

С.Н. Ильченко

# СОВРЕМЕННАЯ ТРАВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА

Рекомендовано

Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО

в качестве **учебного пособия**

для направлений бакалавриата и магистратуры

«Журналистика», «Международная журналистика»



КНОРУС • МОСКВА • 2024

УДК 070(075.8)

ББК 76.01я73

И48

**Рецензенты:**

**Ю.В. Андреева**, проф. кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций ВШЖиМК ФГАУ ВО «Казанский (Приволжский) Федеральный университет», д-р пед. наук,

**Е.А. Зверева**, проф. кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики факультета филологии и журналистики ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», д-р филол. наук

**Автор**

**С.Н. Ильченко**, Санкт-Петербургский государственный университет

**Ильченко, Сергей Николаевич.**

**И48** Современная трэвел-журналистика : учебное пособие / С.Н. Ильченко. — Москва : КНОРУС, 2024. — 260 с. — (Бакалавриат и магистратура).

**ISBN 978-5-406-13438-2**

Впервые представляет в едином комплексе трэвел-журналистику как одно из популярных и важных направлений современной информационной деятельности — как СМИ, так и самих журналистов. На обширном привлеченном практическом материале описываются и анализируются особенности данного вида профессиональной деятельности в различных видах и типах медиа. Приводится типология форматов и жанров трэвел-журналистики в их современной модификации, описывается специфика информации, связанной с традициями и культурными особенностями туризма и путешествий.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

*Для журналистов, специалистов в сфере PR и рекламы, для обучающихся по направлениям «Журналистика» и «Международная журналистика» в бакалавриате и магистратуре.*

**Ключевые слова:** СМИ; трэвел-журналистика; путешествие; туризм; жанры; форматы.

**УДК 070(075.8)**

**ББК 76.01я73**

Ильченко Сергей Николаевич

**СОВРЕМЕННАЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА**

Изд. № 697806. Формат 60×90/16. Гарнитура «Newton».

Усл. печ. л. 16,5. Уч.-изд. л. 15,5.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: +7 (495) 741-46-28.

E-mail: welcome@knorus.ru www.knorus.ru

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: +7 (495) 221-89-80.

**ISBN 978-5-406-13438-2**

© Ильченко С.Н., 2024

© ООО «Издательство «КноРус», 2024

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
<b>ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ПУТЕШЕСТВИЯ КАК ПРЕДМЕТ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ</b> .....	9
1.1. Путешествие как социально-культурный феномен в развитии цивилизации. Путешествия и туризм.....	9
1.2. Направления развития трэвел-журналистики: исторический аспект.....	16
1.3. Виды и типы современного туризма.....	24
1.4. Цели, задачи и функции трэвел-журналистики.....	29
1.5. Современные тренды и проблематика журналистики путешествий и туризма.....	34
Рекомендуемая литература.....	38
Контрольные вопросы и задания.....	39
<b>ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ШОУ-ЦИВИЛИЗАЦИИ</b> .....	40
2.1. Шоу-цивилизация как фактор развития современной журналистики.....	41
2.2. Трансформация медиафункций в условиях обострения информационного противостояния в современном медиапространстве.....	46
2.3. Трэвел-журналистика как фактор объективности в контексте «гибридных войн».....	61
Рекомендуемая литература.....	65
Контрольные вопросы и задания.....	66
<b>ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННАЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА И ПЕЧАТНЫЕ СМИ</b> .....	67
3.1. Особенности функционирования отечественной периодической печати в условиях рынка.....	67
3.2. Типология современной периодики о туризме и путешествиях.....	72
3.3. Доминирующие жанры и форматы трэвел-журналистики в современной периодике.....	91
3.4. Визуальный компонент в структуре контента печатных СМИ о туризме и путешествиях.....	104
Рекомендуемая литература.....	108
Контрольные вопросы и задания.....	108

