществляется качественно новый вид пространственного перемещения. Так, можно посетить различные религиозные центры, не выходя из дома: разработаны виртуальные экскурсии по храмам, соборам, мечетям (например, по собору св. Петра в Риме, мечетям Стамбула и др.), сняты фильмы о всех главных святынях мировых религий с подробным описанием паломнического ритуала.

Другой объективной причиной десакрализации паломничества стал факт изменения его статуса. Современное глобальное общество немислимо без путешествия. Высокая мобильность современного человека — это требование новых цивилизационных условий, что наглядно отразилось в становлении феномена туризма. Высокая популярность туризма в современном информационном обществе объясняется тем, что сам туризм представляет собой «информационно насыщенную деятельность, почти полностью зависящую от изображений, описаний, средств коммуникаций и передачи информации» [13, с. 287–292], а туристическая индустрия, таким образом, производит не просто один из продуктов сферы услуг, а особый тип социальной реальности, глубоко интегрированной с виртуальной реальностью [14, с. 60–64].

В современном обществе паломничество рассматривается в рамках религиозного туризма, как один из видов этого направления туристкой деятельности наряду с экскурсионным туризмом религиозной тематики. Подобное уравнивание паломничества, имеющего глубокий духовный смысл, с обычным туристским продуктом полностью меняет восприятие паломнической традиции современным человеком. Исследователи отмечают [15, с. 150; 16, с. 7–8], что «религиозный смысл паломничества как поклонения святыням оказался в наше время серьезно «размыт» и почти вытеснен «туристическими интерпретациями» путешествия к святыням с культурно-познавательными и эстетическими целями».

Некоторые специалисты (М. В. Силантьева, С. Ю. Житенев и др.) категорически разводят и даже противопоставляют эти два вида: религиозный туризм и религиозное паломничество. Так, для М. В. Силантьевой основанием такого разделения становится наличие вертикального перемещения (трансценденции), обращения к Богу, дополняющего горизонтальное, пространственное перемещение в паломничестве [15, с. 154].

Здесь необходимо отметить, что попытка провести такую четкую демаркационную линию крайне сложна, потому что помимо паломничества и познавательного туризма религиозной направленности появляется огромное количество промежуточных видов, существование которых определяется спецификой новой религиозности. Так, исследователи выделяют «светское паломничество» [7, с. 18–22, 15, с. 157; 16, с. 50–77], которое основывается на светских ритуалах, имеющих общественно-культурное, политическое значение, а также значение для различных субкультур (молодёжных, профессиональных и т.д.). Однако помимо «светского паломничества» в настоящий момент оформляется и активно развивается еще один вид туристкой деятельности, определяемый новым типом религиозного сознания.

Отличительной особенностью нового вида религиозного туризма становится интерес индивида к нетрадиционной (неорганичной) для его культуры религии. При этом очевидно, что под понятие «нетрадиционные/неорганичные»

религии здесь попадают не только новые религиозные движения или секты: но и различные древние религиозные культуры, которые воспринимаются как экзотика. В условиях постсекулярной религиозности наблюдается не просто стремление познакомиться с посторонней религией, но претензия на приобретение к ней через посещение святых, культовых мест и совершение ритуальных практик.

Широкое, но поверхностное знакомство с различными религиозными культурами с помощью средств массовой информации и коммуникации, произведений массовой культуры и вояжей в экзотические страны привело к трансформации религиозных потребностей. Религиозные представления современного человека не обладают целостностью и системностью, зачастую, как мы уже отмечали, они строятся на активном мифотворчестве. Современные люди, писал М. Элиаде, «завалены ворохом магико-религиозных представлений, искаженных до карикатурного состояния, а потому и плохо узнаваемых...» [2, с. 128].

В основном в рамках нового вида туризма продвигаются поездки с целью освоения различных духовных практик (например, цигун, йоги, разнообразных медитаций, шаманских техник и т.д.), а также посещения так называемых «мест силы» (особых зон, «влияющих на энергетику живых существ»). Главная цель совершения таких поездок – получение психотерапевтического эффекта или, словами Т. Т. Христовой, «помочь человеку в решении его проблем, а также в его духовном и нравственном самосовершенствовании, познании своей внутренней духовной природы» и, как итог, решение проблем со здоровьем, потому что «болезни являются следствием нарушения гармонии энергий человека и Вселенной» [17, с. 12–13]. Таким образом, мы видим, что в новом виде религиозного туризма основной акцент делается не только на религиозную составляющую, но и на получение лечебного эффекта (что объясняется приоритетом витальных ценностей в современном обществе). Это сближает данный вид религиозного туризма с лечебно-оздоровительным и спортивным туризмом. Но также именно данный вид туризма становится опасным фактором дискредитации традиционных культов. В качестве примеров можно вспомнить организацию йога-туров на Соловках [18] и т.п.

