

## Сообщества путешественников в ‘кривом зеркале’ интернета

---

ВЕРА РУКОМОЙНИКОВА

*Удмуртский институт истории, языка и литературы Уральского отд. РАН*

**Abstract:** В центре внимания автора статьи – изменение туристических практик в век цифровых технологий, наблюдение за особенностями взаимодействия путешественников в интернет-пространстве, ставшем неотъемлемой частью нашей повседневности. Интернет-среда создает удобные условия для сплочения ранее незнакомых людей в группы по интересам. Проведенный анализ коммуникативных практик сообществ путешественников, сложившихся на различных сайтах и форумах, позволяет сформулировать положения об устройстве и принципах функционирования сообществ.

**Keywords:** Рунет, онлайн сообщества, медиатехнологии, медиопосредники

---

Интерес человека к познанию окружающего мира с помощью путешествий всегда был велик. Желанье странствовать по свету, охота к перемене мест – эти чувства знакомы каждому. Широкий доступ к видео- и аудиоинформации о туробъектах разжигает любопытство современного человека еще сильнее, чем раньше.

В заголовке статьи мы воспользовались метафорой Бодрийяра (Baudrillard 1994: 97) относительно неравнозначности туристских впечатлений и подлинных туристских достопримечательностей. Интересно, что бы сказал Бодрийяр сегодня, окажись он собеседником путешественника, выкладывающего свои впечатления о поездке, утерявшие подлинность в многократном отражении с помощью различных медиопосредников?

А ведь и в самом деле взаимодействие путешественника с реальным миром опосредовано цифровой техникой на каждом шагу. В телефоны и GPS-навигаторы закачиваются карты, покупаются специальные гаджеты для туристов. Даже покупка билетов происходит все чаще через интернет. Прежняя ориентация на местности при помощи компаса и различных опознавательных знаков заменяется на новые медиа. Попадая в иноязычную среду, путешественник использует предварительно закачанные в телефон переводчики и разговорники, экскурсии на MP3 плеер. Существуют походные гаджет-телефоны, которые не боятся падений, воды, пыли и песка. Они могут быть оснащены датчиками температуры, атмосферного давления, компасом, GPS и светодиодным фо-

нариком. В распоряжении туриста уже есть GPS-часы с мобильным телефоном, бинокль с встроенной камерой, а в планшеты путешественника ‘заправлены космические карты’... Что дальше? В последнее время ученые изобретают и еще более совершенные устройства, призванные стать электронной памятью туриста. Так, на разработке у китайских специалистов находится уникальный гаджет путешественника.<sup>1</sup> Это камера, методично запоминающая и записывающая все то, что путешественник видит и слышит, обоняет и осязает, делающая фотографии и отмечающая маршрут. Попутно гаджет, как планируют разработчики, сможет передавать ту или иную информацию в социальные сети, чтобы друзья или родственники могли видеть, где в этот момент находится их турист.

Именно так социальные сети становятся главным хранилищем впечатлений туристов, своеобразной коллективной памятью всего населения земного шара. Число людей, вовлеченных в социальные сети, стремительно растет. Российское интернет-сообщество в этом плане идет в ногу со всем миром, установив в 2012 году своеобразный рекорд для себя: суточная аудитория Яндекса превысила аудиторию самых популярных в России телеканалов.<sup>2</sup> Кроме того, по количеству интернет-пользователей Россия среди европейских стран занимает первое место.<sup>3</sup>

Впервые Д. Дж. Бурстин еще в 60-е гг. XX века охарактеризовал туризм как ‘псевдособытие’, ‘бесконечную систему иллюзий’ (Boorstin 1992). Ж. Бодрийяр и Дж. Урри позднее развивали теорию о том, что туристские достопримечательности – это ‘кривые зеркала’, которые отражают внешнее содержание, но не являются подлинными достопримечательностями (Urry 2002).

Дж. Куллер полагал, что природа туризма представляет собой коллекцию знаков, символов. Знаки, символы феномена туризма конструируются на основе бинарного разделения повседневного и экстраординарного. Туристский объект привлекателен не сам по себе, а как знак особенности, таким образом, ‘маркер становится отличительной особенностью’ туристского объекта (Research Themes for Tourism 2011).

Дж. Урри ввел в методологию изучения туризма термин-метафору ‘туристский пристальный взгляд’ (tourist gaze), подразумевающая всю совокупность познавательной деятельности туристов, а также ее отличительные особенности. По мнению Дж. Урри, туристский взгляд фокусируется на объектах, отличных от повседневной жизни, (пейзаж, ландшафт), но с другой стороны, объекты туристского внимания включают в себя ‘различные формы социальной стереотипизации’ (Urry 2002: 94).

К. Роджек представил концепцию индексации представлений туристов. Он доказывал, что в структуру туристского восприятия включены визуальные, текстовые и символические представления, содержащиеся в СМИ (Rojek 1997: 3).

З. Бауман, анализируя фигуры паломника, бродяги, игрока, фланера, туриста в философско-исторической перспективе, отмечал, что они выполняют роль ярких парадигмальных образцов культурного пространства идентичности. З.Бауман отмечает, что

<sup>1</sup> Источник: <http://www.designboom.com/technology/the-total-recall-agent-fujitsu-judges-special-award/> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>2</sup> Источник: <http://lenta.ru/news/2012/05/25/overtake/> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>3</sup> Источник: <http://newsland.com/news/detail/id/1007025/> (дата обращения: 6 октября 2013).

‘туризм некогда населял обочину собственно социального действия (но если бродяга был маргиналом, то туризм был маргинальной деятельностью), но теперь переместился в центр (как типаж и как деятельность)’ (Bauman 2000).

Согласно И. Касавину, путешествие сопровождается определенной работой сознания по гештальт-переключению с одного способа видения на другой, оказываясь внутренне связанным с приключением, вырывающимся из повседневного круга событием, что позволяет рассматривать предельный опыт своего рода подлинным путешествием, переходом из одной реальности в другую (Kasavin 2004).

Современные исследования, посвященные интернет-сообществам туристов ведутся на портале ‘Академия’. В разделе ‘интернет-туризм’ данного портала<sup>4</sup> есть исследования, посвященные анализу нововведений развития туризма в социальных сетях (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, TripAdvisor, блоги и социальные Bookmarkings) на управление туристическими организациями и в целом туристическим сектором (Guilherme 2013).