<b>ГЛАВА 4. РАДИО КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕЗЕРВ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ</b> .....	109
4.1. Выразительные средства и коммуникационные возможности современного радиовещания .....	110
4.2. Преимущества радио как канала распространения информации о туризме и путешествиях .....	126
4.3. Типология презентации трэвел-информации в современном радиоэфире .....	130
Рекомендуемая литература .....	132
Контрольные вопросы и задания .....	133
<b>ГЛАВА 5. СОВРЕМЕННАЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА В СТРУКТУРЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА</b> .....	134
5.1. Система отечественного телевидения: особенности и перспективы развития .....	135
5.2. Отечественное телевидение и журналистика путешествий .....	147
5.3. Зарубежный опыт телевизионной трэвел-журналистики в отечественном эфире .....	154
5.4. Форматы и жанры телевизионной трэвел-журналистики .....	157
Рекомендуемая литература .....	167
Контрольные вопросы и задания .....	168
<b>ГЛАВА 6. ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА В СОВРЕМЕННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СЕТИ</b> .....	169
6.1. Особенности присутствия и функционирования on-line ресурсов в современном информационном пространстве .....	169
6.2. Трэвел-журналистика как сегмент сетевой журналистики .....	181
6.3. Виды и форматы презентации путевой информации в Сети .....	186
6.3.1. Различия travel-видеоблогов и телевизионной travel-журналистики .....	187
6.3.2. Блоггинг и функции видеоблогов .....	189
6.3.3. Тематическое разнообразие travel-видеоблогов .....	192
6.3.4. Коммерциализация travel-видеоблогов как важная тенденция в современной блогосфере .....	195
Рекомендуемая литература .....	197
Контрольные вопросы и задания .....	198
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	199
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	201
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРИМЕР ТРЭВЕЛ-ТЕСТА</b> .....	204
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА В СОВЕТСКОЙ ПЕРИОДИКЕ</b> .....	213
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СПИСОК КЛАССИЧЕСКИХ ЛИТЕРАТУРНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ О ПУТЕШЕСТВИЯХ</b> .....	221
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4. СПИСОК ФИЛЬМОВ О ПУТЕШЕСТВИЯХ И ПРИКЛЮЧЕНИЯХ</b> .....	225

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. СПИСОК СОВРЕМЕННЫХ КНИГ О ПУТЕШЕСТВИЯХ (С 2000 ГОДА ПО НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ) .....	232
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ЭПОХА ВЕЛИКИХ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ОТКРЫТИЙ .....	234
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. СЕМЬ ЧУДЕС СВЕТА.....	236
ПРИЛОЖЕНИЕ 8. НОВЫЕ СЕМЬ ЧУДЕС СВЕТА.....	239
ПРИЛОЖЕНИЕ 9. СЕМЬ ЧУДЕС РОССИИ .....	243
ПРИЛОЖЕНИЕ 10. ТУРИЗМ И АФОРИЗМ .....	247

Путешествия потеряли бы половину своей прелести,  
Если бы о них нельзя было бы рассказывать.

*Н.М. Пржевальский*

## ВВЕДЕНИЕ

Почему люди любят путешествовать? Наверное, чтобы ответить на этот вопрос, надо изучить всю историю человеческой цивилизации с тех времен, когда человечество уже могло делиться своими впечатлениями, полученными от окружающего мира. Его границы постоянно расширялись именно потому, что людьми двигала не только жажда освоения новых ресурсов, но и желание узнать: а что находится там, за линией горизонта? Путешествия и странствия помогали осваивать пространство жизни, пространство знания, расширяли границы того места, где обитали любопытные представители рода человеческого. Но все эти движения во времени и пространстве не имели бы ровно никакой цены, если бы люди не научились фиксировать и рассказывать о том, ЧТО и КАК устроено в мире. То есть о том, как живут в другом месте другие люди.

Собственно, этой цели служило развитие и литературы, и всех иных видов искусства, постоянно входивших в обиход нашей цивилизации.

В этом смысле «Одиссея» Гомера есть первый пример литературного шедевра о путешествиях. Развитие технических средств сбора, обработки и доставки информации, а также соответствующих технологий, изначально было направлено на расширение возможностей человеческой коммуникации, в том числе и для того, чтобы рассказать о впечатлениях о путешествиях от лица совершавших их, тем, кто не смог в них участвовать по разным причинам.

Можно даже утверждать: то, что мы будем называть в этой книге «трэвел-журналистикой», появилось на свет в цивилизационном пространстве примерно тогда же, когда люди стали путешествовать. Де факто трэвел-журналистика — старейший в номенклатуре информационной деятельности человечества сегмент, напрямую связанный с его интересами, увлечениями, стремлениями. Однако, сознавая всю масштабность такого явления, как мировая трэвел-журналистика, автор0 настоящего издания ограничил себя более скромными целями: дать представление читателям (будем надеяться, что среди них окажутся и студенты вузов, где обучают журналистике) о том, что есть, как возникла, как существует и из чего состоит современная трэвел-журналистика.

Данный посыл предопределил и структуру книги, которая по существу представляет собою первый в истории журналистики отечественный учебник по данному виду журналистской деятельности. За рубежом таких изданий существует более чем предостаточно. На русском есть немало статей и сетевых обзоров на данную тему. Только в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» ежегодно выполняются несколько ВКР по данной тематике. Есть даже отдельные книги, посвященные личному опыту известных путешественников и журналистов, но нет (пока) учебного издания, познакомившись с которым заинтересованный читатель мог бы утверждать, что он получил системное представление о том, что есть сегодня трэвел-журналистика.

Современный этап развития журналистики с учетом тематического расширения и освоения новых информационных технологий очевидно выявил трэвел-журналистику как одно из самых востребованных и популярных направлений профессиональной деятельности, связанной с информацией.

