ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070.11

DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365

Кривцов Никита Владимирович

кандидат исторических наук, трэвел-журналист

в 2009–2013 гг. вел спецкурс и творческую студию по журналистике путешествий и туризма на факультете журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, e-mail: nikitakrivtsov@mail.ru

Nikita V. Krivtsov

PhD in History, freelance travel journalist

part-time guest lecturer on travel journalism at the Faculty of Journalism in 2004–2013, Lomonosov Moscow State University, e-mail: nikitakrivtsov@mail.ru

ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА: СПЕЦИФИКА НАПРАВЛЕНИЯ И ЕГО ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. В статье рассматриваются различные аспекты малоизученного направления в журналистике — журналистики путешествий и туризма. Методология исследования основана на понимании миссии СМИ как важного средства популяризации знаний о других странах и народах, их роли в межнациональном общении. Поднимая вопросы определения места этого направления в системе СМИ и прослеживания его истории, статья основное внимание уделяет сегодняшним проблемам трэвел-журналистики в контексте актуальных вызовов глобализации. Показывается неверность подхода к трэвел-журналистике как к «несерьезному» направлению. При этом, несмотря на возрастающее значение интегративно-коммуникационной функции трэвел-журналистики в современном мире, одновременно наблюдается и превращение ее в рыночно-ориентированное направление. Во многом это связано с объективными причинами, в том числе и экономического характера, а также общей тенденцией перемещения масс-медиа в область инфотейнмента. Качественные сдвиги произошли и под влиянием распространения Интернета и Интернет-журналистики. В итоге это приводит к снижению аналитичности и глубины при освещении темы «трэвел». Поэтому остро встанут вопросы специальной и качественной подготовки трэвел-журналистов, изучения теории и практики трэвел-журналистики. Специальное обучение будущих трэвел-журналистов пока предлагается в основном в виде онлайн занятий, которые не дают серьезного уровня подготовки. Базируясь на опыте ведения курса трэвел-журналистики на факультете журналистики МГУ, в статье делается попытка сформулировать, каковы должны быть задачи и компетенция журналиста, пишущего на тему путешествий и туризма; дается анализ существующей специальной литературы по теории и практике трэвел-журналистики.

Ключевые слова. Трэвел-журналистика, путешествия, туризм, путевой очерк, жанры журналистики, пресс-тур, изучение трэвел-журналистики.

Информация о статье. Дата поступления 10 марта 2017 г.; дата принятия к печати 27 марта 2017 г.; дата онлайн-размещения 08 июня 2017 г.

TRAVEL JOURNALISM: CHARACTERISTIC ASPECTS AND CHALLENGES OF THE GENRE

Abstract. The article examines several aspects of the understudied genre of journalism - travel journalism. The research methodology is based upon understanding the mission of the media as an effective means of popularizing the knowledge of other countries and people, its role in international communication. The article raises the issues of positioning this genre in mass media system and traces its history, but it focuses on current problems of travel journalism in the context of the globalization challenges. It reveals the impropriety of regarding travel journalism as a 'soft' one. However, despite the growing importance of the integration communicative functions of travel journalism in the modern world, there are signs of its turning into the market-driven type of journalism. This tendency arises to a large extent from the external reasons including those of economic nature, and the overall trend of the media drifting to the area of infotainment. Qualitative shifts were influenced by the expansion of the internet and internet journalism as well. Eventually, it results in decreasing analyticity of coverage of travel related subjects, and throws into sharp relief the issues of special and qualified training of the travel journalists, and research in the field of theory and practice of travel writing. Until now, special training of travel journalists is available predominantly through webinars that fail to provide considerable level of education. Based upon the experience of lecturing on travel journalism at the MSU Faculty of Journalism, the article attempts to sum up the goals and competence of travel journalist; it reviews the existing literature on theory and practice of travel journalism.

Keywords. Travel journalism, travel, tourism, travelogue, genres of journalism, press-trip, travel journalism studies.

