

## ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА: АСПЕКТЫ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ЦЕЛОСТНОСТИ

Л. Г. Вихорева

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 27 августа 2018 г.

**Аннотация:** в статье тревел-журналистика рассматривается как важный фактор обеспечения общества знаниями, аксиологическими и поведенческими ресурсами. В кругу ответственности тревел-СМИ — участие в организации межкультурного диалога, основанного на этических принципах толерантности и миролюбия. Изучается положительное влияние пользовательского контента на развитие тревел-журналистики, на формирование медиакартины мира в сознании массовой аудитории.

**Ключевые слова:** тревел-журналистика, тревел-приложения, медиaprостранство, интеллектуализация, инновации, пользовательский контент, публичность образовательной практики.

**Abstract:** in the article, travel journalism is viewed as an important factor in providing the society with knowledge, axiological and behavioral resources. In the circle of responsibility of travel media, participation in the organization of intercultural dialogue based on ethical principles of tolerance and peacefulness. We study the positive impact of user content on the development of travel journalism, on the formation of the media world in the minds of the mass audience.

**Keywords:** travel journalism, travel applications, media space, intellectualization, innovations, user content, publicity of educational practice.

Туристический поток в мире стремительно растет. Люди совершают разнообразные международные поездки, цель которых — профессиональная деятельность, волонтерство, отдых. Согласно данным мирового туристского барометра, Всемирной туристской организации (UNWTO), прирост туристического потока в 2017 г. отмечается самым высоким показателем за последние 12 лет [1]. В 2018 г. ожидается рост туризма в Европе и Северной и Южной Америке на 3,5%–4,5%, Азии — на 5–6%, Африке — на 5–7%, а на Ближнем Востоке — на 4–6%. ЮНВТО (UNWTO) прогнозирует, что к 2030 году в мире будет зарегистрировано 1,8 млрд. международных туристов.

С развитием отрасли туризма мировая тревел-журналистика сложилась в широкую систему: ее медиaprостранство регулярно пополняется медиатекстами, разработчики онлайн-сервисов для смартфонов и планшетов выпускают тревел-приложения, функционирующие онлайн и офлайн.

Тревел-журналистика приобрела характер массового распространения на территории нашей страны. Активно используются ресурсы крупнейших авиакомпаний, тревел-агентств, выходят в печать новые выпуски инфлайт-журналов с тематическими приложениями (как у «Аэрофлота», S7 и др.). Приказ Ростуризма от 15 апреля 2015 года о национальном туристическом портале свидетельствует о создании

благоприятных условий для освещения туристической индустрии в отечественном медиaprостранстве. В приказе утверждается информационно-сервисный мультимедийный централизованный интернет-ресурс о туризме, включающий информацию «об объектах, коллективных средствах размещения, транспортной доступности, ключевых событиях, существующих туристских маршрутах» [2].

Во многих регионах страны туризм становится элементом устойчивого развития российского общества, что дает основание утверждать о наличии прямой зависимости экономического процветания территории от способности эффективно развивать туристическую индустрию.

На фоне глобализации, развития технологий формируются межкультурные коммуникации, межнациональный диалог. Отечественная тревел-журналистика создает положительный имидж России в глобальном информационном пространстве, оказывает поддержку внутреннему туризму, совместному участию представителей разных стран в воспитательных, эстетических, научных, спортивных и оздоровительных видах деятельности, которые направлены на развитие дружеских отношений государств и реализацию международных образовательных программ. В журнале «L'Officiel Voyage Россия» регулярно публикуются материалы о российском туризме, включая такие направления, как Горный Алтай, республика Марий Эл и др. В материалах жур-

нала и тревел-приложениях можно найти гиды по спортивным комплексам, воспользоваться множественством предлагаемых туристам услуг: купить разовое посещение или абонемент, забронировать сафари. Культурно-образовательная составляющая заключается в популяризации центров искусства и образовательных курсов и программ для аудитории. У пользователей и авторского коллектива налажена обратная связь, курсы формируются исходя из запросов читателя, абонемент или разовое посещение лекций и семинаров можно получить онлайн.

Образование является приоритетным направлением политики развитых стран и важным фактором межкультурного взаимодействия в современном медиапространстве тревел-журналистики. Программы образовательного туризма основаны на непрерывной коммуникации и принципе целостности — соединении культуры духовной с гуманитарным и техническим знанием. Туризм неотделим от процесса познания, и любой его вид будет сопряжен с получением каких-либо знаний [3].