Сегодня это многофункциональное и разноформатное направление в профессиональной деятельности журналистов и СМИ. В мире постоянно растет количество печатных медиа-, радио- и телевизионных программ, посвященных туризму и путешествиям, обширна аналогична данная тематика и в сетевом пространстве. Происходит не только экстенсивное расширение тематического поля, связанного с туризмом и путешествиями всех возможных на сегодня типов и видов, но и явное

интенсивное освоение жанров и форматов деятельности СМИ и журналистов на данном тематическом направлении. Ясно, что весь объем существующих акторов трэвел-журналистики нуждается в систематизации и описании. Не говоря уже, что стоит также разобраться и с тем, в чем заключается отличие работы трэвел-журналиста от работы его коллег в других сферах профессиональной деятельности.

И напоследок предлагаем еще раз обратить внимание тех, кто взял в руки эту книгу, на ее эпиграф. Эта мысль великого русского путешественника Николая Михайловича Пржевальского стала нашим девизом в непростом процессе подготовки предлагаемого вашему вниманию текста. В свое время, впервые отправившись в путешествие вместе со своими одноклассниками, автор этой книги, выйдя ранним утром на привокзальную площадь Петрозаводска, увидел огромный, во всю стену здания, плакат, который украшала надпись «А еще мир прекрасен потому, что можно путешествовать». И подпись — «Н.М. Пржевальский».

Наш соотечественник оказался прав. Путешествие — увлекательный познавательный процесс. Еще более увлекательный процесс — это рассказывать о том, что удалось увидеть и узнать за тридевять земель. В этом суть, на наш взгляд, современной трэвел-журналистики. Об этом мы и попытаемся рассказать в книге.



# Глава 1

## ФЕНОМЕН ПУТЕШЕСТВИЯ

### КАК ПРЕДМЕТ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ

#### 1.1. ПУТЕШЕСТВИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В РАЗВИТИИ ЦИВИЛИЗАЦИИ. ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

Для того, чтобы определить, чем и каким образом должна заниматься трэвел-журналистика, нам необходимо номинировать само понятие «путешествие». С точки зрения семантики это слово сложносоставное, состоящее из двух корней, объединенных в одну лексему. Они и порождают смысловое содержание вот уже десятки столетий пространственного перемещения людей из одной точки пространства в другую в режиме реального времени. То есть путешествие обозначает «шествие по пути». Проще говоря, само перемещение имеет смысл только в том случае, если исполняющий его субъект имеет какую-либо цель. То есть перемещения обретают прагматический смысл. При этом необходимо понимать одно важное обстоятельство: путешествия в истории человеческой цивилизации имели порою совершенно различные цели, а те, кто в них отправлялся, выполняли весьма несхожие друг с другом функции — от военно-политических до познавательных и спортивных.

Следует также понимать, что развитие способов передвижения с точки зрения научно-технического прогресса существенно корректировало смысл путешествия как организационно-пространственного акта, совершаемого индивидуумом или группой индивидуумов. Одно дело — отправиться на поиски нового морского пути в Индию на парусных кораблях (Христофор Колумб) в XV в., и совсем другое — отправиться в перелет на воздушном шаре в XXI столетии (Ф. Конюхов) «в сопровождении» соответствующей техники и аппаратуры и страховки спасателей. Тем не менее мы не станем усложнять наше понимание ключевого термина и дадим ему следующее определение.

**Путешествие — это передвижение одного физического лица (или численно неопределенной группы лиц) по какой-либо территории или акватории**

**с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, политическими, экономическими, научными, спортивными и другими целями.**

Следует учитывать, что данное определение корректируется по отношению к той или иной эпохе, которую мы предполагаем изучать и рассматривать исключительно с интересующей нас позиции — знакомства со способами сбора, обработки, анализа, структурирования и распространения максимально полезной информации о сути и смысле путешествия. В данном случае мы определили объектом нашего анализа современную трэвел-журналистику в том состоянии, в котором она находится и функционирует в начале нынешнего столетия, то есть с 2000-го г. по настоящее время. При этом мы намерены рассматривать и упоминать и более ранние этапы развития этого направления журналистской деятельности, так как его интенсивное и экстенсивное развитие существенно корректирует цели, содержание и смысл профессиональной деятельности как самих журналистов, так и СМИ.

Соответственно, с помощью данного определения мы можем ввести и понятие «путешественник». В нашем случае мы так будем именовать отдельного индивидуума, того, кто совершает или совершал путешествие. Путешественником, очевидно, можно считать только того человека, который так или иначе прошел (в прошлом) или проходит через испытания перемещением в пространстве с определенной целью в сознательном состоянии. Следует различать понятия «путешественник» и «турист». К этому мы еще вернемся далее. А пока мы отметим принципиально различие между путешествием как видом деятельности в период до пика индустриальной революции (начало XX в.) и интерпретацией подобного вида деятельности в дальнейший исторический период — до конца XX в. и начала следующего столетия.