Нам представляется возможным продолжение исследований в данном направлении. Материалом для анализа может послужить статистика запросов поисковых слов на популярных поисковых системах. Исследования могут проводиться с целью изучения активности пользователей по запросам на тему отдыха в отдельно взятых регионах. Очевидно, что популярность поисковых запросов связана с уровнем известности объектов, а это напрямую зависит от проведения рекламных кампаний. Рейтинг сайта в поисковой выдаче зависит от его цитируемости пользователями, так называемой ‘ссылочной массы’, которая складывается из откликов в социальных сетях, блогах, на форумах, в обычных статьях на различных интернет-сайтах. В этой связи изучение туристских сообществ напрямую связано с формированием имиджа туристского объекта и в целом с управлением туризмом как в отдельно взятых регионах, так и в стране в целом. Попытка проведения подобного исследования была предпринята нами в статье ‘Анализ интернет-активности россиян по запросам поисковых слов, связанных с туризмом в Приволжье’ (Rukomoynikova 2012).

В настоящее время мы решили продолжить исследование туристских сообществ в рунете в несколько ином направлении. В наши задачи входит:

- сбор информации о популярных в виртуальной среде сообществах путешественников;
- изучение истории становления и особенностей функционирования указанных сообществ, их общие и отличительные черты;
- анализ сложившихся правил поведения в сообществе, степени сплоченности и иерархии групп.

Длительные наблюдения за российскими интернет-сообществами, объединенными интересом к путешествиям, позволили нам собрать интересный материал, которым мы и хотим поделиться. Логика изложения материала будет строиться от общего к частному. Сначала мы расскажем о популярных туристических тематиках, вокруг которых создаются сообщества в целом, потом представим наиболее интересные и необычные

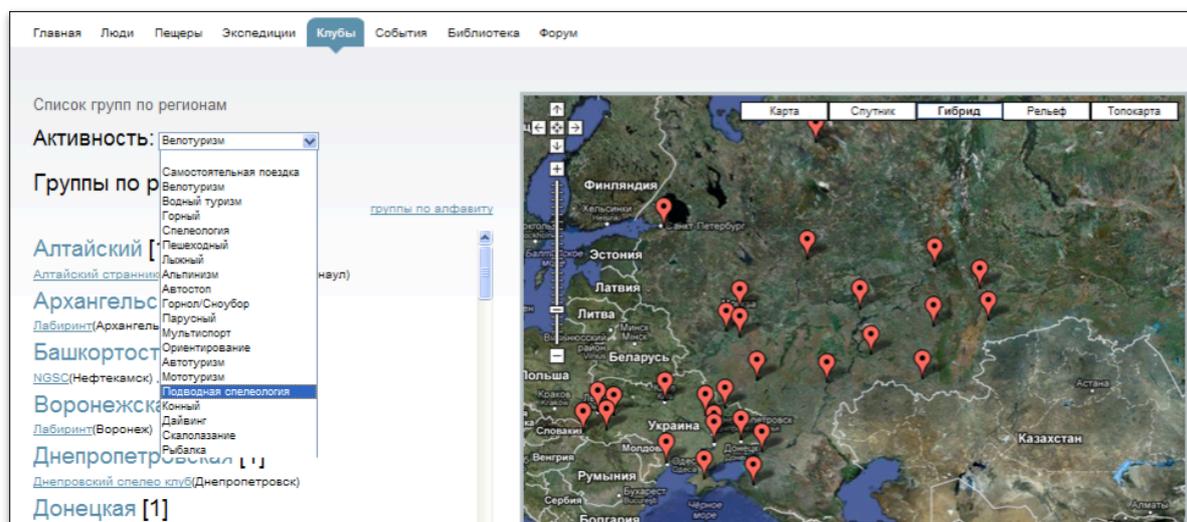
<sup>4</sup> [www.academia.edu](http://www.academia.edu) (дата обращения: 6 октября 2013).

группы, опишем историю их становления, принципы функционирования, сложившиеся ритуалы, степень сплоченности и иерархию, существующую внутри сообщества.

Первое сообщество, на котором мы остановимся, это, пожалуй, самое крупное в России сообщество любителей путешествовать, существующее на сайте [marshruty.ru](http://marshruty.ru)<sup>5</sup>

Сайт ‘Маршруты’ существует с 2007 года. За пять лет существования количество его членов – зарегистрированных пользователей – достигло 17 тысяч человек. Столь масштабным ему удалось стать благодаря сосуществованию здесь множества групп по самым разным интересам. Здесь создают свои маршруты, ищут попутчиков и обмениваются впечатлениями по таким популярным в России видам туризма, как: велосипедный, водный, горный, пешеходный, лыжный, конный, парусный, подводный виды туризма, спелеология, альпинизм, автостоп авто- и мототуризм, рыболовный туризм и другие. Так, например, в разделе спелеология зарегистрировано 3470 спелеоучастников, ими описано более 1000 пещер, ежегодно проводится около 300 самостоятельных экспедиций. На иллюстрации 1 представлена информация о разных спелеоклубах по регионам и по видам туризма:

**Илл.1.** Страница сайта [marshruty.ru](http://marshruty.ru) с информацией о подводных спелеоклубах в России



Источник: <http://speleo.marshruty.ru/Organizations/PlacesOrganizations.aspx> (дата обращения 8 октября 2013).

Отчеты о путешествиях выкладываются как малыми группами путешественников, так и клубами по интересам. Посмотрите на пример, приведенный в иллюстрации 2. Это отчет ‘гаусс-клуба’ о результатах квеста по Пермскому краю. Три желтые звездочки в левой части описания маршрута свидетельствуют о его рейтинге в данном сообществе. Рейтинг популярных маршрутов создается ежемесячно.

<sup>5</sup> <http://www.marshruty.ru/> (дата обращения: 6 октября 2013).

## Илл.2. Отчет 'Гаусс-клуба' о результатах квесте по Пермскому краю

Источник: <http://www.marshruty.ru/travel/permgauss-deadcity/> (дата обращения: 8 октября 2013).

Маршруты в виде квестов – это наиболее популярная форма самостоятельных походов. Такая форма удобна для всего многочисленного сообщества тем, что не надо собираться всем участникам в одном месте, чтобы начать путь. Любой человек, высказавший желание принять участие в игре, должен выехать из дома как только получит ссылку на задание. Составитель задания рассылает ссылки всем игрокам на одно и то же задание одновременно. До начала игры составитель прячет миниклад по определенным правилам, описанным для участников. Содержимое секрета вместе с фотографиями местности выкладывается на сайте заранее. В последний момент высылаются GPS-координаты тайника, и начинается гонка – кто быстрее его найдет. В примере маршрута гаусс-клуба тайник был спрятан в пещере.