Международное сотрудничество России с другими странами в сфере образования и культуры стремительно развивается. У представителей различных этносов и национальностей появляется возможность взаимодействовать друг с другом в российском медиапространстве, чтобы обмениваться информацией, интеллектуальными ресурсами — знаниевыми, аксиологическими, поведенческими — на пути цивилизационного развития. Журнал «Вокруг света» и два одноименных мобильных приложения демонстрируют обширное поле взаимодействия пользователей из разных стран и результаты сотрудничества — общие выставки, музыкальные концерты и литературные вечера.

Главная характеристика нового этапа развития современного информационного общества — интегрирование различных областей знания. Междисциплинарные исследования позволяют формировать целостный взгляд на мир для адекватного понимания проблем и способов их решения. Без знания целостной картины мира невозможно формирование личности, способной самостоятельно проявлять свои интересы, в максимальной форме реализовывать их, саморазвиваться. Современная картина мира — это продукт творческого развития человечества, в ней обнаруживаются значительный воспитательный и образовательный ресурсы, так как идеи универсального понимания мира вмещаются в представления о современной картине мира [4].

Формированию целостной картины мира способствуют также тревел-СМИ, авторские блоги, которые дополняют друг друга и помогают рассмотреть проблемы образования, туризма, культурного взаимодействия; они включают и пользовательский контент, и экспертное мнение, что помогает взглянуть на проблемы сферы туризма с разных сторон.

Культурно-образовательное взаимодействие является важным фактором интеллектуализации мирового сообщества, обеспечивающим активацию ноосферных процессов в развитии человечества.

С развитием инновационных технологий произошло широкое распространение российского пользовательского тревел-контента. Такой контент называют «Тревел 2.0» (англ. Travel и «Web 2.0»). Распространение пользовательского контента говорит о том, что каждая личность является важным субъектом развития социальной и образовательной практики. Зарубежные исследователи обратились к теории антропологической тревел-практики. В круг вопросов, активно освещаемых зарубежными авторами, вошли вопросы взаимодействия путешественников, тревел-журналистов, ученых-антропологов, чья деятельность тесно связана, поскольку обусловлена изучением различных аспектов социальной и культурной жизни общества. Среди зарубежных исследователей, которые внесли вклад в развитие теории антропологической тревел-практики, можно назвать И. Гргуринович [5] и Мери Луиз Пратт [6]. Геополитическая ситуация диктует необходимые условия ведения диалога, в котором человеческий фактор — первостепенный. Конфликтность мировой ситуации, соперничество стран не касается культурной сферы, где есть сотрудничество и диалог, который сближает людей. Жители различных государств предпочитают коммуникацию и обмен опытом социальной и образовательной практики в глобальном культурном пространстве.

Комитет дружбы МГУ — Куба, кафедра имени Хосе Марти на историческом факультете Московского университета, официальные источники (сайт, журналы) и гражданские источники (страницы в социальной сети), которые освещают деятельность организаций, нашли продолжение в развитии совместного научного и культурного сотрудничества исторического факультета МГУ с посольствами Кубы и Венесуэлы. Представители кафедры имени Хосе Марти, студенты и аспиранты приняли участие в многочисленных конференциях и симпозиумах, в частности международном форуме «Россия и Иberoамерика в глобализирующемся мире: история и перспективы» (Санкт-Петербург, 2015 г.), симпозиуме «Источники и историография по антропологии Америки» (Москва, 2015 г.), VII международной научной конференции испанистов «Nomo loquens в иberoамериканском лингвистическом пространстве: исследования и преподавание» (Москва, 2016 г.) (кафедра имени Хосе Марти, 2018). Благодаря успешному взаимодействию с Кубой, Венесуэлой, Эквадором с 2017 г. установлены контакты и начато сотрудничество с кафедрой имени М. В. Ломоносова университета Сьего-де-Áвила (Куба), а также образовательный обмен студентами из Эквадора и Венесуэлы.

Образовательный туризм динамично развивается, что в первую очередь можно проследить на примере российских вузов и довузовской подготовки — образовательных курсов и школ. Развивается и процесс акцентирования национальной и этнокультурной тематики в СМИ. Понимая роль традиций, обычаев, искусства, литературы, журналистики как орудий формирования культуры наций, редакционный и авторский активы медиа направляют совместные усилия на поддержку и развитие традиций толерантности, миролюбия, взаимопонимания народов. Так, тревел-журнал «Discovery Россия» представил множество совместных туристических проектов зарубежных стран и России, кроме того, зарубежные конгломераты предоставляют автомобили и другие транспортные средства для проведения тест-драйвов и публикуют рекламные и тревел-материалы, отзвывы в журнале и медиаприложении.