До начала прошлого века путешествия были одним из основных источников получения сведений о тех или иных странах (их природе, населении, истории, хозяйстве, общеполитическом устройстве, обычаях, традициях и т.п.), общем характере и очертании поверхности Земли, отдельных регионов и районов. Соответственно, полученные данные фиксировались теми способами, которые технологически были возможными в конкретный период развития науки и техники. На протяжении столетий таким способом являлась письменность, а с внедрением и распространением книгопечатания в практику сбора, обработки и распространения информации добавились и книги.

Из античной эпохи до нас дошли описания путешествий Геродота, а также тех ученых, которые сопровождали Александра Македонского в его походах по Европе и Азии. В средние века путешествия достаточно часто использовались термины «странствия» и «хождения». Классические примеры

подобных перемещений по просторам Евразии — истории странствований итальянского купца Марко Поло (XIII—XIV вв.) и его тверского коллеги Афанасия Никитина (XV в.). Результатом стали написанные путешественниками книги: «Книга о разнообразии мира» и «Хождение за три моря».

Параллельно развивался такой вид путешествий, как религиозные паломничества, характерные для христианства и ислама. Некоторые паломники, в числе которых были и наши соотечественники, оставляли путевые записки о своих путешествиях, получившие название «хожений». Совсем по-иному следует интерпретировать Эпоху Великих географических открытий, для которой характерны множественные путешествия. Они в корне изменили представление о планете. За относительно короткий промежуток истории человеческой цивилизации благодаря специально организованным экспедициям, принявшим на вооружение парадигму путешествия с целью исследования и обретения новых знаний о месторасположении различных географических объектов, от целых континентов до океанов, люди существенно расширили представления о том, как устроена наша планета, что и где находится и на ее земной, и на ее водной поверхности. Хотя некоторые принципиальные открытия и обретения новых знаний о геообъектах состоялись много позже Эпохи великих географических открытий<sup>1</sup>.

С развитием и совершенствованием средств передвижения и средств сбора, фиксации и передачи информации расширяется и номенклатура целей и задач путешествий. Характерна в этом смысле история путешествий по Африке британского ученого Дэвида Ливингстона, сделавшего немало открытий, в корне изменивших представления о Черном континенте. В самый критический момент его экспедиции он лишился возможности связи с внешним миром и почти два года считался пропавшим. На его поиски в Африку отправился в 1871 г. его соотечественник Генри Мортон Стэнли. Показательно, что этот путешественник совершил свою экспедицию, будучи ангажирован в качестве специального корреспондента газеты «Нью-Йорк Геральд». В данном случае можно уже утверждать, что мы имеем дело с явлением трэвел-журналистики, ибо Стэнли после спасательной экспедиции стал не только автором соответствующих опубликованных репортажей, но и издал книгу с весьма выразительным названием «Как я нашел Ливингстона» (1872).

Вторая половина XIX столетия — период окончательной дифференциации целей и задач путешествия как социально-культурного феномена,

---

<sup>1</sup> Например, шестой континент Земли — Антарктида — был открыт экспедицией русских моряков под командованием Ф.Ф. Беллинсгаузена и М.П. Лазарева в 1820 г. Экспедиция была совершена на фрегатах «Восток» и «Мирный».

как организационной формы исследований различных географических пространств и образования того вида путешествий, которое позже получило название «туризм». Эту разницу чувствовали более полутора веков назад и сами путешественники, для которых экспедиции были фактическим не только образом жизни, но и методом исследования неизвестных с точки зрения географии сфер эмпирической действительности. Показательно, что уже во второй половине XIX в. известный русский географ Пржевальский называл свои путешествия научными рекогносцировками, так как они могли удовлетворить лишь запросы первичного и общего знакомства с особенностями той или иной территории. Именно в указанный период по мере углубления исследований, конкретизации и специализации научных целей и задач путешествия стали приобретать характер научных экспедиций. При этом вовсе не исключались и иные задачи — от политико-экономических до гуманитарно-просветительских.

Именно в данный период начинает складываться и такая особая сфера путешествий, как туризм. Важно разграничить понятия «туризм» и «уутешствие». Строго говоря, туризм — это специфическая организационная форма путешествия, более модернизированная и более зависимая от той инфраструктуры, в которой оказывается лицо (или группа лиц), совершающее туристическую поездку. Под термином «туризм»<sup>1</sup> мы будем понимать **совокупность перемещений(я) человека (или количественно определенной группы людей) в другую страну или местность (регион), отличные от места постоянного жительства данного индивидуума(ов), с ограничением в пространстве и во времени, а также с соблюдением условия обязательного возвращения в пункт постоянного обитания субъекта туристической деятельности.**

---

<sup>1</sup> Как полагают отечественные исследователи, слово «туризм» происходит от латинского слова *turnus* (движение по кругу, вертеть, вращать).