Зарегистрированные на сайте члены сообщества оснащают свою среду обитания всеми необходимыми в быту путешественника вещами. Здесь есть разделы с топокартами, схемы метро, расписание транспорта, возможность проверить наличие билетов на нужный рейс. Раздел места охватывает все страны мира, обсуждается климат, правила оформления визы. В разделе события на карту мира нанесены точки с интересными для сообщества датами, календарь важных дат составляется на каждый год. Присутствие на сайте и популярный раздел для тех, кто собирает команду, ищет ком-

паньонов в путешествие. Приведем пример поиска попутчиков: ‘Мы не турфирма, мы просто компания, сами по себе.) Едем на полноприводном микроавтобусе Toyota. Старт из Барнаула, окончание тоже в Барнауле. До Барнаула из своих городов добираемся самостоятельно (поездом, самолётом). На данный момент: есть 3 участника (Москва, Пермь) и ещё 5 свободных мест в машине. Желающие - присоединяйтесь. :) Охватываем Восточный Казахстан, затем спускаемся на юг к Алматы, далее в Киргизию: Бишкек, озеро Иссык-Куль. Возвращаемся через центральный Казахстан, через Астану. Места очень интересные: ‘марсианские пейзажи’, каньоны, разноцветные горы, степи, пустыни и полупустыни, заповедники, озёра’<sup>6</sup>.

Еще один пример: ‘Приглашаются попутчики в недельный поход на байдарках в районе Александровского, около Стрежевого. Реки Ларьеган, Трайгородская, Ильяж. Рыбалка спиннингом с байдарок. Нет рыбы – не беда, просто отдыхаем, исследуем вышеназванные реки в районе досягаемости в течении отпущенного времени. Желателен походный опыт и оптимизм при неблагоприятных условиях: ‘плохая погода’, отсутствие душа и т. д. Сроки, пока, примерные: 17 – 25...28 сентября. Есть две байдарки 2-ки’<sup>7</sup>.

Каждый член сообщества набирает баллы за составленные и пройденные маршруты. Аватары пользователей на сайте ‘Маршруты’ – это их реальные фотографии из жизни. Ежедневно на главную страницу сайта выносятся информация об одном из членов сообщества с указанием количества пройденных маршрутов, посещенных стран и т.д. На иллюстрации 3 вы можете увидеть пример:

Участники следующего крупного сообщества геокэшинг<sup>8</sup> – это люди молодые и активные. Их объединяет азарт в поиске тайников. В отличие от предыдущего сообщества, не имеющего визуальной символики, геокешеры узнают друг друга по общепринятой символике: бейсболки, футболки, толстовки, флаги, банданы, наклейки на автомобиль и т.п.

В сообществе существует та же иерархия, как и на сайте [marshruty.ru](http://marshruty.ru). Каждый игрок имеет статус в зависимости от количества пройденных маршрутов. Молодые игроки с благодарностью принимают помощь от ‘опытных братьев’.

Движение геокэшинг возникло в США в 2000 году и связано оно с отменой режима ‘selective availability’ (режим искусственного загробления точности определения координат). До этого спутники GPS использовались только как технология для военных нужд. Запуск интернет-сайта новой игры состоялся в США весной 2000 года. В Россию геокэшинг пришел весной 2002 года. Несколько единомышленников создали веб-сайт – сначала ‘ручной’, а чуть позже с автоматической базой данных по тайникам. И тогда же заложили первые тайники в Московской области. Основатели рассматривали геокэшинг, в первую очередь, не как спортивную забаву, а как инструмент обмена знаниями о родном крае. Уже через год игроки отметили первый юбилей – сотый тайник<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> Источник: <http://www.marshruty.ru/Forums/Forum.aspx?TopicID=67dfa863-5ad8-4b71-a6d0-447cce0ef785&ThemeID=de234317-f294-484b-ae36-7fd694e6ccd6> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>7</sup> Источник: <http://www.marshruty.ru/Forums/Forum.aspx?TopicID=67dfa863-5ad8-4b71-a6d0-447cce0ef785&ThemeID=351c6a02-fd44-42ef-a29c-4f8b605ae912&Page=6> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>8</sup> [www.geocaching.ru/](http://www.geocaching.ru/) (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>9</sup> Источник: <http://www.geocaching.ru/?pn=11> (дата обращения: 6 октября 2013).

Российская игра немного отличается от своего западного прототипа. По правилам российских геокешеров, тайник рекомендуется создавать только в месте, которое представляет природный, исторический, культурный, географический интерес. Поэтому каждая точка, отмеченная координатами, обладает особой притягательной силой не только для владельцев GPS, но и для людей интересующихся историей родного края, географией.

Илл.3. Информация о членах сообщества на сайте marshruty.ru.

The screenshot displays the website marshruty.ru. At the top, there is a navigation menu with links for 'Главная', 'Маршруты', 'События', 'Места', 'Расписания и Билеты', 'Отели', 'Карты', 'Снаряжение', 'Форум', and 'Еще...'. Below the menu, there is a search bar and a 'РЕГИСТРАЦИЯ' button. The main content area features a large map of Russia with various markers and a 'Фотографии' section. To the right, there is a 'Случайный' section featuring a profile for 'Ричард Лозин' with a photo and text: 'и нас невозможно обойти с пути, нам похеру куда идти!'. Below this, there is a 'Легендарные маршруты' section with a map and text: '1111 Маршруты.Ру'. At the bottom right, there is a 'Мы ВКонтакте' section with a social media widget.

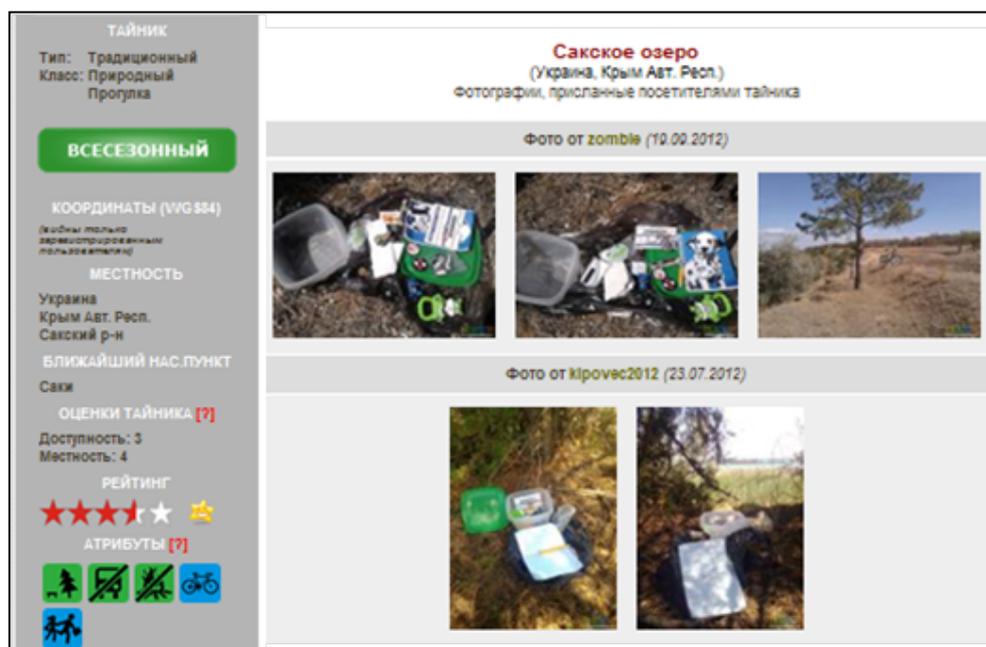
Источник: <http://www.marshruty.ru/Persons/PersonSearch.aspx?Value=%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B0%D1%80%D0%B4%20%D0%BB%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D0%BD> (дата обращения: 8 октября 2013).

