

Место как палимпсест: от новой культурной географии к мифогеографии

Иван Митин

В культурной географии *место* как понятие формируется в ходе культурного поворота (*cultural turn*) в 1970-е – 1980-е годы. В течение длительного времени до этого место считалось географами термином, находящемся «в тени» понятий «пространство», «регион» и «ландшафт».

Одна из составляющих культурного поворота – становление гуманистической географии. Она «достигает понимания мира человека путём изучения отношений человека и природы, географического поведения людей и их чувств и идей в отношении пространства и места» [Tuan 1976: 266]. Герменевтический подход [Mügerauer 1981] и становление «новой культурной» географии находит развитие в гуманистической географии в специфическом понимании *места* [Entrikin 1991]. Определение места изначально вводится через визуальность: это та совокупность объектов, которая охватывается нашим вниманием [Tuan 2002: 262]. Однако, затем материальность понятия расширяется «место имеет историю и значение. Место воплощает в себе опыт и устремления людей. Место – это не только единица, объясняемая в поле содержащего ее пространства, это также и реальность, объясняемая и понимаемая с позиции людей, которые и наделили его значением» [Tuan 1974: 213]. С этой точки зрения место предстает через *дух места, чувство места и личность (personality) места* [Tuan 1974: 234].

«Пространство трансформируется в место как только получает определение и значение» [Tuan 2002: 136], – это, пожалуй, ключевая мысль И-Фу Туана: *место конструируется*. «Главный концепт здесь – это «значение», и, в самом деле, «место» может быть переосмыслено как нечто, пробуждающееся к существованию через человека и наделение им локальности значением» [Jeans 1979: 207-208]. Значит, *место конструируется человеком посредством означивания*: «Создать (*to make*) место значит окружить локальность человеческим значением» [Jeans 1979: 209].

Место как понятие, таким образом, возникает тогда, когда «пространство» начинает ассоциироваться с классическими позитивистскими географическими подходами: новое понятие конструируется в рамках новой культурной географии и гуманистической географии как альтернатива абстрактному и измеряемому пространству. Место очеловечено и задаётся, прежде всего, как нечто, выделяемое из понимаемого так пространства человеком – *'meaningful location'*.

При этом место как понятие отдаляется от «региона» и максимально сближается с изменённым радикальным образом в те же самые годы понятием культурного ландшафта. Осмысленный человеком участок пространства предстаёт как место и – как совокупность локализованных разнонаправленных, но взаимосвязанных социальных, культурных, природных и иных значений, т.е. культурный ландшафт.

В конце 1970-х годов важной метафорой последнего становится введённый в географический обиход Д. Мейнигом термин «палимпсест» [Meinig 1979]. Д. Мейниг описал процесс формирования ландшафта как растянутый во времени, в связи с чем в ландшафте всегда сохраняются следы его прошлых состояний. Подобная историко-географическая модель палимпсеста предполагает, что со временем одни элементы ландшафта оказываются утраченными, другие, наоборот, акцентируются, третьи переосмысливаются по-новому [Urbanc et al. 2004]. В рамках концепции мифогеографии эта метафора была расширена, и акцент был сделан на различия в интерпретации *одних и тех же мест* (городов, ландшафтов) различными социальными, культурными, религиозными и иными группами и индивидами [Mitin 2010; Митин 2012]. Место – многослойная структура, подчёркивающая сосуществование в себе множественных образов и впечатков различных культур. При этом, с одной стороны, созданный – в широком смысле – *текст* рассматривается как одно из пространственных *представлений*

о месте (образ, миф, информационный слой культурного ландшафта и т.п.), а, с другой стороны, – как научно обоснованная *комплексная географическая характеристика*. В основе мифогеографической модели места как палимпсеста – семиотическое переосмысление (новое означивание) свойств места и/или его уже созданных интерпретаций при сохранении прежних. Механизм создания места как палимпсеста, таким образом, заимствован из теории современных мифологий, а получившаяся модель служит одним из объяснений взаимосвязей внутри культурного ландшафта.

Митин И.И. Мифогеография как теоретическая рамка брендинга города // Брендинг малых и средних городов России / Отв. ред. А.М. Бритвин. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. С. 135-142.

Entrikin J.N. The betweenness of place. Towards a geography of modernity. Houndmills – L.: MacMillan Education Ltd., 1991.

Jeans D.N. Some literary examples of humanistic descriptions of place // Australian geographer. 1979. Vol. 14. No. 4. P. 207-214.

Meinig D.W. Introduction // The Interpretation of Ordinary Landscapes: Geographical Essays / Ed. by D.W. Meinig. New York – Oxford: Oxford University Press, 1979. P. 1-7.

Mitin I. Palimpsest // Encyclopedia of Geography / Ed. by B. Warf. SAGE Publications, 2010.

Mügerauer R. Concerning regional geography as a hermeneutical discipline // Geographische Zeitschrift. 1981. Jg. 69. Heft 1. S. 57-67.

Tuan Yi-Fu Humanistic geography // Annals of the Association of American Geographers. 1976. Vol. 66. No. 2. P. 266-276.

Tuan Yi-Fu Space and place: humanistic perspective // Progress in geography. 1974. Vol. 6. P. 211-252.

Tuan Yi-Fu Space and Place. The Perspective of Experience. 9th ed. Minneapolis – L.: University of Minnesota Press, 2002.

Urbanc M., Printsman A., Palang H., Skowronek E., Woloszyn W., Gyuró E.K. Comprehension of rapidly transforming landscapes of Central and Eastern Europe in the 20th century // Acta geographica Slovenica. 2004. Vol. 44. No. 2. P. 101-131.