Во французском языке «*tour*», что означает путешествие с возвращением обратно к месту выезда. Считается, что это слово было введено в литературный обиход приблизительно в 1800 г. В это время вышла в свет книга Пейджа «Анекдоты английского языка», в которой путешественник был назван туристом.

Примерно в то же время во Франции публикуется словарь французского языка, включающий определение туриста как человека, путешествующего из любопытства или с целью «убить время». Позднее, в 1838 г., появляются «Воспоминания туриста» Стендаля, что дает основание именно его считать изобретателем слова «турист».

Во второй половине XIX в. это слово вошло в языки многих народов мира. В русском языке этот термин появляется несколько позднее. Так, в «Энциклопедическом словаре» Брокгауза и Ефрона (1902) еще нет статьи «туризм», а термин употребляется лишь в статье об истории путешествий на велосипедах.

Одно из первых определений туризма принадлежало Комитету экспертов по вопросам статистики Лиги Наций (1937). Оно получило международное признание и в основном дошло до наших дней с некоторыми более поздними поправками.

Соответственно человек, осуществляющий подобные действия именуется туристом (реже — путешественником), или посетителем для статистического учета. А отрасли экономики, связанные с обеспечением туристической деятельности во всех ее аспектах, в своей современной совокупности и составляют туристическую отрасль. Во многих странах мира (и даже в регионах) туризм составляет существенную часть национальной (региональной) экономики. Так, в 2017 г. по данным Всемирной туристской организации общее число зарубежных поездок с туристической целью составило 1,323 млрд прибытий.

Необходимость научного определения туризма возникла в первой половине XX в. и была обусловлена повсеместным увеличением туристических потоков, растущим экономическим значением туризма и, как следствие, попытками статистического учета путешествующих лиц. Особенно активно обсуждалась данная дефиниция в период бурного развития всей туристической отрасли, который начал обозначаться вскоре после окончания Второй мировой войны<sup>1</sup>.

С середины XX в. в связи с бурным развитием туризма термин обретает вполне самостоятельное существование, по-своему коррелируя с термином «путешествие». Путешественниками в настоящее время называют людей, участвующих в самостоятельных поездках, рискованных перемещениях в пространстве (например, Т. Хейердал, А. Бомбар, И. Ганзелка, М. Зикмунд, Ф.Ф. Конюхов, Д. Шпаро)<sup>2</sup>.

Каким же образом можно сегодня отличить путешественника от туриста и, соответственно, номинировать образ их действий во время современных странствий? Обратимся к различным примерам, иллю-

---

<sup>1</sup> В последние десятилетия проблема дефиниции туризма обсуждалась на совещаниях Международного союза официальных туристских организаций (Дублин, 1950; Лондон, 1957), на конференции ООН по международному туризму и путешествиям (Рим, 1963), конгрессе ВТО (Манила, 1986), Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 1989) и др., что свидетельствует о теоретической и практической значимости определения туризма, а также о стремлении сделать его более полным и точным с учетом новых тенденций и явлений.

В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991) и одобренное ВТО и Статистической комиссией ООН. Согласно ему, туризм — это временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или в местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия, отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте.

<sup>2</sup> Путешествие с принципиальным отказом от услуг туристической компании принято называть «бэкпэкинг» (от англ. *backpacking*).

стрирующим различие интересующих нас определений. Например, в фильме Бернардо Бертолуччи «Под покровом небес» (1990)<sup>1</sup> между супругами-американцами Портом и Кит Морсби происходит следующий диалог во время их путешествия в Сахаре:

- «— Мы, наверное, первые туристы здесь со времен войны.
- Мы не туристы, мы — путешественники.
- А какая разница?
- Турист, как только приезжает куда-нибудь, сразу думает о доме...
- ...а путешественник, может, вообще никогда не вернется домой».

При этом существуют и не менее образные примеры различий путешествий и туризма. Английский писатель Гилберт Честертон, например, утверждал, что «путешественник видит то, что видит; турист видит то, что приехал увидеть». Экономическая составляющая такого вида человеческой деятельности была ясна большинству в обществе еще тогда, когда термин «туризм» еще входил в привычный лексический набор терминов второй половины XIX в. Сошлемся на мнение знаменитого французского писателя Виктора Гюго, утверждавшего, что «в чужой стране путешественник — мешок с деньгами, который все нороят поскорее опорожнить».

Для того чтобы определить, принадлежит ли явление к миру туризма или его можно номинировать как путешествие, следует принимать во внимание, что «туристическими» являются несколько критериев. Перечислим их:

- обязательное перемещение в место, которое находится за пределами постоянной среды проживания перемещающегося человека;
- место туристического пребывания не может быть местом длительного или постоянного нахождения;
- турист (в подавляющем числе случаев) производит оплату предоставляемых ему услуг в местах его дестинации или при перемещении из одного пункта в другой;
- туристическая поездка (при всех различиях возможных целей) обязательно носит законченный характер по времени и пространству перемещения.