Сейчас сайт игры геокэшинг превратился в крупнейшую базу данных достопримечательностей России и стран бывшего СССР. Причем каждый тайник, каждая точка имеет не только свои координаты, но и подробное описание местности, достопримечательности, фотографии, а также мнения уже посетивших ее игроков. В 2012 году количество тайников перевалило за 11000, а сайт игры ежедневно посещает более 7500 человек. За несколько лет геокэшинг превратился из игры для 'избранных' обладателей GPS-навигаторов в массовое увлечение. Теперь это не только поиск тайников, но и регулярные тематические встречи геокешеров на природе, обучение новичков азам GPS-навигации, собственный магазин по продаже символики игры и GPS-навигаторов,

а также организация корпоративных мероприятий, ‘призовых’ игр и конкурсов для спонсоров.

У геокешеров есть свои ритуалы поведения в сообществе. Так, каждый геокешер знает, что разрешается и что запрещается прятать в тайнике. Нельзя искусственно изменять рейтинги тайников и игроков, нельзя создавать для этой цели дополнительные аккаунты, организовывать сговоры, фальсифицировать взятие тайников. На сайте игры запрещается нецензурная речь, оскорбления в адрес игроков. Новички должны пройти символическое посвящение в геокешеры. Для этого надо достойно пройти игру, и совет геокешеров должен проголосовать за новую кандидатуру. Создать свой первый тайник можно только после посещения нескольких тайников, созданных другими игроками. Иллюстрацию тайника вы видите на рисунке 4.

**Илл.4.** Тайник на Сакском озере



Источник: <http://www.geocaching.su/?pn=101&cid=10920> (дата обращения: 8 октября 2013).

Ежемесячно в определенное время проводятся встречи членов сообщества. Информацию об этом можно найти в разделе рассказы и отчеты о встречах геокешеров. Например: Осенняя встреча ‘Просторы Черноземья-2012’ от Aleslav (13.10.2012, Россия, Орловская обл.), Нижегородская осенняя встреча 2012 от MagDi (13.10.2012, Россия, Нижегородская обл.), СИТО. Челябинск. Озеро Смолино. от Hisa (15.09.2012, Россия, Челябинская обл.), Уральские забавы. Осень 2012 от Vils (01.09.2012, Россия, Свердловская обл.), Летний Новый Год в Затерянном Мире от Mac (30.06.2012, Россия, Ярославская обл.)<sup>10</sup>.

Статус участников сообщества зависит от набранных им баллов. Помимо поиска тайников, баллы можно получить за понравившееся сообществу видео или фото, а

<sup>10</sup> Источник: <http://www.geocaching.su/phorum/list.php?12> (дата обращения: 6 октября 2013).

также за рассказанную историю. Совет геокешеров проводит конкурсы на тему символики, фото- и видеоконкурсы, конкурс на лучшую историю и т.д.

Помимо 'Маршрутов' и геокешинга, в рунете активно развиваются и менее масштабные группы, объединенные интересом к различным способам путешествий: любители велоспорта, рыбалки, дайвинга, парапланеристы, альпинисты, автопутешественники и т.п. Рассмотрим третий пример функционирования сообщества, сформировавшегося на форуме портала 'Автотрэвел'<sup>11</sup>.

Форум 'Автотрэвел' – это сообщество самых разных людей, объединенных общей страстью к дорогам. Сообщество автопутешественников стало складываться на портале с 2006 года. На сентябрь 2012 года сообщество насчитывает пять тысяч зарегистрированных пользователей. Посетители портала обмениваются информацией о дорогах и интересных маршрутах, выкладывают путевые заметки и фотоматериалы, подсказывают друг другу, чего ожидать в пути, где лучше остановиться, находят попутчиков. Популярные разделы форума: объявления, поиск попутчика, караванинг. Караванинг – это новый стиль автопутешествий в 'домах на колесах'. Анализируемый форум на портале автотрэвел – это не закрытое сообщество. Оно постоянно пополняется благодаря активным страницам на социальных сетях. Через сообщества на vk.com и Facebook информация портала становится доступна широкой аудитории<sup>12</sup>.

Члены сообщества 'Автотрэвел' создают свои рейтинги кемпингов и мест для стоянки дома на колесах. Путешественник может найти ближайший к своему текущему местонахождению кемпинг, с помощью интерактивной карты или задав радиус поиска. В разделе объявлений посетитель может сам найти покупателя для своего подержанного автодома или автомобиля.

Сообщество автопутешественников устраивает пробеги по российским дорогам. Предварительно происходит согласование маршрута, уточняются детали. Приведем пример согласования маршрута, предложенного пользователем Валентином по Нижегородской области. Свой маршрут он назвал 'на авто в заволжскую тайгу НН в августе 2012':

Есть планы, посетить заволжскую тайгу в НН области на авто. Ищу компанию ;-)  
Общее представление: Дорога до места ~350 км – Казань-ЙО-Коротни- р.Ветлуга..., либо М7 до Лысково-паром-Макарьеве... Природа – леса с песчаными дорогами, много болот, озёра Большое и Малое Плотово, Чёрное и пр. Из культ.программы – Шереметьевский замок, оз. Светлояр, Макарьевский монастырь. Длительность – 4-5 дней. Диапазон дат – где-то между 13-24.08. Леса в НН области вроде как уже должны были открыть, хотя пожарная опасность класса 2-4 местами сохраняется. Маршрут уточняется, но сильно зависит от состава авто. Указанные выше точки маршрута – предварительные. Жёсткого оффроада не предполагаю<sup>13</sup>.

Далее завязывается обсуждение. Пользователь Константин отвечает:

<sup>11</sup> Источник: [avtotravel.com/forum/afpg/1](http://avtotravel.com/forum/afpg/1) (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>12</sup> Источники: [www.facebook.com/avtotravel](http://www.facebook.com/avtotravel), [vk.com/avtotravel\\_camping](http://vk.com/avtotravel_camping) (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>13</sup> Источник: <http://kazanauto.ru/read.php?35,7235> (дата обращения: 6 октября 2013).

На Большое Плотово на машине лучше не соваться!!!))) Были там в 2007 году))) прошли все это болото, до сих пор вспоминаем. Соревы там были. А места действительно очень красивые, паром есть в Воротынце надо направо уходить. Это ближе чем Лысково вроде<sup>14</sup>.

