

ТРАВЕЛОГ КАК ЖАНР ДИСКУРСА БЛОГОСФЕРЫ

© 2020 Кириллов А.Г.

Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

Статья посвящена общему анализу жанра травелога в компьютерно-опосредованной коммуникации. Рассматриваются основные жанроустанавливающие характеристики травелога в интернет-пространстве в сравнении с классическим травелогом и журналистикой путешествий. Автор делает выводы о современной реализации жанра травелога в интернет-пространстве.

Ключевые слова: травелог, блог, видеоблог, блогосфера, компьютерно-опосредованная коммуникация.

Открытость современного мира и технологические возможности трансформируют нашу реальность. Скорость и доступность путешествий позволяют всё большему количеству сограждан посещать другие города и страны, включая довольно экзотические направления. В то же время эта доступность в силу бедности значительной части населения России носит относительный характер. Но развитие интернета и гражданской журналистики отчасти решает проблему удовлетворения познавательного интереса, так как предоставляет богатый выбор текстового, фотографического и видеоматериала, посвящённого путешествиям.

Статьи и передачи о путешествиях присутствовали в отечественных средствах массовой информации и ранее, хотя далеко не в таком количестве. Сегодня продолжают выходить отдельные программы и журналы, которые принято называть журналистикой путешествий или тревел-журналистикой [12]. Основная масса материалов по тематике размещается частными лицами в интернете, что дает богатство выбора, разные точки зрения и углы охвата, субъективный и нецензурируемый взгляд. Произошла революция с переходом качественной журналистики в онлайн, СМИ и на видеоплатформу YouTube, где современный потребитель медиаконтента предпочитает получать новости, находить развлекательные и познавательные материалы.

Блогосфера оказывается благоприятной альтернативной средой, с одной стороны, для удовлетворения потребности к самовыражению авторов, а с другой стороны, для удовлетворения любопытства и информационного голода потребителей. Свобода творчества по-

родила различные формы, форматы и даже жанры в рамках некоего универсального жанра травелога [14]. Данный термин широко используется в отечественной научной литературе, хотя и подвергается определённой критике [11]. Необходимо отметить, что описание путешествий рассматривается с разных позиций: литературоведения (объектом выступает «литература путешествий») [7], журналистики («журналистика путешествий») [1, 6] и филологии (чаще всего объектом здесь выступает «травелог»). Специфика блогосферы достаточно хорошо описана в работах последних лет [2 - 5, 13].

Современная российская блогосфера предоставляет обширный материал для исследования травелогов с целью выявления жанроустанавливающих, структурно-композиционных, языковых, дискурсивных и нарративных особенностей. Обращение к видеоблогам про путешествия позволяет существенно расширить материал исследования, при этом данный материал будет балансировать на грани между блогосферой и журналистикой.

Типологизация жанров блогосферы как сетевого пространства компьютерно-опосредованной коммуникации представляется сложной филологической проблемой и требует поиска стабильных критериев. Объясняется это тем, что блоги в отечественной лингвистике трактуются двояко, то есть как специфическая виртуальная оболочка для «актуализации текстов, характеризующихся широкой тематикой и жанровым многообразием» [2] или как гипержанр компьютерно-опосредованной коммуникации [5].

С точки зрения традиционного речежанрового подхода блог не является жанром, а представляет собой формат или форму, которую принимают тексты сложившихся или новых жанров (речевых, литературных, публицистических, любых иных). Если трактовать блоги как оболочку для текстов различных жанров, то дальнейшая стратификация дискурса блогосферы строится на выявлении и описании жанров публикаций (постов). Это не исключает наличия узконаправленных блогов, все посты в которых принадлежат к одному жанру, следовательно, жанр поста характеризует и блог в целом.

С позиции «форма как жанр» интернет-коммуникация представляет собой разнообразие таких форм/жанров: блоги, микроблоги, чаты. Если рассматривать блог в качестве гипержанра, то возможно выделять жанры блогов, основываясь на их основной тематике. При этом блоги с разножанровыми текстами будут считаться универсальными блогами или блогами с универсальным содержанием. Такой подход может показаться уязвимым в силу преобладания универсальных блогов, но не отменяет наличия некоторых специфических видов блогов, которые допустимо считать жанрами блогосферы. Среди них — тревелогии или блоги о путешествиях.

