

УДК 141.1 (379.851)

ПРИНЦИП «ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО КРУГА» И УЧЕНИЕ Х.-Г. ГАДАМЕРА О «ПРЕД-РАССУДКАХ» КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

А. В. Метелев, А. Г. Редькин

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

PRINCIPLE OF "HERMENEUTIC CIRCLE" AND HANS-GEORG GADAMER'S LEARNING ABOUT "PRE-JUDICE" AS METHODOLOGICAL BASIS FOR FORMATION AND DEVELOPMENT TOURISM DESTINATION

A. V. Metelev, A. G. Redkin

В статье рассматривается возможность применения основных принципов, разработанных в философской герменевтике (в первую очередь принципа «герменевтического круга» и учения Х.-Г. Гадамера о «пред-рассудках») в качестве теоретико-методологической основы для формирования и развития туристской специализации территории за счет оптимизации связей между создаваемым туристским продуктом, запросами потребителей и собственно развитием территории как туристской дестинации. Ключевые слова: философская герменевтика, туристская дестинация, «герменевтический круг», учение о «пред-рассудках», ментальность, туристско-рекреационная территория, туристский продукт, туристский объект, теоретико-методологическая основа.

This article presents application of underlying principles which work in philosophical hermeneutics (primarily principle of "hermeneutic circle" and Hans-Georg Gadamer's learning about "pre-judice") as theoretic-methodological basis for formation and development of territory tourism speciality by means of optimization of connections between created tourism product, consumer wants and development of territory as tourism destination. Key words: philosophical hermeneutics, tourism destination, "hermeneutic circle", learning about "pre-judice", mindset, tourism and recreation territory, tourism product, tourism object, theoretic-methodological basis.

Процесс формирования и развития туристской специализации территории можно условно и предельно схематично разделить на три основных этапа:

1. изучение и понимание того, какие туристско-рекреационные ресурсы имеются в наличии на изучаемой территории и каков ее туристско-рекреационный потенциал;
2. развитие того, что было выявлено на первом этапе и получение востребованного потребителем готового туристского продукта;
3. выбор того, кому и как преподнести туристский продукт;

Формально это три последовательных этапа. В то же время, если подходить к их реализации исходя из теоретико-методологических основ философской герменевтики, то этот, на первый взгляд линейный процесс, превращается в циклический и «многослойный» как в целом, так и в рамках отдельных этапов.

Согласно разработанному Ф. Шлейермахером и конкретизированному Х.-Г. Гадамером принципу философской герменевтики, получившему название «герменевтический круг», познание представляет собой постоянное циклическое движение и переход от понимания целого к постижению его составных частей, затем — к более глубокому осознанию целого, на основе которого происходит переосмысление его частей и так далее — по «кругу». Применяя совместно принцип «герменевтического круга» и учение Х.-Г. Гадамера о «пред-рассудках», мы можем отметить, что туристские ресурсы это не только данность, но и то, что мы определяем как таковые, исходя из наших «пред-убеждений» и «пред-посылок», которые мы часто даже не осознаем.

В своей работе «Истина и метод» Х.-Г. Гадамер развивает учение о «пред-рассудках», призывая пересмотреть, созданное в философии Просвещения «экстремистское» учение о них, отличавшееся однозначно негативной оценкой предрассудков, а также подчеркивая не только то, что именно «пред-рассудки», «пред-суждения» и «пред-мнения» делают возможным понимание и являются его необходимым условием, но и то, что от них в принципе невозможно избавиться — беспредпосылочное мышление — это фикция. При этом, по мнению Х.-Г. Гадамера, большинство пред-рассудков, которые ныне нам кажутся иррациональными, изначально были выработаны на рациональных основаниях [1, с. 169–177].

Таким образом, начиная изучение туристского потенциала территории, мы исходим из своих «пред-рассудков» и «пред-убеждений» относительно территории в целом (в том числе — ее границ), отдельных частей или объектов, а также того, как ее воспримет возможный потребитель туристского продукта. Далее мы выделяем те объекты, которые, по нашему мнению, могут представлять интерес и ценность, пытаемся изучить их историю, природную или культурную значимость. В результате в процессе исследования каждого из объектов меняется наше представление о территории в целом, устанавливаются или выстраиваются новые связи между объектами. Вместе с тем корректируются и трансформируются наши исходные «пред-рассудки» («пред-убеждения»), и территория в наших глазах обретает новый и более целостный (системный) образ.

Этот образ, в свою очередь, заставляет по-новому взглянуть на отдельные историко-культурные или природные объекты территории. Эти объекты могут не иметь смысла или значения для представителя одной культуры, но для представителя другой, в том числе современной или ушедшей, могут иметь весьма существенный смысл и значение или получать значение и смысл в связи с какими-то событиями и жизнью даже отдельного человека. И заслуга Х.-Г. Гадамера в том, что он, в отличие от некоторых своих предшественников (например, Ф. Шлейермахера и В. Дильтея), явно развивает идею М. Хайдеггера о том, что герменевтика — это не только методология «наук о духе», но и универсальный способ познания человеком Бытия и в частности природных объектов [1].

Продолжая дальнейшее изучение территории с позиций формирования туристской специализации, можно выявить новые аспекты, смыслы и значения объектов, увидеть «многослойность» каждого из них. При этом полученный образ территории будет представлять собой не только реконструкцию, но и результат конструирования, то есть процесс не только репродуктивный, но и продуктивный.