Подключается пользователь Семен:

Всё верно, в самих Камско-Бакалдинских болотах можно и на вездеходе сгнуть, но, насколько могу судить по отчётам, доехать до стоянок у озёр – вполне реально. Не обязательно же колёса мочить непосредственно в озере... (не сапоги ведь они, и озеро – не Индийский океан ;-)))<sup>15</sup>

В процессе совместного обсуждения всех моментов маршрут корректируется, находят желающие присоединиться к нему. После возвращения выкладываются фотографии. Сообщество поздравляет путешественников с возвращением. Подобным образом функционируют сообщества на порталах велосипедистов, альпинистов, дайверов, парапланеристов, автостопщиков и др. Если составить своеобразный рейтинг популярности, то на первом месте по количеству участников окажутся сообщества любителей путешествовать на автомобиле. Поэтому позволим себе привести еще один пример такого рода сообщества, оформившегося при автоклубе 'Магистраль'<sup>16</sup>.

**Илл.5.** Вход на дискуссионный форум [magistral.su](http://magistral.su)



Источник: <http://www.magistral.su/forum/viewtopic.php?f=222&t=2249> (дата обращения: 8 октября 2013).

<sup>14</sup> Источник: <http://kazanauto.ru/read.php?35,7235,7235,printview> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>15</sup> Источник: <http://kazanauto.ru/read.php?35,7235,7235,printview> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>16</sup> Источник: <http://www.magistral.su/forum/viewtopic.php?f=172&t=1749> (дата обращения: 6 октября 2013).

Члены клуба регулярно проводят квесты. Приведем пример:

Большинство усадеб Калужской области заброшены и медленно разрушаются. Но при этом многие из них ещё неплохо сохранились. Сколько им ещё осталось - неизвестно. Возможно это последний шанс увидеть некоторые из них пока они не уничтожены окончательно. Усадьбы, которые войдут в маршрут квеста будут расположены недалеко друг от друга. Объехать их за один день вполне реально. И мы сможем только 15-го, надеюсь, за один день справимся. Алексей, можно указать какой-нибудь населенный пункт по маршруту, на предмет бронирования номера для ночевки?)) г. Калуга - там больше всего гостиниц. Чуть позже вывесим список. Задание будет доступно для скачивания 14 июля в 00:00. Во избежание фальшстарта, не переходите пожалуйста по ссылке раньше. Ссылка действует на скачивание в течение 10 минут!<sup>17</sup>

Илл. 6. Анонс автопробега 'Летопись подвига 1812-2012' на сайте magistral.su.

О нас    Кубок "МАГИСТРАЛЬ"    Серия "ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО"    УЧАСТНИКАМ    Партнёры

### Автопробег «Летопись Подвига 1812-2012»

Дата проведения: **22 сентября 2012 года**  
 Место проведения: Московская и Калужская области  
 Маршрут автопробега: Можайск, Баровск, Барск, Малоярославцы и др.  
 Значительные категории: **ТУРИЗМ, ГРАНД-ТУРИЗМ**  
 Площадь пробега: **~ 250 - 300 км.**  
 Старт автопробега: с Баровска  
 Прием заявок: с **10 августа** по **15 сентября 2012 года**.

[ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ](#)    [УЧАСТИЕ НА ПЛАНУ](#)

Мы приглашаем Вас принять участие в историческом автопробеге посвященном 200-летию юбилею победы России в Отечественной войне 1812 года!

Ваш поездка пройдет по пути тридцатилетнего наступления и пинанского Сетеве французов войны в 1812 году, посетит места сражений и памятные места славы Русской армии в Московской и Калужской области. Специально для Вас подготовлены программы с посещениями уникальных музеев и объектов памятников истории и архитектуры, а так же множество интересных заданий для всех категорий участников!

Маршрут автопробега рассчитан на один день. Старт и финиш будет проводиться с парковой аллеи музея "Баровск" на Баровском поле. В ходе автопробега Вам предстоит не только посетить множество памятных мест, но и узнать много нового об истории Отечественной войны 1812 года.

**ТУРИЗМ.** Участникам будет выдана историческое описание маршрута и пакет содержащий информацию о местах нахождения памятных объектов. Необходимо будет найти все заданные объекты и выполнить задания на историческом из них.

**ГРАНД-ТУРИЗМ.** Участникам будет выдана дорожная книга (дневник) общей протяженностью около 300 км. Необходимо будет пройти всю ленту без ошибок, найти все заданные объекты и выполнить задания на историческом из них.

Автопробег проводится при поддержке Общественного совета по сотрудничеству Государственной комиссии по подготовке к празднованию 200-летия победы России в Отечественной войне 1812 года.

[Узнать больше!](#)

### Рейд выходного дня «ВДОЛЬ ПО ВОЛГЕ»

Дата старта рейда: **25 августа 2012 года 09:00**  
 Маршрут рейда: пройдет через Калужин, Кашин, Углич, Мышкин  
 Старт рейда: Парковка АЗС "ОМ" (Ярославское ш., с. Вязово)  
 Площадь пробега: **~ 300 - 350 км.**  
 Стоимость 1 дня : **500 руб/чел (взрослый)**  
**400 руб/чел (дети до 12 лет).**  
 Полная стоимость (2 дня) : **900 руб/чел (взрослый)**  
**650 руб/чел (дети до 12 лет).**

[ПРОЧИТАЙТЕ ИНТЕРЕСНО!](#)

Источник: <http://www.magistral.su/events.php> (дата обращения: 8 октября 2013).

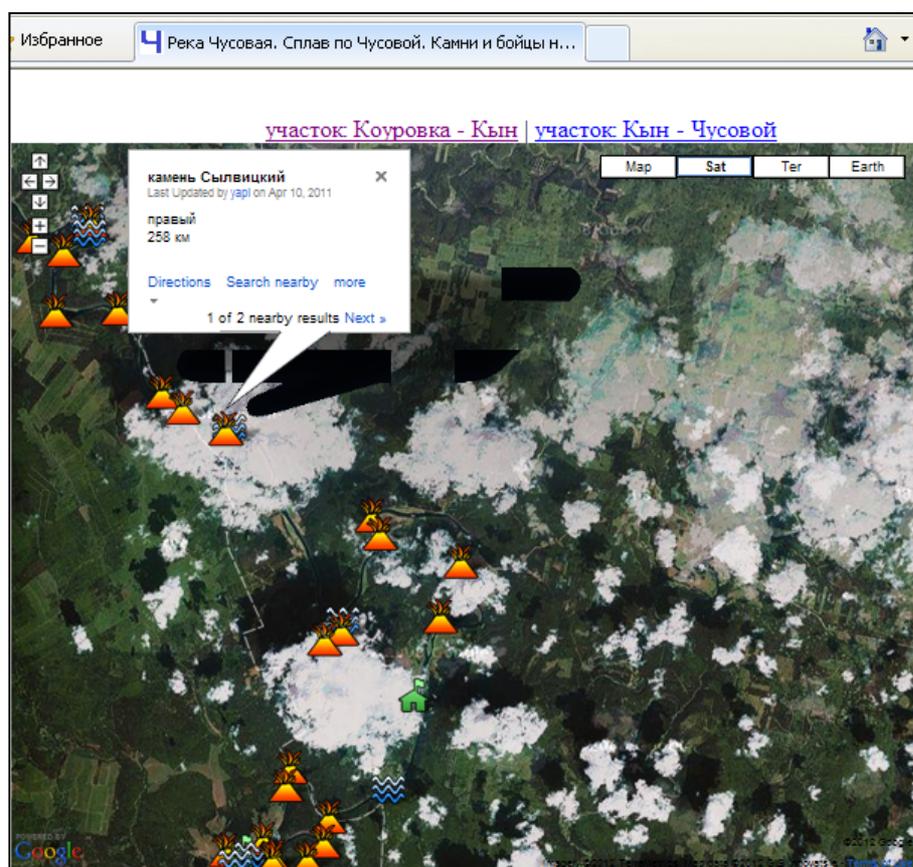
Отчеты о проведенных мероприятиях выкладываются не только на сайте клуба, но и на страничках членов клуба ВКонтакте, в ЖЖ, в Liveinternet, в блогах на Mail.ru. Интересный пример сообщества мы обнаружили в разделе туризма и путешествий сайта города Чусовой в Пермском крае. Участники этого сообщества составили топокарту (см. рис. 7) со всеми природным и культурным объектами из любимого ими романа