Кроме того, в теории туристической профессиональной деятельности принято считать, что человека нельзя ни в коем случае именовать «туристом», если он в месте своей дестинации получает оплату за осуществляемую деятельность, т.е. фактически ведет оплачиваемую

---

<sup>1</sup> Фильм поставлен по одноименному роману американского писателя Пола Боулза, изданному впервые в 1949 г. Писатель появляется в финальном эпизоде картины в роли самого себя.

трудовую деятельность. Однако, на наш взгляд, данный критерий представляется спорным, так как при таких видах туризма, как научный или конгресс-туризм, человек может получать денежное вознаграждение за свои выступления, доклады, лекции мастер-классы и другие виды научно-педагогической деятельности. Иначе говоря, целью классической туристической поездки, по мнению экспертов, не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте или трудовой деятельности.

В современных условиях развития принципов шоу-цивилизации стоит говорить о генетически близких понятиях «путешествие» и «туризм». В первом случае мы имеем более широкое и традиционное понятие, имеющее обширную смысловую нагрузку, тогда как во втором варианте термин описывает более исторически детерминированные и организационно-конкретные варианты перемещения людей во времени и пространстве, т.е. каждая туристическая поездка независимо от ее статуса и характера есть, по факту осуществления, путешествие как таковое. Тогда как не каждое путешествие может считаться явлением, имеющим непосредственное отношение к сфере туристической деятельности. Эта семантическая дихотомия, как увидим в дальнейшем, определяет и наш дифференцированный подход к главному вопросу о том, что такое современная трэвел-журналистика.

Мы определяем **современную трэвел-журналистику как специальную сферу профессиональной журналистики, имеющей своей целью сбор, обработку, структурирование и распространение информации всех видов и типов о различных аспектах путешествий и туризме как особом виде деятельности.** То есть трэвел-журналистика — это отрасль журналистики, имеющая свой специальный предмет. Его мы можем с некоторой долей условности определить: это совокупность сферы туризма и сферы путешествий в их современных видах и форматах и связанных с ними конкретных действий, субъектов данных видов деятельности, включая сами объекты дестинации, сопутствующая их достижению инфраструктура, а также конкретные пространственно-временные, культурно-исторические и иные обстоятельства, характерные для того или иного географического контекста, в котором оказываются турист или путешественник.

В данном учебном пособии мы предполагаем, что по умолчанию туризм является доминирующей сферой внимания субъектов трэвел-журналистики, коими являются медиа всех видов и типов, а также сами профессиональные журналисты, занимающиеся разработкой подобной тематики в своей творческой деятельности.

## 1.2. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Мы уже отмечали, что туризм как особый и специально организованный вид человеческой деятельности возник относительно недавно, если его рассматривать в общем контексте всего известного нам на сегодня исторического периода зарождения и развития человеческой цивилизации. Поэтому исторический аспект трэвел-журналистики базируется, главным образом, на письменных и печатных источниках. Записки путешественников, мемуары, тексты с впечатлениями и письма, отправленные из разных мест в период странствий в различные исторические периоды, — все это мы можем отнести к словесным и литературным протоформам будущей трэвел-журналистики. В одном из приложений настоящего издания мы приводим перечень наиболее заметных и известных сочинений отечественной и зарубежной словесности, которые напрямую имели отношение к путешествиям<sup>1</sup>. Одним из первых текстов, имеющих научно доказанный статус литературного произведения, является эпическая поэма Гомера «Одиссея» (приблизительно VIII в. до н.э.). Именно с этим текстом как продуктом античного периода человеческой цивилизации связано начало существования сквозного метатропа в словесной культуре, который можно определить как мотив путешествия, странствия, пути, дороги к определенной цели и, как результат, возвращение домой, на Родину (в данном случае — на остров Итаку).

С точки зрения современных характеристик туризма путешествия Одиссея и его команды были чрезмерно продолжительными (если принимать во внимание фактор времени). Но с точки зрения окончательного варианта сложившегося маршрута его перемещений в известном тогда в греческой цивилизации пространстве его поход за золотым руном все-таки больше походит именно на специальный «тур» с целью добыть определенный артефакт. Собственно, описание его подробностей и сопутствующих обстоятельств, а также изложение впечатлений, полученных во время странствий группой Одиссея, и есть первое нам известное в человеческой цивилизации проявление информационного интереса, в признаках которого мощно выявить зачатки многих последующих принципов того, что мы именуем нынче «трэвел-журналистикой».

Путешествие (много позже — туризм) как феномен развития и существования человеческой цивилизации многолик и даже противоречив в своих признаках и проявлениях, приходящихся на различные

---

<sup>1</sup> См. Приложение 3.