Тревелогии налаживают коммуникацию и обеспечивают представление многообразия культурно-эстетических элементов, которые выполняют функцию положительных ориентиров в медиасреде, разумно сочетающих просвещение, воспитание, досуг. Тем не менее существуют определенные трудности, как, например, противоречие между потребностями аудитории в знаниевой и аксиологической информации и их реализацией, особенно это касается образовательного процесса. Не все накопленные ресурсы социума реализованы, поскольку существует дефицит публичности образовательной практики. Именно поэтому перед отечественной тревел-журналистикой стоят важные задачи по преодолению недостатков, что приобретает особую актуальность в условиях возрастающей конкуренции со стороны западных технологий и механизмов софт-медиа.

В отличие от зарубежных исследований, актуальные проблемы развития отечественной тревел-журналистики в российском медиапространстве не до конца изучены.

Вопрос обеспечения публичности образовательной практики тревел-СМИ является важным на современном этапе развития тревел-журналистики. Важная роль публичности состоит в открытости информационных источников, информационном обеспечении движения общественного интеллекта и развитии публичного диалога [7]. Открытость источников предполагает связь и активное сотрудничество с федеральными органами, в том числе в сфере культуры, искусства, туризма и т.д.

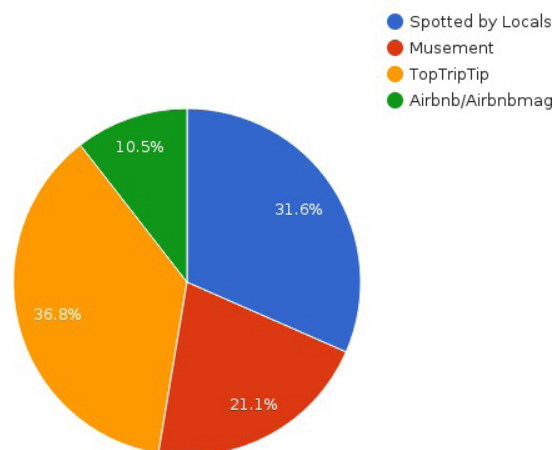
Современные источники тревел- и образовательной информации сочетают в себе элементы прикладной и просветительской журналистики, предоставляют возможность воспользоваться обратной связью для оценки действий редакции, для выявления полезности контента медиасервиса.

Массовый пользователь (зритель, читатель) теперь может быстрее реагировать на информацию:

комментировать, создавать медиаответы (фотографии, видео), оформлять подписку не только с персонального компьютера, но и через мобильные устройства [8].

Для участников программ образовательного туризма, которые стажировались в Московском университете, наиболее функциональным и часто используемым стало мобильное приложение, созданное совместно с Федеральным агентством по туризму Министерства культуры РФ, Ассоциацией туроператоров России и телерадиокомпанией «Мир» TopTripTip. Это приложение, в котором сочетаются информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры [9], позволяет самостоятельно формировать медиатексты и отправлять видео- и аудиоматериалы, что повышает популярность сервиса среди студентов гуманитарных факультетов.

Приложения, используемые в Москве



В процессе развития отечественной туристической индустрии изменяются предпочтения аудитории и выдвигаются новые требования к форме и контенту медийных тревел-ресурсов, к своевременности информации. Приложение TopTripTip призвано обеспечивать не только донесение востребованной информации, но и развивать многоуровневое сотрудничество между Россией и странами-партнерами по культуре и образованию. Совмещение «Тревел 2.0» и экспертного состава МТРК «Мир», позиционирующей себя как межгосударственная телерадиокомпания, содействующая международному обмену информацией, обеспечивает мобильному приложению широкую аудиторию. Разработчики приложения сообщают о том, что уже на этапе проектирования приложения они закладывают и предусматривают возможности дальнейшего расширения функционала проекта.

Зарубежные тревел-ресурсы не всегда открыты для российских журналистов. Несмотря на при-



сутствие на российском рынке функциональных приложений и медиасервисов, журналов и печатных и электронных гидов, современная российская тревел-журналистика не вполне адекватно отражает интеллектуальные ресурсы, которые рождает практика современной науки, образования и культуры, в частности прикладная и просветительская журналистика.

Ценность интеллектуальных ресурсов журналистики в мировом пространстве подтверждается стремлением социально активных субъектов этого пространства взаимодействовать в рамках субъективного фактора цивилизационного прогресса, непрерывно обмениваться актуальными знаниевыми и аксиологическими ресурсами.

Аналитичность журналистских публикаций снижает упрощение современного тревел-продукта по форме и по содержанию, однако курс на развлечение все еще преобладает в тревел-СМИ. Среди причин этого процесса — сформировавшаяся за последние годы тенденция «клипового мышления», из-за которого человек не способен долго концентрироваться на информации, у него заметно снижается способность к анализу. Влияние пользовательского контента невысокого качества также оставляет отпечаток в тревел-СМИ. Кроме того, причины иного характера — формирование стереотипов, популяризация определенных туристических маршрутов и т.д. — воздействуют на аудиторию тревелогов.