<sup>17</sup> Источник: <http://www.magistral.su/forum/viewtopic.php?f=162&t=1651&start=0> (дата обращения: 6 октября 2013).

Алексея Иванова ‘Золото бунта’. С помощью этой карты они играют в квесты по мотивам популярного литературного произведения. Кликая на объекты вдоль реки Чусовой, вы получаете подробную информацию о том, что происходило в данном месте в романе<sup>18</sup>. Как оказалось, на сайтах различных сибирских городов существуют десятки групп поклонников книг Алексея Иванова. Вот еще один пример создания омским сообществом путешественников маршрута по книге:

Мы омский клуб туристов, организуем сплав на катамаранах на Урале по реке Чусовая. Выезжаем 28 апреля, возвращаемся 10 мая. Сплываемся от д. Коуровка (Свердловская обл) до д. Кын (Пермская область). Проходим двойной летний маршрут по большой воде за 10 дней- 200 км. Сплыв проходит по историческим Демидовским местам, описанным в фильме Леонида Парфёнова ‘Хребет России’ по книге А. Иванова ‘Message: Чусовая’. 31 марта состоится орг. собрание группы. знакомство с инструктором. Приглашаю всех желающих адекватных людей присоединиться к нашей группе.<sup>19</sup>

**Илл.7.** Сплыв по р.Чусовой, информация на сайте chusovaya.info. Топографические карты с культурными объектами из романа Алексея Иванова ‘Золото бунта’



Источник: <http://chusovaya.info/all.php> (дата обращения: 8 октября 2013).

<sup>18</sup> Источник: <http://chusovaya.info/all.php> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>19</sup> Источник: <http://forum.omsk.com/viewtopic.php?t=186251> (дата обращения: 6 октября 2013).

## Илл.8. Анонс сплава по реке на форуме омского клуба туристов

Мы **омский клуб туристов**, организуем сплав на катамаранах на Урале по реке **Чусовая**. Выезжаем **28 апреля**, возвращаемся **10 мая**. Сплаваемся от **д. Коуровка**(Свердловская обл) до **д. Кын** (Пермская область). Проходим двойной летний маршрут по большой воде за **10 дней- 200 км**. Сплав проходит по историческим Демидовским местам, описанным в фильме Леонида Парфёнова "Хребет России" по книге А. Иванова "Чусовая messag". **31 марта** состоится орг. собрание группы. **знакомство с инструктором**. Приглашаю всех желающих адекватных людей присоединиться к нашей группе. **тел** **8 908 800 29 61** **ICQ: 361551760**

СХЕМА РАСПОЛОЖЕНИЯ СТРАНИЦ КАРТЫ

Источник: <http://forum.omsk.com/viewtopic.php?t=186251> (дата обращения: 8 октября 2013).

## Илл.9. Сообщество любителей 'флэшмоб-туризма'

**Наталья Уткина** Подписаться

Все видео

Добавленные    Понравившиеся видео    Действия    Комментарии

Наталья Уткина добавил(а) • добавил(а) комментарий • – понравилось 2 нед. назад  
Видео о флэшмоб-туре "Отдыхай в России!" см. по ссылке "флэшмоб-тур!!!"

**Флэшмоб "Отдыхай в России!" (Пенза, август 2012 г.)**  
491 просмотр  
Танцевальный флэшмоб "Отдыхай в России!" проводился в августе 2012 г. в различных достопримечательных местах

Пользователь Наталья Уткина добавил комментарий 2 нед. назад  
Это видео о молодежном флэшмоб-туре по маршруту Пенза - Саранск - Казань - Йошкар-Ола - Пенза, проведенном в сентябре 2012 г.  
Данный тур был разработан и организован кафедрой "Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания" Пензенского государственного университета.

**флэшмоб-тур!!!.avi**  
felixmmmm • 584 просмотра

Источник: <http://www.youtube.com/channel/UCnQ05rknuA7LCjnnFXBHOuw> (дата обращения: 8 октября 2013).

Для следующего примера мы выбрали новое для России сообщество любителей флешмоб-туризма. Его участники – это молодые люди из разных российских городов: Пензы, Саранска, Казани, Йошкар-Олы. В каждом из этих городов существует своя группа мобберов от 20 до 70 человек. Несколько раз в году эти группы встречаются в заранее обговоренных местах и устраивают танцевальный флешмоб. Место и время проведения обычно согласовывается в группах в контакте. По итогам мероприятия обязательно выкладываются видео-отчеты.

В иллюстрации 9 вы можете увидеть приглашение к участию во флешмоб-туре, выложенное на страничке одной из участниц в YouTube. Это видео о команде пензенских мобберов, которые разработали, организовали и провели молодежный флешмоб-тур по маршруту Пенза – Саранск – Казань – Йошкар-Ола – Пенза<sup>20</sup>.

Заключительный пример добавит ко всем описанным выше сообществам два новых отличительных пункта. Первая уникальная черта сообщества под названием ‘Кочующие’ – самая продолжительная история существования и постоянная возобновляемость его членов. И вторая черта – это сформировавшиеся за время его существования ритуалы.

Вот история команды ‘Кочующие’, рассказанная на их сайте: ‘Родились Кочующие на озере Глухом в июне 1993 года, когда Команда молодых и зеленых матрасников-студентов учетно-экономического факультета Казанского Финансового Экономического Института г. Казани (УЭФ КФЭИ) впервые вышла в марийские леса, чем круто повернула свою биографию в иное русло. С той поры было много выходов (и входов). Как правило, осваивались близлежащие земли и веси. Параллельно с этим стали совершаться и первые сплавы по концептуальной реке Юшут. Однако до 1996 года состав Кочующих конкретно не оформился и постоянно менялся, но зато в это время основалось ядро Команды’<sup>21</sup>.