исторические периоды. Достаточно вспомнить уже упоминавшуюся нами эпоху Великих географических открытий, которая в конечном счете обернулась колонизацией вновь открытых земель и подчинением их исконных этносов тем отрядам путешественников, которые прибывали на эти территории, неся с собою соответствующую религию и систему социально-экономических отношений. Из чего можно сделать вывод о том, что в зависимости от того, какой аспект путешествий или туризма попадает в сферу внимания трэвел-журналистики, могут меняться ее цели, задачи и функции. Следовательно, с одной стороны, для того, чтобы понимать ее специфику в конкретный момент времени, необходимо четко представлять себе, в какой исторический период происходили интересующие СМИ и журналистов события, явление. А с другой — к какой сфере (или виду) туризма оно может быть отнесено. Поэтому стоит обратить внимание на те принципы классификации туризма и основные этапы его развития, которые сегодня приняты в теории. А о том, что путешествие стало мегатрендом информационного пространства, в параметрах которого существует наша цивилизация, можно убедиться на примере тех концептуальных и творческих «перекличек» парадигмы путешествия, определяющей всю структуру и смысл «Одиссеи», с классическими эпосами иных эпох и культур<sup>1</sup>.

Поэтому, обращаясь именно к условно «дотуристическому» периоду развития трэвел-журналистики, мы можем номинировать его как период развития «журналистики путешествий». Сама же трэвел-журналистика начала формироваться как отдельная сфера информационной деятельности именно тогда, когда появляются первые признаки оформления и структурирования деятельности, связанной с путешествиями, в отдельную отрасль, а затем — в индустрию.

Мы уже указывали, что с древних времен люди отправлялись в путешествия, преследуя самые разные цели — от торговых до религиозных. Соответственно те, кто оказывался в статусе путешественника (странника, паломника, исследователя и т.п.), нуждались в определенных услугах (если они существовали) в конечных пунктах назначения так же, как и на различных пунктах совершаемого маршрута перемещения. Именно в этой связи можно говорить о зарождении протоформ туристической индустрии, начиная с таверн (или иных заведений питания) и заканчивая теми местами, которые были предназначены для отдыха, досуга и оказания широкого спектра услуг весьма аморального свойства.

---

<sup>1</sup> См.: странствия Гильгамеша в шумерской культуре; события в житии индуистского бога Рама в индуизме; историю царя Наля, разлученного с женой в «Махабхарате»; путешествия Синдбада-морехода, героя арабского средневекового фольклора; «Странствия Мэл Дуина» («Странствия Мэльдьюна») в кельтской культуре.

Со сменой эпох расширялся и перечень целей путешествий, количество которых увеличивалось прямо пропорционально общему увеличению знаний о других местах и странах, их освоению и, скажем условно, — «введению в цивилизационный оборот» Старого Света. В этом смысле можно утверждать, что феномен путешествия и зарождение туризма как специфического вида человеческой активности рассматривается нами на первоначальном этапе своего развития исключительно с европоцентристских позиций. Но по мере приближения хронологии развития системы путешествий в истории к современной эпохе можно отметить принципиальное расширение географии путешествий в том виде, в котором она отражается в информационном пространстве каждого периода развития человеческой цивилизации.

Если в античной Греции получили развитие поездки в пределах известного людям того периода пространства, то уже в средние века, во время последовавшей за ними эпохи Ренессанса, нарастает дифференциация не только маршрутов перемещений и конечных целей тех, кто по ним перемещается, но и способов перемещения, и организационные формы, но и содержание их форматов человеческой активности — от индивидуального до коллективного. Например, феномена крестовых походов, где явно доминировали религиозный фактор и миссия «доставки» на Средний и Ближний Восток комплекса идей, напрямую связанных с христианством. Отголоски подобных установок (в отраженном варианте) мы до сих пор наблюдаем в современном мусульманском мире, где догматы исламской веры в значительной степени влияют на тысячи верующих, устремляющихся в священный путь в Мекку, тем самым свершая исламское паломничество, известное во всем мире как «хадж». В принципе такой вид путешествия может быть назван нами «религиозным туризмом».

Периодизацию истории развития туризма мы продолжаем в связи с тем, что именно во второй половине XIX в. происходит экспоненциальное развитие массового туризма. Появляются новые направления и подвиды подобного формата проведения досуга (например, путешествие на курорты, соединяющее медицинский, рекреационный и познавательный аспекты). Соответственно, начинает развиваться соответствующая данным целям инфраструктура подобных дестинаций в Германии, Австро-Венгрии, Швейцарии, Греции, Италии и России<sup>1</sup>. Неслучайно, что этот вид досуга оставляет весьма заметный след в мировых литературных источниках — от «Героя нашего времени» до «Волшебной горы»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Кавказские Минеральные Воды, Крым, Карельский перешеек.

