

О. В. Юферева,
канд. філол. наук

УДК 007: 304: 070

Ритуали в українських тревел-журналах: антропологічні аспекти дослідження медійного контенту

У статті висвітлюються питання змістового насичення та форм експлікації ритуалу в сучасній тревел-журналістиці, аналізується характер впливу процесів медіаритуалізації на контент українських туристичних видань. Приділяється увага традиційним подорожнім ритуалам, а також гедоністичній тенденції ритуалізації тревел-журналів.

Ключові слова: тревел-журналістика, ритуал, ритуалізація, антропологія, контент.

Антропологічні дослідження комунікації, в межах яких було сформульовано принципове положення щодо мас-медіа як культурної системи соціального структурування реальності, до якої долучаються схеми ритуальної поведінки (М. Comain, D. Dayan, E. Katz), отримують усе більшу підтримку в наукових колах. Спираючись на фундаментальні розробки теорії ритуалу Г. Гарфінкеля, Е. Гофмана, Е. Дюркгейма, В. Тернера, вчені висувають нові концепції, які відображають сутність взаємодії медіа та суспільства, зокрема концепції «медіаподії» (D. Dayan, E. Katz), «ритуалізації» (С. Bell), «етнографічних медіа» (F. Ginsburg). Однак спільним поняттям сучасних антропологічних студій є медіаритуал. Врахування вихідних тез антропології щодо ритуалу як символічної, регулярної, формалізованої дії, яка залучає провідні суспільні цінності, дає змогу дослідникам обстоювати думку щодо вагомості функціонального значення медіаритуалу в системі соціальних відносин, який «регламентує та організовує процес, визначає лад та часто зміст дії» [1, 404].

Закономірно, що стрімкий розвиток антропологічного вивчення медіа супроводжується дискусіями. Ґрунтовний критичний огляд наукової рефлексії етнографічного повороту у вивченні мас-медіа здійснює авторитетна американська дослідниця Д. Спітулнік. У докладній статті «Антропологія і мас-медіа» соціолог розглядає наріжний камінь оцінки антропологічних методів – негативне ставлення до входження у «постконтентну еру» дослідження, що, втім, на думку авторки, вартує уваги, адже саме прагнення долучити до теорії спостереження за повсякденними ритуальними практиками може примножити знання щодо урізноманітнення та збільшення значущості медіа у конструюванні

соціальних смислів [2, 301]. У рамках нашого об'єкта дослідження особливо важливим видається міркування дослідниці стосовно великого потенціалу антропологічної методології для аналізу подорожньої літератури, туризму, зокрема концептуалізації «інакшості», «екзотизму», «примітивності». Слушною, на наш погляд, видається теза щодо способу висвітлення цих соціокультурних моделей, який має здійснюватися інтердисциплінарно, із фокусуванням дослідницької оптики на інституціональності тревел-дискурсу. Симптоматично, що саме такий вектор аналізу активно підтримується науковцями, якими розробляється проблематика тревел-журналістики (Е. Fursich [3], С. Fowler [4], D. Hanush [5]).

Отже, *мета* нашої статті – дослідити специфіку подорожніх ритуалів у контенті українських туристичних видань. *Завданнями* роботи є висвітлення змістового насичення та форм експлікації ритуалу в сучасній тревел-журналістиці; аналіз характеру впливу процесів медіаритуалізації, а також традиційних подорожніх ритуалів на контент-наповнення популярних українських видань «Робінзон», «Міжнародний туризм», «Мир туризму» (2010–2011). *Методами* дослідження є структурний, а також частково семіотичний та дискурс-аналіз.

Очевидно, що ритуали є визначальними для тревел-журналістики. Ритуал виконує важливу функцію поєднання сучасних ідей шляху з традицією, історичним розвитком поведінки людини «на шляху», адже подорож та більшість концептуальних аспектів, пов'язаних із нею, зокрема гостинність, відпочинок, дім, простір, споконвічно регламентувалися ритуалами, які базувалися на опозиції «сакральне/профанне». Відповідно до теорії В. Тернера подорож підпо-



рядковується ритуалам переходу. Лімінальний стан подорожанина, відрив від звичної соціокультурної реальності в сучасному світі коригуються бажанням отримання нового унікального досвіду, що посилюється практикою консюмеризму [6, 10]. Зміни усвідомлення і подолання лімінальності призвели до утворення принципу «уявного гедонізму», який структурує туристичну подорож і визначає способи реконструювання особистісної ідентичності [6, 10]. Попередній аналіз українських тревел-видань довів, що ритуали лімінальності подорожі трансформувалися. Цей процес позначився на традиційних рамкових ритуалах, ритуалах посвяти, сакралізації певних туристичних регіонів та способах ритуалізації «іншого» (відтворення національного колориту в готелях і ресторанах, етноісторичні перфоманси).