Article info. Received March 10, 2017; accepted March 27, 2017; available online June 08, 2017.

Знаменитый исследователь Африки Дэвид Ливингстон заметил: «Гораздо легче совершать путешествие, чем описывать его» [1, с. 7]. Эти слова можно смело отнести к целому направлению в СМИ — трэвел-журналистике.

Несмотря на широко распространенное мнение, что это несерьезное, «легкое» направление — и в смысле его задач и целей, и в смысле самого характера работы трэвел-журналиста, не требующее

основательных навыков и подготовки — оно таковым не является. Сформировавшийся в массовом сознании образ трэвел-журналиста как человека, который ездит по экзотическим странам и нежится под пальмами на пляже, а потом еще и получает гонорар, не верен в принципе.

В то же время теория этого направления разработана очень слабо, и требует своего осмысления, начиная с базовых моментов.

Вопросы терминологии

Вопрос — что собой представляет трэвел-журналистика? — далеко не праздный: за тонкостями терминологии скрываются и более важные, чем чисто понятийные проблемы. И лишь ответив на него, можно сконцентрироваться на ее специфике и конкретных проблемах.

Существующие определения понятия «трэвел-журналистика», хотя в целом и верно определяют суть этого направления, достаточно расплывчаты и нуждаются в уточнении.

Википедия предлагает, например, такое определение: «Трэвел-журналистика (от англ. travel journalism — «журналистика путешествий») — особое направление в масс-медиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях (от англ. travel) в контексте разработки таких тем, как география, история, культура, туризм и др.»¹.

Придерживаясь в целом той же трактовки понятия «трэвел-журналистика», аспирантка факультета журналистики СПбГУ И. В. Показаньева видит в ней «особое направление софт-журналистики (развлекательная, досуговая журналистика — Н. К.), которое предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии и другие» [2].

Естественно может возникнуть вопрос: почему мы используем иностранное слово — «трэвел»? Ведь можно называть это направление

«журналистикой путешествий и туризма» (так, кстати, и назывался спецкурс, что в течение девяти лет преподавался на факультете журналистики МГУ).

Но, во-первых, в сообществе профессионалов, пишущих о путешествиях, уже устоялось производное от английского «трэвел-журналистика», или просто «трэвел». Причем этот термин укоренился настолько прочно, что даже обсуждается: как правильнее по-русски писать — «трэвел» или «тревел» [3]. Во-вторых, взятый из английского термин просто короче. И, наконец, в России, причем не в современной, а еще в XIX веке, когда это направление уже успешно развивалось, своего оригинального термина не возникло (в ходу были «путевой очерк», «путевые записки», соответствующие английскому «трэвелог», которое ныне используется и у нас).

При этом само понятие «трэвел» нуждается в уточнении, так как оно очень широкое и охватывает не только журналистику, но и любое литературные творчество, так или иначе связанное с описанием путешествий. Вопрос о реальном смысле этого термина поднимается и в англоязычной среде. Например, проблеме терминологии применительно к сфере «трэвел» подробно рассматривает профессор Ян Борм из университета Версаль-Сен-Кантен-ан-Ивлин во Франции [4].

Дело в том, что в английском языке помимо понятия travel journalism (трэвел-журналистика) существует и понятие travel writing (любое литературное и журналистское творчество, посвященное теме путешествий), и производное от него travel writer, то есть человек,

¹ Трэвел-журналистика. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Трэвел-журналистика>.

пишущий о путешествиях. Слово *writer* здесь не должно вводить в заблуждение — оно не обязательно переводится как писатель (то есть беллетрист), это вообще «пишущий человек». Таким образом, понятие *travel writing* шире, чем *трэвел-журналистика* (и включает в себя последнее), как и *travel writer* шире, чем *трэвел-журналист*. И эти термины едва ли можно противопоставлять друг другу.