Было предпринято несколько попыток определить сущность данного жанра. Большая их часть исходит из понимания тревелога как литературного жанра, который лишь в одной из своих современных итераций принимает форму онлайн-рассказа о путешествиях. Но даже в литературоцентричных исследованиях находим вполне нейтральные определения. Так, А.А. Майга считает основной жанрообразующей чертой тревелога «стремление к достоверному изображению «чужого» мира, пропущенного через восприятие путешественника» [7]. В данном определении подчёркивается сочетание объективного и субъективного начал тревелога как любого другого документального жанра. Объективным в тревелоге предстаёт окружающий мир, но отбор информации, её обработка, представление и интерпретация в значительной степени подчинены личным интересам, возможностям, целям и желаниям автора.

Рабочим определением жанра будем считать следующее: тревелог — жанр блог-

дискурса (блогосферы), основным содержанием которого является рассказывание о поездках, путешествиях, направлениях, достопримечательностях и аспектах организации поездок. Если необходимо строже очертить рамки жанра, то достаточно сузить определение содержания такого блога до «основного и единственного». Однако считаем, что редкие посты на иные темы, теряющиеся в потоке публикаций на основную тему, не могут повлиять на общую жанровую характеристику блога как тревелога, например, видеоблоги, то есть единичные ролики о технике съёмки, выборе оборудования или коллегах не снимают определения тревелога с канала в YouTube, посвящённого путешествиям.

Как и любой другой жанр компьютерно-опосредованной коммуникации, тревелог обладает двумя специфическими текстовыми характеристиками — гипертекстовостью и креолизованностью. Гипертекстовый характер тревелога обусловлен техническими условиями функционирования. В частности, все заголовки, первичные указания авторства постов и блога, первичные указания даты размещения постов, а также ссылки на другие публикации в интернете предопределяют гипертекстовый характер блогов. Свободный переход по таким ссылкам обеспечивает множественную нелинейную навигацию или переходы. В результате читатель может сменить текст на другой из любой точки своего нахождения в первичном тексте, вернуться обратно, обозреть набор текстов, объединённых общим признаком, хаотично перемещаться по текстам блога. Гипертекстовость позволяет легко внедрять значительное количество иных текстов в основной текст, не вставляя фрагменты собственно текста, а лишь давая ссылку на него и предоставляя читателю самому выборочно знакомиться с иными текстами. Гиперссылочный аппарат позволяет читателю не только следовать авторскому развёртыванию текста, но и осуществлять собственную навигацию.

Креолизованный характер тревелога легко объясняется их тематической направленностью. Сложно представить современный текстовый тревелог без фотографий из поездок. Здесь можно наблюдать варианты: в одних тревелогах текст выступает в качестве основного содержания, а изображения лишь дополняют, «комментируют»; в других тревелогах

текст носит комментирующий характер к многочисленным фотографиям, составляющим главное содержание поста. Видеоблог является креолизованным по определению, поскольку вербальная часть накладывается на невербальную в качестве комментария — видеоряд здесь становится основным содержанием, порой не требующим никакого вербального комментирования.

Травелог в текстоцентричной блогосфере — это ресурс, в котором автор рассказывает о своём опыте путешествий. Практически всегда такой травелог содержит яркий и интересный текст и такие же фотографии. Стиль травелога может быть похож на личный дневник (ведь блог — это и есть личные впечатления блогера, его личное отношение и восприятие), на путеводитель (если текст отличается превалированием фактуальной информации над эмоциональной) или на серию аналитических статей (если фактуальная информация расширяется анализом ситуаций). Таким образом, автор создаёт у читателя определённую картину мира. При этом автор может преследовать различные цели: самопрезентация, накопление опыта писательства, поиск единомышленников, просветительская деятельность или даже заработок.