<sup>2</sup> Заметим, что местом действия некоторых произведений Ф.М. Достоевского, И.С. Тургенева, А.П. Чехова, А.И. Куприна и других русских писателей становились отечественные и зарубежные курорты.

Эпоха массового туризма характеризуется вполне конкретными организационными чертами: зарождение специализированных предприятий по производству туристических услуг (XIX в.), а также становление массового и социального туризма (до Второй мировой войны) и быстрое развитие индустрии туризма и массового конвейерного туризма (вплоть до 80-х гг. XX в.). Свою позитивную роль сыграло и бурное развитие транспортных связей не только между различными регионами и странами на евразийском материке, но и между отдельными континентами. Здесь не обошлось без широкого внедрения новейших технических изобретений и технологических разработок.

Индустриальная революция способствовала и тому, что определенные социальные слои получили возможность разграничения своего досуга, дифференцированного использования свободного времени, в том числе и для организации собственных туристических поездок во время отпусков и каникул. А так как спрос порождает предложение в соответствии с законами экономического развития, то возникают не только отдельные объекты туристической инфраструктуры (например, гостиницы), но и другие субъекты, чья деятельность была направлена на их организацию. Они получают широкое распространение и название «бюро путешествий». Именно к сфере их компетенций относится организация туристических поездок (индивидуальных и групповых), рассчитанных на разные финансовые возможности клиентов, их статус и интересы. Массовый характер подобный тип путешествий приобрел именно в первой половине прошлого века. Показательным примером может служить известное стихотворение С.Я. Маршака «Мистер Твистер» (1932), в котором описываются приключения американского миллионера, прибывшего в Ленинград благодаря туристическому агентству Кука<sup>1</sup>.

Начало XX века, несмотря на Первую мировую войну и глобальные структурные изменения в мироустройстве, стало временем еще более интенсивного развития туризма и отчасти сферы путешествий. В немалой степени этому способствовали волны эмиграции, которые «выносили» в Западное полушарие значительные потоки людей, отправляющихся за океан в поисках лучших условий жизни и работы. Перемещение по всей карте мира — уже не исключение, а, скорее, потребность, которая мотивируется военными, политическими, национальными, религиозными и социально-психологическими причинами.

Массовость перемещения людских потоков по всем континентам в первой половине XX в., особенно в период между двумя мировыми

---

<sup>1</sup> Англичанин Томас Кук в 1841 г. открыл первое в истории туристическое агентство. Сейчас оно известно как «Thomas Cook Group». В 2019 году агентство обанкротилось.

войнами, выводила в лидеры различные виды туризма. Понятно, что в силу внешнеполитических и идеологических причин выездной туризм не мог развиваться в СССР. В то же время громадные пространства социалистического государства порождали заинтересованность в их освоении, в том числе и в формате спортивного туризма, который параллельно развивался и в некоторых зарубежных странах (например, Германии).

В Советском Союзе активно развивалась сеть государственных и профсоюзных лечебно-профилактических и курортных учреждений и организаций, а также те структурные подразделения, которые так или иначе были задействованы в развитии различных видов туризма, носившего на данном этапе абсолютно организованный и централизованный характер. Среди видов туризма, которым отдавалось предпочтение в государственной поддержке развития, были детский и спортивный туризм, носившие сезонно-ориентированный характер ввиду некоторых особенностей: значительные расстояния на территории страны, дифференциация климатических условий и устоявшийся календарь учебного учебного заведения среднего и высшего образования. Например, поездки детских групп школьников организовывались преимущественно во время каникул в рамках учебного года (осенние, зимние, весенние) или по его окончании летом. Соответственно, студенческий туризм был ориентирован на бинарный характер каникул (зима — лето). Основы подобной организации отечественного туризма закладывались еще в 1930-е гг. Но развитие свое они получили в 1950—70-е гг., уже после войны.

В этот период трэвел-журналистика окончательно институализируется как особый вид информационной деятельности, включающей в себя частично и элементы рекламы, и элементы PR-деятельности. Происходит форматирование тех видов и типов СМИ, которые интересуются подобной тематикой. В процесс активно включаются печатные СМИ всех видов и типов (от специализированных медиа до общественно-политических СМИ), активно задействуются все имеющиеся в технологическом распоряжении субъектов трэвел-журналистской деятельности: печать и радио, кинематограф. Телевидение присоединится к этой группе вскоре после Второй мировой войны.

Ее трагические итоги на некоторое время прервали развитие туризма в мировом масштабе. Однако стабилизация мировой экономики уже на рубеже 1950—60-х гг. создала серьезные предпосылки для развития туристической индустрии, развития соответствующей инфраструктуры, усилению межконтинентальных туристических потоков. Происходит заметный рост выездного туризма во многих странах Европы и других континентов.