Но Показаньева считает, что термин «трэвел-райтер... принадлежит более литературе, нежели журналистике», и пишет: «Трэвел-журналист занимается... информационной журналистикой, а не литературой, причем трэвел-журналист может работать как на телевидении, так и в печати. Эти термины (видимо, имеются в виду «трэвел-журналист» и «трэвел-райтер» — Н. К.) используются как синонимы, что приводит к проблемам дифференциации между тем, что представляет собой трэвел-журналистика как направление журналистики, которое теоретически имеет этические стандарты и существует по определенным законам, и тем, что можно охарактеризовать как художественную литературу» [2].

Однако сам термин «трэвел-райтер» вовсе не подразумевает, что его носитель автоматически должен заноситься в область художественной литературы. Причем часто трэвел-журналисты и трэвел-райтеры (в смысле «писатели» — авторы книг о путешествиях) — одни и те же люди. Многие их книги выросли из журналистских очерков и репортажей. В качестве примера можно вспомнить книгу «Потрясающие города» англичанина Яна Флеминга (того самого, что прославился как создатель

образа Джеймса Бонда), которая является сборником его очерков, опубликованных в газете «Санди таймс» [5]. И такая практика, когда для написания очерков о путешествиях крупные издания привлекают известных писателей и публицистов, весьма распространена.

Водораздел между художественной литературой и журналистикой пролегает не в плоскости терминологии — как мы именуем автора того или иного произведения. И дело даже не в «этических стандартах», а в том, что беллетристика позволяет и подразумевает вымысел, а журналистика всегда означает строгое следование фактам [6, с. 5]: именно с помощью фактов журналисты создают модель многообразной действительности.

Таким образом, отличие журналистики от художественной литературы — при всей возможной изящности формы и занимательности сюжета — это то, что журналистика «исключает эмоции и отделяет факты от мнений» [7, с. 177].

Как отмечал знаменитый американский автор множества книг о путешествиях Пол Теру, «разница между описанием путешествий и художественной литературой это разница между фиксацией того, что видит глаз, и выявлением того, что позволяет себе воображение» [8, с. 14].

Жанровые особенности и тематическое разнообразие

В полемику с Показаньевой приходится вступать и потому, что она считает: «путевые очерки можно создавать в гораздо более ограниченных условиях: жанр позволяет авторам включать вымышленные

элементы и использовать художественные приемы. Возможно даже создание материала без самого путешествия — автор создает вымышленные истории для развлечения читателя, используя чужие фотографии, подкрепляя материал фактами из путеводителей» [2].

Да, более сложные по форме жанры журналистики, такие, как, например, очерк (по сравнению с дневником или обзором), близки к беллетристике — в них могут быть более сложная композиция, присутствовать прямая речь и диалоги, раскрываться характеры людей, даже выстраиваться сюжетная линия со своей динамикой и развитием. Но при этом они вовсе не обязательно подразумевают вымысел или искажение фактов, и «использование художественных приемов» не противоречит принципам журналистского творчества. Другое дело, что для создания более сложных по форме текстов не у всех хватает мастерства, умения или возможности собрать необходимый материал, и едва ли их можно написать «в гораздо более ограниченных условиях».

Что же касается подготовки материала без самого путешествия, то сегодня этим грешат как раз не «писатели» (хотя есть целый ряд известных произведений, созданных людьми, не покидавшими своего родного города): много «журналистских» материалов на тему «трэвел» создается в редакциях на базе фактов из справочников и Интернета. И это характерно как раз не для изданий, «склонных» к беллетризованным формам, а для массовых рекламных журналов, не претендующих на серьезность.

В целом же, возвращаясь непосредственно к определению понятия «трэвел-журналистика», нельзя не согласиться с профессором Яном Бормом, который полагает, что к направлению «трэвел» могут быть отнесены самые разнообразные тексты, главная тема которых — путешествие [4, с. 13].