Основная аудитория травелога распадается на две группы. К первой относятся читатели и зрители, удовлетворяющие своё информационное любопытство с созерцательной точки зрения. Они хотят узнавать о разных местах или следят за передвижениями популярного блогера, но сами не имеют возможности или не планируют следовать за ним. Ко второй группе относятся те читатели и зрители, которые используют травелог в качестве источника вдохновения и информации при планировании своих собственных путешествий. Эта группа малочисленнее первой.

Образ автора — важная составляющая многих травелогов (С. Доля, А. Чебан, И. Варламов, А. Беленький, А. Птушкин с каналом «Антон Птушкин», А. Кондрашов с каналом «Alexander Kondrashov», Д. Комаров с каналом «Мир наизнанку», А. Виноградов с каналом «Настоящий»). В травелогах автором выступает реальный человек, представленный под своим настоящим именем. Такая открытость увеличивает доверие к автору, поскольку в записях рассказывается о реальном опыте путе-

шествий, а зачастую публикуется и реклама. Автор фотографирует, пишет тексты, а также, как правило, снимает видео (хотя над видеоблогами могут работать целые команды).

Отдельные исследователи подчёркивают различие между авторами травелогов (трэвел-блогерами) и авторами журналистики путешествий (трэвел-журналистами) [9]. Некоторые из приводимых критериев разграничения представляются несущественными в современной медиареальности, где журналисты заводят блоги и уходят из традиционных СМИ в YouTube, а непрофессиональные блогеры создают медиаконтент высочайшего качества.

Языковые особенности блогосферы традиционно исследуются в общем, без разделения на посты (тексты автора) и комментарии (тексты читателей/зрителей и возможная ответная реакция автора), без разделения на различные жанры блогосферы. Как правило, отмечаются такие особенности, которые характерны в целом для интернет-коммуникации: преобладание разговорной лексики, повышенная эмоциональность, креолизация (использование графических вкраплений), карнавализация (сознательное нарушение орфографических норм), небрежность (грамматические ошибки), стилевое смешение, фрагментарность визуального единства, повествовательный хаос.

Признавая наличие тех или иных особенностей, следует всё же констатировать, что количество и многообразие травелогов и текстов в них не позволяют считать эти особенности характерными для жанра травелога как такового. Это, скорее, возможные черты, которые могут в той или иной степени встречаться в отдельных случаях, учитывая принадлежность травелогов к гипержанру блогов, а того, в свою очередь, к интернет-коммуникации с её типичными особенностями. Чем более профессионально ведётся травелог, тем менее выражены (либо сведены к минимуму погрешности) будут графические вкрапления в виде смайлов, сознательные нарушения норм и правил, стилевое смешение и небрежность.

С другой стороны, отдельные травелоги строятся на контрасте неформальной подачи авторитетной информации с преобладанием нарочито разговорной лексики (для создания эффекта сближения автора и аудитории), большей эмоциональности (для подчёркивания опыта личных переживаний) и даже спе-

цифической карнавализации (для демонстрации принадлежности к группе интернет-деятелей). Стоит также помнить, что авторы многих текстоцентричных трэвелогов и большинства трэвелогов в YouTube — представители нового поколения, для которых молодёжный сленг, некая нарочитая неформальность в общении, широкое использование иноязычных вкраплений и технической терминологии является стандартным способом общения, а не целенаправленным сломом речевой парадигмы и отступлением от норм.

В существующих исследованиях трэвелога предлагаются различные классификации его видов и даже жанров. Так, В.М. Русаков понимает сущность трэвелога как рассказа о путешествиях и рассматривает виды рассказов и путешествий, становящихся предметом рассказывания. К производным видам трэвелога автор относит также кино-телепутешествие, аудиорассказ и трэвел-блог, под которым понимается «рассказ о некоем Пути, размещённый в Интернете» [10].

Признавая важность выделения и изучения видов/подвидов жанра трэвелога (или жанров трэвелога, если рассматривать его в качестве оболочки), необходимо отметить, что классификация В.М. Русакова слишком обширна и, скорее, подходит для исследования литературных трэвелогов. Кроме того, она снова подчёркивает терминологический хаос, где один и тот же объект изучения именуется то трэвелогом, то трэвел-блогом. Считаем возможным использование термина «трэвелог» в отноше-

нии онлайн-трэвелогов вместо термина «трэвел-блог».

