

Муравицкая Светлана Валерьевна

канд. филол. наук, доцент

НОУ ВО «Санкт-Петербургский гуманитарный

университет профсоюзов»

г. Санкт-Петербург

МЕТАМОРФОЗЫ ПУТЕВОГО ОЧЕРКА В КОНТЕКСТЕ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ

***Аннотация:** в статье рассматривается трэвел-журналистика как особое направление в массмедиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях в контексте разработки таких тем, как география, история, культура, туризм, и опирающееся на аудиторию, заинтересованную в такой специфической тематике.*

***Ключевые слова:** путешествие, массмедиа, трэвел-журналистика, жанр, эссе, путевой очерк.*

Современное медиапространство развивается в условиях засилья «инфотейнмента» и претерпевает процессы конвергенции. Увеличивается количество жанров, к примеру, телевизионной трэвел-журналистики за счет появления различных телешоу и развлекательных программ. Задача данной статьи – рассмотреть жанровую специфику путевого очерка в условиях тенденций, обозначивших себя в современной журналистике путешествий, наметить перспективу развития названного жанра.

Путевой очерк возник из популярного в прошлом жанра литературного путешествия. Интерес к другим странам, мирам, жажда новизны и приключений всегда побуждали людей к странствиям. И важным было не только открыть новые земли, но и самоидентифицировать себя посредством погружения в чужие топосы, культуру, через понимание картин мира «других», через, по словам М.М. Бахтина, культурную «диалогичность» [1]. В учебном пособии «Очерк: Теория и методология жанра» М.Н. Ким утверждает: «Одним из первых

письменных свидетельств является древнеегипетская «Сказка потерпевшего кораблекрушение», где подробно описывается противостояние «своего» мира «чужому» [2, с. 23]. Путевые записи всегда соотносились с преодолением препятствий и испытаний. «Одиссея» Гомера, «Божественная комедия» Данте Алигьери, «Хождение за три моря» Афанасия Никитина, «Путешествие из Петербурга в Москву» А.Н.Радищева, «Письма русского путешественника» Н.М. Карамзина художественно исследуют опыт самопознания героя, а основным средством такого исследования становится хронотоп.

В журналистике, в отличие от литературы, автор занимает более активную позицию: выступает в лице не столько беспристрастного наблюдателя, сколько непосредственного участника событий. Открытая авторская публицистичность – отличительный признак путевого очерка. Именно автор придает очерковому тексту о путешествии особую связность. Ему важно создать целостную картину отображаемой социальной действительности.

Жанр путевого очерка разветвляется на путевые заметки, зарисовки, лирические дневники. Публицисту важно показать быт, нравы населения описываемых мест, дать характеристики героям, позволить себе и лирические отступления. В публицистическом очерке важны хронологическая последовательность, соблюдение принципа панорамности (очерковость – набросок), смена объектов, обостренная динамика повествования. Текст путевого очерка строится на образных сравнениях, насыщен познавательными элементами, содержит индивидуальные оценки, ведущие к глубоким обобщениям. В современной очеркистике набирает силу такой прием отображения действительности, как путешествие автостопом, позволяющий отойти от заданного заранее маршрута и предсказуемости встреч. Авантюристичность, интрига здесь – основа сюжета. Пожалуй, это самый субъективный жанр журналистики. События и факты не просто фиксируются, но осмысливаются под углом зрения автора, оцениваются, трактуются в свете его идейно-художественной позиции.