Таким образом, трэвел-журналистика представляет собой политематическое и многожанровое, комплексное направление, которое опирается на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа, а именно, на информацию, связанную с путешествиями и туризмом, и, как следствие, аудиторию, соответственно заинтересованную в этой тематике. Следовательно, трэвел-журналистику можно рассматривать как широкую специализацию, куда входит история, география, искусство, гастрономия, этнография и др. Например, внутри «трэвел» уже выросло целое отдельное «гастрономическое» подразделение, посвященное напиткам и кухне разных стран и народов мира.

Столь же широк и диапазон задач трэвел-журналистики — от просвещения до коммерции, от аналитики до развлечения.

Хотя некоторые публикации, относимые к «трэвел», пишутся по вторичным источникам, я бы характеризовал подлинную трэвел-журналистику как познавательно-развлекательное страноведение, основанное, в значительной степени, на личных впечатлениях. То есть, «трэвел» — это гибрид путевых заметок и популярного страноведения, рассказ об истории, географии, этнографии, культуре, гастрономии в увлекательной форме; причем «ав-

торское присутствие» необходимо не только в очерке или дневнике, но даже в обзоре или рекомендации, где информация «из первых рук» всегда предпочтительнее.

В силу своей специфики и «синтетичности» трэвел-журналистика может себе позволить и разнообразие жанрообразующих форм. Это и путевой очерк, и путевые заметки, и дневник, как разновидность путевого очерка, это и репортаж, и обозрение, и рекомендация (применительно к трэвел-журналистике — аналитический материал, основным содержанием которого является полезная информация).

В то же время многие трэвел-материалы сами по себе представляют синтетические по жанру произведения — очерк с элементами интервью, дневниковые записи с аналитикой и т. д.

Сегодня, когда СМИ претерпевают процессы умирания, рождения и слияния различных жанров, типов и форм, отдельные журналистские материалы уже сложно идентифицировать по жанру. И современная трэвел-журналистика является ярким примером такой тенденции — в целом она представляет собой гибрид жанров и провести четкую границу между различными формами невозможно [9, с. 8]. Например, на ТВ, современные трэвел-программы сочетают элементы документального фильма, образовательной программы, развлекательного ток-шоу, реалити-шоу, сериала и рекламного ролика [2].

История направления — почему ее нужно знать?

«Трэвел» как направление — в виде путевых записок в сочетании

с практической информацией, со страноведением и даже с беллетристикой появился очень давно. Предком трэвел-журналистики можно считать путевой очерк — один из старейших жанров, в основе которого лежит описание каких-либо событий, встреч, происходящих во время путешествия автора. Некоторые считают трэвелогом и Гомеровскую «Одиссею».

Проследивая становление жанра путевых заметок, можно вспомнить и записки Марко Поло, а у нас — различные «хождения», в первую очередь, «Хождение за три моря» Афанасия Никитина. Дорогу жанру в большую жизнь торили многочисленные дневники и записки путешественников XVIII и XIX веков, того же Дэвида Ливингстона.

Но как самостоятельное направление жанр путевого очерка возник с наступлением эры массовых путешествий, путешествий для удовольствия, то есть, выражаясь современным языком — туризма. Это — начало XIX века, когда появляются многочисленные записки английских, французских, немецких авторов об Италии, Ближнем Востоке, Египте.

Заметки путешественников-туристов стали реальным путевым очерком, когда за это взялись профессиональные литераторы. Причем они внесли в него не только художественную форму, но и особую осмысленность, остроту авторского взгляда.

Россия не была в стороне от этого явления. Одним из первых подобных произведений были «Письма русского путешественника» Н. М. Карамзина. «Путешествие из Петербурга в Москву» А. Н. Радищева, всем из-

вестное как «обличение крепостничества» — тоже путевой очерк, и, несмотря на общую социально-политическую направленность произведения, ряд глав книги представляют собой путевые записки — с любопытной и порой уникальной информацией.