Дослідження журналів «Робінзон», «Міжнародний туризм», «Мир туризму» дало змогу виокремити провідні ознаки ритуалів, які формують функціональну та тематичну структури контенту тревел-журналів:

1. Трансформація традиційних рамкових ритуалів. Рамкові ритуали виходу та повернення зберігаються у подорожніх нарисах, організовуючи сюжетно-композиційну структуру тревелогу. Але в більшості випадків ці складники втрачають жанротворчу визначальність контенту тревел-журналів, поступаючись статтям «безвиїзним» або текстам-приписам, у яких сконденсувалася ідея підготовки до подорожі та обов'язкової дії в межах іншої країни. Найяскравіший приклад – журнал «Мир туризму», що містить постійну рубрику «Гид», яка структурується за такими аспектами: «що поїсти», «що привезти», «що подивитись» тощо. Журнал «Мир туризму» за 2010 р. характеризується серією публікацій, присвячених не тільки рекомендаціям щодо дозвілля (наприклад, «Куда отправиться в дождливый день в выходной» (2010, № 6), «Чем занять себя в Провансе» (2010, № 4), а й способам долання власної інакшості («Свой среди чужих. Как выжить одному в чужой стране» (2010, № 3), «Как стать парижанином за час» (2010, № 2). З 2011 р. концепція видання змінюється, що призводить до внутрішнього переструктурування журналу, заміни слогана та зникнення матеріалів, які акцентують увагу на межових станах, амбівалентності як прояву лімінальності, що переживає турист.

2. Інтенсивна взаємодія подорожніх і споживчих ритуалів. Згідно з теорією К. Белл медіаритуалізація – це висування певного способу дії, що диференціюється та контрастує з іншою соціальною дією як більш важливою і впливовою та здійснюється через систему «опе-

рацій», зокрема формалізацію поведінки, утвердження основних опозицій, повторів, часо-просторову реконструкцію тощо [7, 90]. У контенті тревел-видань відбувається модифікація вихідної опозиції «праця/відпочинок» у «повсякдення/свято». Фрейм «свято», що складається з концептів фестивалю, казки, забезпечує емоційний ефект радісного піднесеного настрою туриста та сприяє відмежуванню від повсякдення репрезентацією утопічних місць із характерними рисами ідилічного спокою, висвітленням екзотичних практик-церемоній з ініціальним підтекстом очищення (до цієї категорії також належать публікації з «оздоровчого» туризму). Серед соціальних практик, які ритуалізуються за допомогою цього механізму, виокремлюється шопінг. Аналіз тревел-журналів переконує, що шопінг не тільки стає постійним приводом для написання журналістських матеріалів, а й суттєво впливає на структуру видання, стаючи практикою-медіацією, яка дає змогу подолати відчуженість.

Визначальною для вітчизняних тревел-видань також вважаємо опозицію «центр/периферія» як основного механізму ритуалізації соціальних цінностей, що призводить до формування концепту «ритуальний простір» (так звані «туристичні місця»). Він фокусується навколо видатних із культурно-історичної точки зору міст, в межах яких окреслюються власні центри: райони з ключовими елементами для дозвілля (супермаркети, бутіки, кав'ярні, розкішні готелі). Їх розташування поряд з історичними пам'ятками має облігаторний характер. Орієнтація тревел-журналів на цей принцип ритуалізації відображається у формуванні типової нормативно-подієвої комунікації під час сюжетного розгортання прогулянки туристичним простором та поєднанні культурно-історичної та споживчої інформації в контенті публікації. Серед найбільш поширених засобів ритуалізації туристичних місць слід виокремити такі:

- «зірка» як персонаж тревел-дискурсу, яка підтверджує цінність місцевості («Андрей Васильев, Мадонна, Джон Готье и смешливые итальянцы Доменико и Стефано... Все рано или поздно были замечены здесь. <...> Конечно же, речь идет о блошиных рынках» [8, 100]);

- приєднання до туристичного дискурсу концепту «паломництва до гіперреальності» [9]: «Хроніки Нарнії: Принц Каспіян (тут реальність перетворюється на казку)», «Англія Гаррі Поттера» (Робінзон. – 2010. – № 7–8), «Лондон. Слідами Шерлока Холмса» (Міжнародний туризм. – 2011. – № 1);

- сакралізація: ототожнення певних місцевостей з раєм, едемом («Магазин іграшок «Toys”R”US» – дитячий едем» [10, 106], «Га-



лерея Лафайет» – это рай для модников и модниц» [11, 89]). Інший спосіб – наближення об'єктів повсякдення до культових фігур або подій («Via Veneto, котру обезсмертив у своєму славетному фільмі великий Філіні, як і в часи «дольче віта», дарує гостям різнобарв'я світських розваг і модних новинок» [12, 17]).