\*\*\*

Журналистское творчество в сочетании с пользовательским контентом в тревел-журналистике помогает аудитории получать разнообразную информацию, а также рассматривать проблемы и вопросы образования, туризма, культуры, спорта, международных отношений под разными углами зрения. Travel 2.0 (пользовательский контент) включает комментарии и отзывы, life news, что положительно сказывается на объединении материалов профессионального качества и «народной» информации. Разнообразный контент тревел-СМИ, включая непрофессиональную часть, способствует развитию мирового опыта в области туризма, культуры, истории и др.

Массовое распространение тревел-контента на новых платформах в современном мировом медиaprостранстве способствует обмену культурным и историческим опытом, практическими навыками, освоению образовательной практики, налаживанию межкультурного диалога. Динамичное развитие образовательного туризма в стране, потоки иностранных студентов, возможность узнавать из тревел-СМИ и тревел-рубрик о языковых программах и курсах, лингвострановедческих материалах влияют на отношения наций и народностей, укрепляют их связь, поддерживают положительное воздействие этносов на культуру и образование.

Возрастающий туристический поток влияет на экономическую и на технологическую составляющие [10]. Туристических медиаприложений и сервисов становится больше, растет прибыль, технологии упрощают международную коммуникацию по поводу передачи знаниевых, аксиологических и поведенческих ресурсов; получать и делиться информацией становится легче и быстрее. Важный тренд в тревел-журналистике, по словам экспертов, — коммуникации в реальном времени. Благодаря смартфонам, создание и потребление массовой информации происходит ежеминутно. Появление мобильных тревел-приложений развивает тревел-журналистику, увеличивает спрос со стороны аудитории.

При исследовании характерных черт современного медиaprостранства тревел-журналистики значимым становится вопрос обеспечения публичности тревел-практики.

Обеспечение публичности тревел-практики в медиaprостранстве требует от отечественных и зарубежных ресурсов открытости, общедоступности, в то время как некоторые зарубежные ресурсы оказываются вне доступа или доступ к ним сложно получить.

Важным критерием для выполнения долга современного тревел-ресурса, руководствуясь понятием общественного интереса, является наличие практической части в публикациях. Это важно для того, чтобы у потребителей контента складывалось верное представление о действительности, чтобы идеи можно было применить на практике, поэтому прикладная функция тревел-журналистики призвана улучшать качество материалов и поддерживать интерес пользователей к прогрессивным отечественным тревел-СМИ.

## ЛИТЕРАТУРА

1. World Tourism Organization (UNWTO Report).— URL: <http://media.unwto.org/press-release/2017—07—14/strong-tourism-results-first-part-2017> (дата обращения: 20.08.2018).
2. Интернет-ресурс о туризме // Ростуризм, 2018.— 25 апр.— URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/documenty/normativnye-pravovye-akty> (дата обращения: 20.08.2018).
3. Пономарева Т. В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей / Т. В. Пономарева // Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч. конф. (Челябинск, февраль 2015) — Челябинск: Два комсомольца, 2015.— С. 139—143.— URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/132/7188/> (дата обращения: 20.08.2018)..
4. Шванева И. Н. Ноосферная психология и ее методы. Ноосферное знание / И. Н. Шванева.— URL: [https://www.socionauki.ru/almanac/noo21v/number\\_2/3\\_4\\_3.pdf](https://www.socionauki.ru/almanac/noo21v/number_2/3_4_3.pdf) (дата обращения: 20.08.2018).
5. Grgurinovic I. Anthropology and travel: practice and text / I. Grgurinovic // Stud. ethnol. Croat.— Zagreb, 2012.— Vol. 24.— P. 45—60.

6. Pratt Mary Louise. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation* / Louise Pratt Mary // London and New York: Routledge, 1992.— 257 p.

7. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман.— Москва: Праксис, 2005.— 256 с.

8. Показаньева И. В. Проблемное поле тревел-журналистики как явления современного медиапространства /

И. В. Показаньева // Медиаскоп.— 2013.— Вып. № 3.

9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный.— Москва: Аспект Пресс, 2014.— 350 с.

10. Hanusch F. The dimensions of travel journalism / F. Hanusch // *Journalism Studies*.—2010.— Vol. 11, № 1.— P. 68—82.

*Московский государственный университет  
им. М. В. Ломоносова*

*Вихорева Л. Г., преподаватель филологического факультета,  
соискатель кафедры периодической печати факультета журналистики*

*E-mail: mil-liya@yandex.ru*

*Moscow State University named after M. V. Lomonosov  
Vikhoreva L. G., Lecturer of Philological Faculty, PhD of the  
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism  
E-mail: mil-liya@yandex.ru*