Нам представляется неправомерным, как это делает, например, Т. Т. Христов (а за ним и некоторые другие исследователи), полагать описываемый здесь новый вид туристской деятельности разновидностью паломничества и называть его «духовно-паломническим» [17, с. 12]. На наш взгляд, в этих поездках зачастую наблюдается лишь поверхностное знакомство с религиозной традицией современных любителей экзотики. Существует еще одно название для этого вида туризма, активно используемое компаниями, организующими подобный отдых – «эзотерический туризм». Данное название также не отражает сути изучаемого явления (ведь, эзотеризм – это учение, позволяющие судить об истине только посвященным), поскольку данный вид туризма носит массовый характер.

Изучая данный феномен, мы уже предлагали название «религиозно-симуляционный туризм» [19, с. 112–116]. Надо отметить, что данное понятие также не лишено недостатков, характерных, впрочем, для всех феноменов религиозной жизни. И его введение может повлечь за собой критику, основанную на неопределенности дефиниций «религиозный» и «симуляционный». Однако есть

и некоторые преимущества в использования данного понятия: во-первых, оно позволяет полностью дистанцироваться от понятия паломничества; во-вторых, становится возможным классифицировать значительную часть поездок с псевдорелигиозными, эзотерическими и даже деловыми целями. Так, к этой категории туризма можно отнести и путешествия представителей восточных культур в традиционные христианские паломнические центры, и некоторые мероприятия молодёжных субкультур («хиппи-турне», фестивали ролевиков), и даже некоторые выездные семинары компаний, занимающихся сетевым маркетингом и т.д.

Таким образом, мы видим, что в условиях современного общества и порождаемой им новой религиозности формируются качественно новые виды религиозных путешествий («светское паломничество», «религиозно-симуляционный туризм»), которые могут свободно трансформироваться и сращиваться друг с другом.

ЛИТЕРАТУРА

1. БАРАННИКОВ В. П., МАТРОНИНА Л. Ф. **Динамика религиозности в информационном обществе** // Социологические исследования. 2004. № 9. С. 102–107.
2. ЭЛИАДЕ М. **Священное и мирское**. М.: Изд-во МГУ, 1994. 144 с.
3. ЗАМЯТИН Д. Н. **Феноменология географических образов** // Социологические исследования. 2001. № 8. С. 12–21.
4. ПОДРОГА В. А. **Выражение и смысл. Ландшафтные миры философии: Сёрен Киркегор Фридрих Ницше Мартин Хайдеггер Марсель Пруст Франц Кафка**. М.: Ad Marginem, 1995. 427 с.
5. ФУКО М. **Другие пространства** // Фуко М. Интеллектуалы и власть. Избранные политические статьи, выступления и интервью. Ч. 3. М.: Праксис, 2006. С. 191–205.
6. ЗАМЯТИН Д. Н. **Пространство и движение** // Социологические исследования. 2014. № 4. С. 20–29.
7. КАЛУЖНИКОВА Е. А. **Паломничество как ритуал: сущность и культурно-исторические типы**: Автореф. дис. ... канд. культур. наук. Екатеринбург, 2007. 24 с.
8. БУРХАНОВ Р. А. **Странничество на Руси: философско-антропологические и социально-культурные смыслы** // Вестник Нижневартского государственного университета. 2012. № 3. С. 3–10.
9. ЗИМИН А. (ПРОТОИЕРЕЙ) **Значение православного паломничества в жизни Церкви** // Уфимские епархиальные ведомости. 2008. № 5. С. 7–8.
10. БАЕВА Л. В. **Экзистенциальные риски информационной эпохи** // Информационное общество. 2013. № 3. С. 18–26.
11. **К обществам знания. Всемирный доклад ЮНЕСКО**. Париж: UNESCO, 2005. 239 с.
12. КЫРЛЕЖЕВ А. **Постсекулярное: краткая интерпретация** // Логос. 2003. № 3. С. 100–106.
13. ДРЯГАЛОВ В. С., ТОПЧИЕВ М. С. **Влияние информационного общества на развитие туризма** // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2013. № 3. С. 2817–292.
14. ДУСЕНКО С. В. **Социальное пространство туризма в информационном обществе** // Информационное общество. 2014. № 4. С. 60–64.
15. СИЛАНТЬЕВА М. В. **Духовный смысл православного паломничества в эпоху глобализации** // Паломничество и религиозный туризм: многообразие интерпретаций. Сборник научных статей. – Владимир: Издательство ВлГУ, 2012. С. 150–173.
16. ЖИТЕНЕВ С. Ю. **Религиозное паломничество: межкультурные коммуникации и цивилизационный контекст**. Автореф. дис. ... канд. культур. н. М., 2011. 24 с.
17. ХРИСТОВ Т. Т. **Религиозный туризм**. М.: Академия, 2008. 288 с.
18. СТОЛЯРОВ В. **Соловецкое наследие и «эзотерический туризм»**. [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-vestnik.ru/analytics/solovetskoe_nasledie_i_3020/?m=print (дата обращения 12.07.2016)
19. ФЕДОРОВА М. В. **Религиозный туризм в современном глобальном мире** // Успехи современной науки. 2017. № 3. Т. 8. С. 112–116.