2. Ритуали трапези та алкоголю, які традиційно пов'язані з обрядами виходу та ознайомлення з «іншим» [13, 329], виокремлюються з подорожнього контексту. Процес нівеляції просторової динаміки призводить до звуження тематики контенту видання: обмеження певною країною (наприклад, у «Робінзоні») або певним типом туризму (яхти, лижний туризм, кулінарія) (частково простежується в «Міжнародному туризмі» та «Мире туризма»). Водночас функціональна значущість їжі та алкоголю для демаркації просторово-часових меж посилюється. Акцентуація лексичних назв, ілюстрації страви на тлі аутентичного оточення свідчать про символізацію відмінностей, а вживання місцевих напоїв чи страв є ритуалом долучання до іншої культури. На користь сказаного свідчать і такі вияви ритуалізації, що ми можемо дослідити в сучасному тревел-дискурсі українських журналів:

- структурування часопростору за гастрономічним принципом («Дуже смачний маршрут» (Робінзон. – 2011. – № 10), «Кулінарними стежками Чехії» (Робінзон. – 2011. – № 10);
- формування просторово-етнічних і культурних стереотипів (гастрономічні «візитівки» країн);
- локалізація культури споживання (ресторани, бари як місця-медіатори між своїм (домашня атмосфера, неформальна поведінка, комфорт) та іншим (підтримання чужих традицій, встановлення зв'язків з іншим середовищем). Отже, в сучасних тревел-виданнях ритуали дегустації вина, кавування становлять обов'язкові етапи ознайомлення з країнами.

Зрозуміло, що окреслені принципи та засоби медіаритуалізації вітчизняної тревел-журналістики є взаємопов'язаними та такими, що позначаються на комунікативній стратегії та

структурі контенту тревел-журналів. Перспективність антропологічного підходу до дослідження контенту та масмедійної діяльності загалом полягає в тому, що за допомогою інтердисциплінарної методології уможливорюється аналіз процесуальних, діахронічних аспектів ритуалу, а також осмислення його когнітивного й соціального змісту.

1. *Ерофеева И. В.* Ритуал в контексте духовного дискурса современных СМИ // Вестник С.-Пб. ун-та. Сер. 9. – 2009. – Вып. 3. – С. 404–415.

2. *Spitulnik D.* Anthropology and Mass Media // Annual Review of Anthropology. – 1996. – № 22. – P. 293–315.

3. *Fursich E.* How Can Global Journalists Represent the «Other»? A Critical Assessment of the Cultural Studies Concept for Media Practice // Journalism. – Vol. 3 (1). – 2002. – P. 57–84.

4. *Fowler C.* Chasing Tales: Travel Writing, Journalism and the History of British Ideas about Afganistan / C. Fowler. – Amsterdam ; N. Y. ; Rodopi, 2007. – 283 p.

5. *Hanush F.* Taking Travel Journalism Seriously: Suggestions for Scientific Inquiry into a Neglected Genre // Communication, Creativity and Global Citizenship. – July. – 2009. – P. 623–636

6. *Jansson A.* A Sense of Tourism. New Media and the Dialectic of Encapsulation/Decapsulation // Tourism Studies. – 2007. – Vol. 7 (1). – P. 5–24.

7. *Bell C.* Ritual Theory, Ritual Practice / C. Bell. – N.Y., Oxford : Oxford University Press, 1992. – 270 p.

8. *Сундук со сказками* // Мир туризма. – 2010. – № 1. – С. 100–106.

9. *Couldry N.* Media Rituals. A Critical Approach. – London, N.Y. : Routledge, 2003. – 173 p.

10. *Власенко А.* Ноги в руки, або Нью-Йорк за три дні // Міжнародний туризм. – 2011. – № 4. – С. 102–108.

11. *Балбек Е.* По дороге на юг // Мир туризма. – 2011. – № 3. – С. 87–93.

12. *Dolce Vita* Риму // Міжнародний туризм. – 2011. – № 1. – С. 16–17.

13. *Щерпанская Т. Б.* Культура дороги в русской мифоритуальной традиции XIX–XX вв. : монография / Т. Б. Щерпанская. – М. : Индрик, 2003. – 527 с.

Подано до редакції 07. 05. 2012 р.

Yufereva Olena. The rituals in the Ukrainian travel-journals: anthropologic aspects of research of media content.

The article deals with the meaning content and explication forms of a ritual in the contemporary travel journalism. It analyzes the character of influence of media ritualization processes on the content of the Ukrainian travel publications. The special attention is paid to traditional travel rituals as well as a hedonistic tendency in ritualization of travel journals.

Keywords: travel journalism, ritual, ritualization, anthropology, content.

Юферева Е. В. Ритуалы в украинских тревел-журналах: антропологические аспекты исследования медийного контента.

В статье освещаются вопросы смысловой насыщенности и форм экспликации ритуала в современной тревел-журналистике, анализируется характер влияния процессов медиа-ритуализации на контент украинских туристических изданий. Внимание уделяется традиционным ритуалам путешествия, а также гедонистической тенденции ритуализации тревел-журналов.