Согласно точке зрения Х.-Г. Гадамера, реализация стремления только реконструировать, восстановить то, что действительно было (или есть в реальности) — это безуспешная попытка восстановления «умершего смысла». Напротив, соединяя реконструирование и конструирование, мы вольно или невольно исходим из наших «пред-рассудков» и потому можем придать новый и актуальный смысл, который не осознавался раньше или находился на заднем плане [1, с. 214–220, 345–368, 421–471].

При реализации следующего этапа мы пытаемся посредством разработанного туристского продукта передать потребителю сформированный и развитый нами образ туристского объекта или территории в целом. В этом случае следует учитывать, что перед нами «Другой» [2, с. 533–534], со свойственными ему «пред-рассудками», «пред-мнениями» и «пред-убеждениями» [1, с. 169–177]. Особенно это характерно для иностранцев (представителей иной культуры). Поэтому то, что интересно и значимо для нас, для «Другого» может оказаться не важным и наоборот.

Здесь пересекаются поставленная В. Дильтеем проблема, как сделать общезначимым имеющийся опыт субъективного переживания [3, S. 333] с решениями, предложенными Э. Гуссерлем, М. Хайдеггером и Х.-Г. Гадамером (принцип «горизонтов» [4], понимания Бытия как «языковой реальности» [5–7], учением о «пред-рассудках» [1, с. 169–177], а также точка зрения некоторых представителей школы «Анналов», и в частности А. Я. Гуревича о необходимости исходить из того, что перед нами

«Другой», в связи с этим следует изучить и понять «Его» ментальность [2, с. 533–536], а, вместе с тем, может быть, осознать и понять некоторые элементы своей собственной ментальности [8, с. 51–56].

В этом случае донести туристский продукт до «Другого» опять же может помочь «многослойность» или многоаспектность понимания и представления туристско-рекреационной территориальной системы, полученная при ее изучении (включая элементы ее реконструкции и конструирования). Такой подход позволяет, в зависимости от выявленных «пред-рассудков» потребителя, изменять акценты на слоях и аспектах туристского продукта, что может, либо помочь привлечь внимание потребителя, либо в результате столкновения смыслов и значений отдельных туристских объектов — постараться повлиять на «пред-рассудки» клиентов. С другой стороны, узнав о них, можно использовать это, попытавшись найти общие «горизонты понимания» [4]. Выяснив, какой объект и в каком аспекте заинтересовал потребителя, исходя из нашего понимания потребностей клиента, объекта и его аспекта можно представить и понять, какой вариант образа туристской территории в целом его интересует и, исходя из этого, «перестроить» предложение и подачу туристского продукта, как в целом, так и, исходя из этого, — отдельных элементов (объектов). При этом восприятие каждого нового объекта в определенном аспекте может внести коррективы в наше представление о возможном восприятии «Другим» этой целостности и отдельных ее частей. Вместе с тем, следует учитывать, что под воздействием восприятия новых объектов и их аспектов, «пред-рассудки» потребителя могут изменяться, а значит, может изменяться и восприятие, как целого, так и последующих частей (объектов) или переосмысливаться прошлое восприятие. В этом случае, используемый подход позволяет оптимизировать связи между развитием туристской специализации территорий и запросами потребителей и постепенно трансформировать территорию в туристскую дестинацию..

Таким образом, философская герменевтика (в первую очередь — принцип «герменевтического круга» и учение Х.-Г. Гадамера о «пред-рассудках») может быть использована как теоретико-методологическая основа целенаправленного и планомерного формирования и развития туристской дестинации. Кроме того, применение, указанных принципов герменевтики позволит более глубоко, многоаспектно и комплексно подготовить туристский продукт, а также повысить его привлекательность и более эффективно и «адресно» донести до потребителя.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы филос. герменевтики ; пер. с нем. / общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. — М. : Прогресс, 1988. — 704 с.
2. Гуревич А. Я. Жак Ле Гофф и «новая историческая наука» во Франции. Послесловие // Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада / пер. с фр. ; под общ. ред. В. А. Бабинцева ; послесл. А. Я. Гуревича. — Екатеринбург : У-Фактория, 2005. — С. 530–558.
3. Dilthey W. Gesammelte Schriften. Bd 5. Die geistige Welt. Einleitung in die Philosophie des Lebens. Halftel. Abhandlungen zur Grundlegung der Geisteswissenschaften. — Stuttgart, 1957. — XVII. — 442 s.
4. Гуссерль Эд. Феноменология фнутреннего сознания времени : собрание сочинений / пер. с нем. ; сост., вступ. статья В. И. Молчанова. — М. : Издательство «Гнозис», 1994. — Т. I. — 192 с.
5. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме // Время и бытие: Статьи и выступления : пер. с нем. — М. : Республика, 1993. — С. 192–220.
6. Хайдеггер М. Путь к языку // Время и бытие: Статьи и выступления : пер. с нем. — М. : Республика, 1993. — С. 259–273.
7. Хайдеггер М. Из диалога о языке. Между японцем и спрашивающим // Время и бытие: Статьи и выступления : пер. с нем. — М. : Республика, 1993. — С. 273–302.
8. Метелев А. В. Ментальность в этимологической и категориальной системах // Известия Алтайского государственного университета. — 2000. — № 4. — С. 51–56.