В современном мире индустрия туризма – одна из самых успешных. Её привлекательные стороны – путешествие и развлечение. Сегодня, по мнению И.В. Показаньевой, «инфотейнмент и путешествие обнаруживают себя в рамках трэвел-журналистики – особого направления в современных массмедиа, где в центре – информация о путешествии» [3]. Российские трэвел-журналисты рассматривают трэвел-журналистику с разных точек зрения. К примеру, Мария Желиховская соединяет «в рамках трэвел-журналистики разные сферы жизни: гастрономию, искусство, этнографию, культуру» [4]. Журналист и блогер Григорий Кубатьян рассматривает эту сферу массмедиа как гибрид путевых заметок и популярного страноведения. На своей странице в Livejournal он говорит так: «Travel-журналистика (от англ. travel – путешествие) – специфический жанр, который находится на стыке серьезной журналистики и простых дневниковых записей. Вдобавок, он объединяет литературу и фотоискусство. Сегодня мы живем в эпоху, когда люди хотят не только услышать о чем-то, но и увидеть глазами. Раньше этот жанр назывался – путевые заметки» [5]. В практике путевых очеркистов даже появились понятия «трэвел-журналист» (информационная журналистика) и «трэвел-райтер» (термин ближе к художественной литературе). «Трэвел-журналист» занимается прежде всего «информационной журналистикой, а не литературой, причем трэвел-журналист может работать как на телевидении, так и в печати. Эти термины используются как синонимы, что приводит к проблемам дифференциации между тем, что представляет собой трэвел-журналистика как направление, которое теоретически имеет этические стандарты и существует по определенным законам, и тем, что можно охарактеризовать как художественную литературу. Проблема состоит в том, что путевые очерки можно создавать в гораздо более ограниченных условиях: жанр позволяет авторам включать вымышленные элементы и использовать художественные приемы. Возможно даже создание материала без самого путешествия – автор создает вымышленные истории для развлечения читателя, используя чужие фотографии, подкрепляя материал фактами из путеводителей» [3].

Многие ученые говорят о современной журналистике так: сегодня журналистов интересует не действительность как таковая, а как эту действительность видят «другие» (отличающиеся от тебя ментальными особенностями, местом жительства – чужие культуры). Массмедиа сообщают не о том, что происходит, а о том, что «другие» считают важным. Безусловно, этому способствует и современная медиажизнь, тесно связанная с социальными сетями: наблюдение человека за человеком.

Медиапрезентация «других» оказывает решающее воздействие на картину мира современного потребителя информации. Современный человек даже предпочитает узнавать информацию не через колонки международных новостей, а через медиатексты трэвел-журналистов. В них больше эмоционального, неклишированного, деполитизированного, культурологического и даже гуманистического начал.

Всё чаще встречается термин «социокультурный декодер» – журналист, который преобразовывает информацию из одного культурного текста в другой. Описать «чужую» страну на основе личных наблюдений и интервью (бесед) с её жителями и предложить сформированный на основе этих материалов медиатекст целевой аудитории «другой» культуры – задача сложная. Речь идет минимум о двух языках, о разных картинах мира, ментальностях. Написать путевой очерк, к примеру, русскоязычному журналисту, владеющему иностранным языком, для китайцев и русских – две разные установки.

Отметим еще одну тенденцию. Сегодня трэвел-журналист не всегда следует традиционным журналистским идеалам, поэтому можем сказать, что содержательный баланс здесь колеблется между рекламой и инфотейнментом. В целом индустрию туризма двигает реклама, возможность развлечь целевые аудитории.

Часто трэвел-журналист рассказывает об аспектах туризма в информационно-развлекательных целях, что редко включает в себя аналитические аспекты повествования, свойственные серьезной очерковой журналистике. Экономический фактор проявляет себя и в том, что оплата поездок трэвел-журналисту – дорогостоящее дело. Часто бесплатное размещение с системой обслуживания «всё

включено» заставляет журналиста видеть только положительные аспекты – восхвалять страну пребывания. В этом проявляется скрытое давление на автора будущих материалов.

Поэтому при производстве контента трэвел-журналистики публицист должен руководствоваться правилом – важно, чтобы целевая аудитория смогла отличить реальность от привлекательной рекламной картинки.

Таким образом, исследуя развитие жанра путевого очерка в контексте современной журналистики путешествий, важно учитывать экономический, рекламный и развлекательные факторы, влияющие на характер отражения трэвел-журналистом действительности и определяющие перспективу развития жанра. Эти факторы (или тенденции) намечают, а в будущем ещё больше заострят перед журналистом, создающим путевой очерк, основную этическую проблему – балансирование между нажимом туристических операторов и стремлением соответствовать действительности.

Список литературы

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. – М.: Художественная литература, 1972. – 470 с.
2. Ким М. Н. Очерк: Теория и методология жанра: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУ, 2000. – С. 23.
3. Показаньева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства / И.В. Показаньева // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2013. – Вып. №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1385> (дата обращения: 09.01.2017).
4. Трэвел-журналистика. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 09.01.2017).
5. Кубатьян Г. Travel-журналистика. Начало // Livejournal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html> (дата обращения: 09.01.2017).