Более приближённую к нашему пониманию современного трэвелога в компьютерно-опосредованной коммуникации классификацию предлагает М.А. Паниковская [8]. Она выделяет две категории — информационные и информационно-аналитические трэвел-блоги и два вида — общетематические и нишевые трэвел-блоги.

В итоге можно сформулировать следующие выводы. Жанр трэвелога берёт своё начало в литературе и получает развитие в современных видах коммуникации, включая блогосферу. Трэвелог в интернете представляет собой отдельное явление, которое всё же представляется возможным называть трэвелогом. Онлайн-трэвелог могут принимать многочисленные формы, основными из которых выступают текстоцентричные блоги и видеоблоги. Наблюдается некоторое смещение границ между блогосферой и журналистикой, особенно в случае с видеоконтентом, что справедливо и для трэвелогов, поэтому терминология и принципы разделения произведений, описывающих путешествия, остаётся неустоявшейся.

Представляется перспективным уточнить номенклатуру терминов, описывающих сферу компьютерно-опосредованной коммуникации, в частности, в части описания блогосферы; а также разработать на обширном эмпирическом материале классификацию видов онлайн-трэвелога и детально описать их языковые особенности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бобров А.А. Журналистика путешествий: реальность и тенденции // Научные труды Московского гуманитарного университета. - 2016. - № 3. - С. 53-61.
2. Галичкина Е.Н. Жанровая стратификация российской блогосферы в виртуальной коммуникации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. - 2009. - № 1. - С. 58-63.
3. Гермашева Т.М. Исследование лингвистических и паралингвистических характеристик блог-дискурса // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. - 2010. - № 12. - С. 150-155.
4. Водоватова Т.Е., Черняева А. Д. Языковые свойства речевого жанра туристических экскурсий // Вестник Международного института рынка. - 2019. - № 1. - С. 114-118.
5. Кириллов А.Г. Дискурс блогосферы: ключевые понятия и категории блогов как гипержанра компьютерно-опосредованной коммуникации // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвузовский сборник научных трудов. Вып. 12. Орёл, 2014. - С. 260-270.
6. Кривцов Н.В. Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы // Вопросы теории и практики журналистики. - 2017. - № 3. - С. 347-365.

7. Майга А.А. Литературный тревелог: специфика жанра // Вестник ТГГПУ. - 2014. - № 3 (37). - С. 254-259.
8. Паниковская М.А. Специфика трэвел-журналистики в блогосфере // Медиасреда. - 2016. - № 11. - С. 85-91.
9. Показаньева И.В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста // Universum: филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. - 2015. - № 3-4 (17). - URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2083> (дата обращения: 29.02.2020).
10. Русаков В.М. Многообразие видов и жанров тревелога // Дискурс-Пи. - 2013. - № 1-2. - С. 304-306.
11. Сафарчиева Ф.Ф. Жанрово-терминологический аспект теории современного отечественного тревелога // Вестник Костромского государственного университета. - 2018. - № 2. - С. 158-162.
12. Соловьёв В.А., Скобликова Д. Особенности функционирования тревел-журналистики в российской медиасреде // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. - 2017. - № 10 (783). - С. 275-285.
13. Шляховой Д.А. Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. - 2017. - № 4. - С. 939-948.
14. Шпак Г. В. Тревелог: поиск универсальной дефиниции. Четыре стратегии репрезентации пространства // Преподаватель XXI века. - 2016. - № 2. - С. 261-277.

TRAVELOGUE AS A GENRE OF BLOGOSPHERE DISCOURSE

© 2020 Andrey G. Kirillov

Samara University of Public Administration
“International Market Institute”, Samara, Russia

The article is concerned with the general analysis of the travelogue genre in computer-mediated communication. The basic genre-setting characteristics of travelogue on the Internet compared to classical travelogue and travel journalism are considered. The author makes conclusions about the latest implementation of the travelogue genre on the Internet.

Keywords: travelogue, blog, video blog, blogosphere, computer-mediated communication.