Сайт команды Кочующих был создан уже более 10 лет назад. Благодаря ему популярности в Татарстане и соседних в нем республиках происходит регулярное пополнение его членов. В команде есть неизменный лидер под ником Лоцман. Иерархия остальных членов команды зависит от давности их вхождения в сообщество.

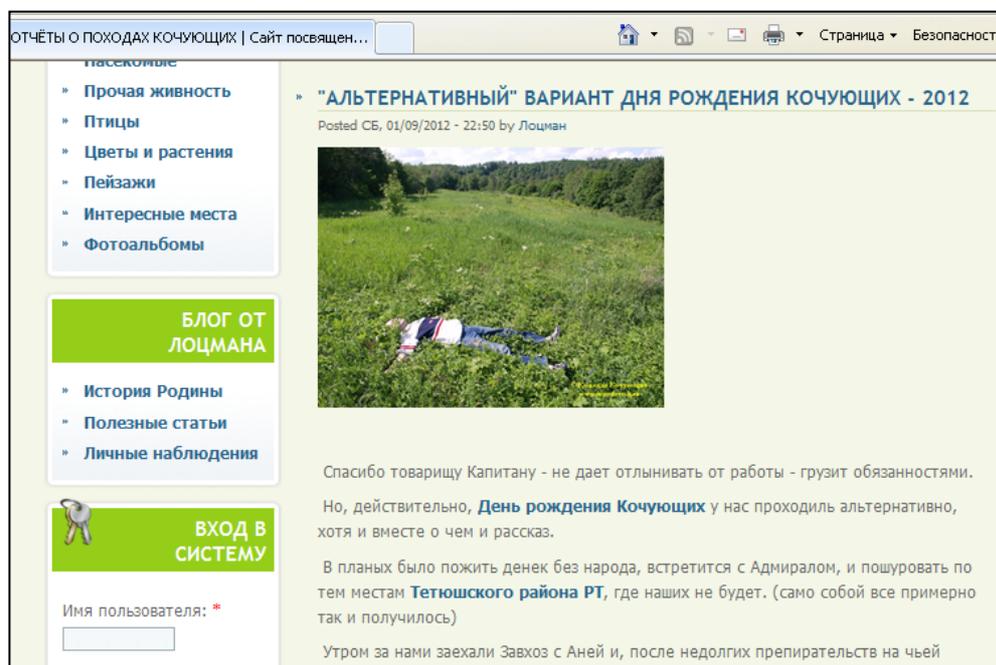
В разделе ‘байки’ на сайте *Кочующих* выложен самодеятельный фольклор – истории о путешествиях, дорожные песни, стихи, юмор. У *Кочующих* есть свои ритуалы. В частности, они проводят посвящения для новых членов и отмечают день рождения сообщества.

Конечно же, описанные нами восемь примеров сообществ не исчерпывают всего многообразия виртуальных способов самопрезентации путешественников в рунете. Тем не менее, обладая даже столь незначительным материалом по меркам всей глобальной сети, можно сделать некоторые выводы.

<sup>20</sup> Источник: <http://www.youtube.com/channel/UCnQ05rknuA7LCjnnFXBHOuw> (дата обращения: 6 октября 2013).

<sup>21</sup> Источник: [www.wanders-k.ru](http://www.wanders-k.ru) (дата обращения: 6 октября 2013).

## Илл.10. Отчет о 'дне рождения Кочующих'



Источник: <http://komanda-k.ru/2009/meropriyatiya> (дата обращения: 8 октября 2013).

Во-первых, сообщества формируются, как правило, из молодых и активных людей, объединенных общей страстью к определенному виду путешествий, либо азартом в поиске тайников, кладов и т.п. Чаще всего сообщество формируется на основе реальных событий, совместных походов и встреч, которые затем вытекают в потребность регулярного продолжения общения, коллективных воспоминаний в онлайн режиме, удобном и доступном для всех в любое время. Однако в последнее время появляется все больше примеров зарождения клубов путешественников в виртуальной среде. Лишь потом члены сообщества встречаются в реальном походе. Этому способствуют многочисленные разделы в социальных сетях, блогах и форумах о поиске попутчиков, планировании маршруте, разрабатываемом интересном квесте. Как показывают наши наблюдения, виртуальные практики общения неизменно на определенном этапе требуют выхода в реальность.

Во-вторых, активность членов сообщества и продолжительность его существования зависит от следующих факторов:

- проводятся ли ежемесячные встречи членов сообщества, выкладываются ли на сайте фото-и видеотчеты, т.е. существуют ли поводы для общения;
- доступна ли информация о сообществе широкой аудитории, выкладываются ли материалы не только на сайте клуба, но и на страничках членов клуба в социальных сетях (ВКонтакте, на Фэйсбуке, в ЖЖ, в Liveinternet, в блогах на Mail.ru), т.е. открыто ли сообщество для вступления в него новых членов, для возобновления;

- рассказываются ли на сайте истории о путешествиях, выкладываются ли дорожные песни, стихи, юмор, есть ли свои ритуалы посвящения в члены сообщества, празднования дней рождения клуба;
- имеется ли визуальная символика в группе, нанесена ли она на средства передвижения участников и на их одежду, т.е. воспринимают ли они себя единомышленниками;
- возможно ли получение каждым участником сообщества статуса в зависимости от количества пройденных маршрутов, набранных баллов, т.е. существует ли соревновательная система в их среде.

В-третьих, существует региональная специфика организации маршрутов сообществом. Она наблюдается не во всех клубах. Общая для всех и наиболее популярная форма совместных способов путешествий – это квесты. Тематика квестов зависит от историко-культурных объектов, присутствующих в данной местности, мифов и преданий, бытующих здесь, от популярных в данной среде книг и фильмов.

В-четвертых, в процессе общения путешественников в сети реализуется несколько разных функций. Прежде всего функция социализации – освоения социокультурного окружения и его преобразования в социально значимое знание. Сохраняется не менее важная для туризма функция рекреационная, которая в условиях сети интернет направлена на восстановление духовных сил человека с помощью воспоминания и переосмысления увиденного. Здесь же срабатывает и рекламная функция, что подтверждается тенденцией воспроизведения понравившихся маршрутов внутри сообщества. Нельзя не отметить когнитивную функцию – познание иных культур, расширения кругозора, духовного обогащения человека. Возможность применить накопленный опыт активизирует познавательные процессы путешественника. Не менее значимой функцией является коммуникативная. Сеть интернет является способом передачи информации и фактором, способствующим коммуникации, в том числе и межкультурной коммуникации. Медиативная функция интернет среды проявляется в закреплении результатов социокультурной деятельности индивидов, хранении и систематизации информации.

В-пятых, путешествующее сообщество составляет индивидуальный тур чаще всего без участия менеджеров из сферы туризма. Возможность забронировать гостиницу, заказать на определенное время питание, купить билеты через интернет, не выходя из дома, позволяет создать целостное восприятие путешествия до мельчайших подробностей. Наслаждение, получаемое от этих безграничных возможностей сети интернет, является фактором, определяющим выбор путешественника в пользу составления собственного маршрута. Планирование поездки с помощью сети интернет дает возможность предусмотреть все мелочи: учесть опыт других путешественников, обменяться мнениями, спросить совета ‘бывалых’. Именно поэтому так важен диалог внутри путешествующего сообщества.

В зависимости от полученного в результате путешествия удовлетворения или неудовлетворения, человек строит свою дальнейшую программу. Виртуальная среда для путешествующего сообщества – это не пустое пространство, создаваемое нашим воображением в сети, в которое переносятся утопические надежды. Напротив, путеше-

ствующее сообщество, общающееся в виртуальной сети, держится за счет своих реальных связей с внешним миром, окружающим его и наполняющим информацией. Поездки подкреплены фотоотчетами, картами, подробным описанием маршрутов. Сообщество непременно ждет и даже требует, отчетов, фотографий, видеосюжетов и т.п. Возможно предположить, что в сети создается основа для системы коллективного восприятия окружающего мира. Данная система позволяет воспринимать личности приобретенный опыт других как собственную социально значимую целостность.

Обобщая вышесказанное, заметим, что современная ситуация третьей среды обитания, в которую включен человек, все активнее наполняется клонами реальных туробъектов. Ситуация стремительного завоевания медиасредой реального пространства человека в первую очередь наводит на мысль о негативном сценарии трансформации путешествующего сообщества. В этом случае контакты с реально средой обитания человека будут сокращаться. Возможно даже, что человеку будет хватать общения с природой и объектами историко-культурного наследия через медиапосредников. Клоны, способные имитировать интерактивные модели любых объектов, территорий, зданий, станут более реальны и привлекательны для человека, нежели аутентичные предметы. Распространение виртуального туризма иллюстрирует формирование ранее небывалого образа жизни как ответную реакцию социума на взаимопроникновение новых технологий. Возможно, описанная стратегия чересчур фантастична, тем не менее виртуальное потребление будет продолжать набирать обороты. Все в большей степени опыт путешественников будет принимать характер имитаций, а виртуальное туристское пространство все больше будет преобразовываться в игровое.

При данном варианте развития событий возможен еще и следующий негативный момент. В реальных туристских практиках у каждого человека пространство представляется своим, индивидуально обжитым. Он самостоятельно строит маршрут, демонстрируя свободу выбора, свободу передвижения, свободу выбирать из всего многообразия социокультурного быта человечества и приобщаться к нему. В то время как виртуальная среда будет менять идентичность человека, возможно даже приведет к утрате идентичности или к конструированию искусственной идентичности пространства.

Однако на данный момент все обстоит не так печально. Масштабность туристских практик сетевого сообщества позволяет предположить и другой, более позитивный вариант развития событий. На наш взгляд, его можно считать и более реалистичным, так как именно в этом направлении сейчас и идет развитие по данным интернет-статистики. По возрастающему количеству отчетов в блогах и социальных сетях взаимодействие с реальностью у интернет-обитателей увеличивается. Усиливается линия подготовки к маршруту. Все активнее жители России начинают искать заинтересовавшие их объекты туризма, как в случаях, рассмотренных нами по региону Приволжья. За счет медиапосредников интернет-среда стимулирует любопытство к познанию своего и чужого, тем самым расширяется ментальная карта интернет-пользователя. В среде путешествующего сообщества создается жизненная ориентация, формирующая мобильный тип личности. Таким образом, мы можем сделать вывод о широких

перспективах для путешествующей аудитории познания себя и окружающего мира через медапосредников.

### Источники

- ‘Аудитория “Яндекса” превысила число зрителей Первого канала’. <http://lenta.ru/news/2012/05/25/overtake/> (дата обращения: 25 мая 2012).
- ‘Число пользователей интернет в РФ в 2014 году достигнет 80 миллионов’ / <http://newsland.com/news/detail/id/1007025/> (дата обращения: 31 марта 2012)
- Рукомойникова, Вера (2012). ‘Анализ интернет-активности россиян по запросам поисковых слов, связанных с туризмом в Приволжье’. *Туризм в глубине России*. Пермь: Изд-во Пермского университета, 41-48
- Baudrillard, Jean (1994). *Simulacra and Simulations*. Michigan: University of Michigan Press.
- Bauman, Z. (2000). *From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity*. Questions of Cultural Identity. London: SAGE, 18-35.
- Boorstin, Daniel Joseph (1992). *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books.
- Guilherme, Mendes Thomaz (2013). ‘Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: un estudio comparativo entre destinos turísticosmore’ / ‘Innovation in tourism promotion and media networks: A comparative study between journeys’. *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen / Studies and Perspectives in Turismo Volumen*, 22: 102-119. [http://www.academia.edu/2376233/INNOVACION\\_EN\\_LA\\_PROMOCION\\_TURISTICA\\_EN\\_MEDIOS\\_Y\\_REDES\\_SOCIALES\\_Un\\_estudio\\_comparativo\\_entre\\_destinos\\_turisticos](http://www.academia.edu/2376233/INNOVACION_EN_LA_PROMOCION_TURISTICA_EN_MEDIOS_Y_REDES_SOCIALES_Un_estudio_comparativo_entre_destinos_turisticos) (accessed 6 October 2013).
- Kasavin, Ilya (2004). *Analysis of everyday life*. Moscow: Institute of Philosophy in Moscow.
- Robinson, Peter, Sine Heitmann and Peter Diele (2011). *Research Themes for Tourism*. Wallingford, CABI.
- Rojek, Chris, Urry, John (1997). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
- ‘Travelogue with Total Recall. Designboom technology’. <http://www.designboom.com/technology/the-total-recall-agent-fujitsu-judges-special-award/> (accessed 7 May 2013).
- Urry, John (2002). *The Tourist Gaze*. London: SAGE.

ВЕРА ПАВЛОВНА РУКОМОЙНИКОВА – российский ученый, кандидат филологических наук (2005, Удмуртский институт истории, языка и литературы Уральского отделения РАН). В настоящее время является доцентом кафедры рекламы Поволжского государственного технологического университета, где читает курсы по дисциплинам «Основы рекламы», «История рекламы», «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме». Активно публикуется в российских научных изданиях, автор статей о виртуальном фольклоре и молодежных субкультурах, а также монографии «Виртуальный фольклор: за и против» (2004). [rukomvera@mail.ru]