Авторами, прославившими путевой очерк как жанр российской литературы и журналистики, стали А. С. Пушкин («Путешествие в Арзрум»), А. Н. Островский, И. А. Гончаров. «Фрегат «Паллада» последнего и сегодня считается классикой жанра. Известный всем как драматург, Островский оставил свои записки о путешествии по Волге.

К середине XIX века в русских журналах и газетах уже регулярно появлялись путевые очерки и заметки с названиями вроде «Поездка на Валаам», «Поездка на Иматру». Отдельно нужно сказать о творчестве писателя и очеркиста В. И. Немировича-Данченко (1848/49–1936), который стал по существу первым профессиональным отечественным автором книг о путешествиях. По материалам своих поездок по России и за рубежом он написал множество очерков и книг. К сожалению, он был у нас забыт, а его плодovitость незаслуженно ставилась ему порой в вину. При этом В. И. Немирович-Данченко внес большой вклад в становление отечественной трэвел-журналистики, удачно соединяя в своих очерках личные впечатления, исторические экскурсы, диалоги и живые описания людей.

На Западе в XX веке традиция трэвелого продолжала развиваться. Многие писатели, отправляясь в поездки по дальним странам, остав-

ляли свои путевые очерки. Среди них, например, можно отметить заметки и книги о путешествиях англичанина Ивлина Во, прекрасный трэвелог американского писателя Джона Стейнбека «Путешествие с Чарли в поисках Америки». В числе современных зарубежных очеркистов-путешественников стоит упомянуть уже цитировавшегося Пола Теру, Билла Брайсона, Пико Айера и многих других.

В советское время в России трэвелог в чистом виде был редок. Это было связано с идеологизированностью отечественной журналистики и публицистики, фильтрацией информации (нейтральной, а тем более позитивной) о зарубежных странах. Даже большинство очерков о путешествиях по территории СССР редко охватывали именно трэвел-тематику (в лучшем случае это были рассказы о природе). Правда, довольно широкое развитие получило такое направление как краеведение. В публикациях о капиталистических странах обязательно должна была присутствовать (и превалировать) критика «загнивающего» строя. Поэтому настоящие путевые записки, с минимальным присутствием идеологии и пропаганды советские авторы могли создавать, рассказывая о странах «третьего мира». Такими удачными, но, к сожалению, редкими примерами советской трэвел-журналистики могут служить книги отечественных журналистов-международников Олега Игнатьева (о Бразилии) и Сергея Кулика (об Африке), писательницы Веры Шапошниковой (об Африке). Но в самостоятельное направление, со специализацией работающих в нем журналистов, она не превратилась.

Что же касается периодической печати, то в СССР был всего один журнал, посвященный путешествиям — «Вокруг света», публикации в котором отражали те же тенденции, о которых говорилось выше. Таким образом, трэвел-журналистика у нас в стране до начала 1990-х годов как самостоятельное направление практически не существовала.

Ситуация изменилась, когда открылись границы, стал развиваться массовый зарубежный туризм, а туризм внутренний приобрел новые формы. Трэвел-журналистика оформилась в отдельное направление, стала предметом специализации многих журналистов, появился и окреп свой сегмент в СМИ, как «бумажных», так и электронных.

Обзор истории трэвел-журналистики для людей, работающих в этом направлении, важен не только с познавательной, но и с практической точки зрения. У «предшественников» можно почерпнуть информацию о прошлом, сравнить с сегодняшним днем — что-то оспорить, с чем-то согласиться — при написании собственного материала, они могут подсказать и какие-то темы. Есть даже весьма популярный своеобразный поджанр в трэвел-журналистике, который можно назвать «по следам...» (в англоязычной журналистике и литературе — «in the footsteps»).

Трэвел-журналистика на рынке СМИ России

Каково место трэвел-журналистики на рынке СМИ, и какими типами изданий она представлена в России?

Есть специализированные издания, посвященные исключительно

путешествиям и туризму, есть научно-популярные издания с уклоном в страноведение и активно освещающие эту тему. Есть и издания для профессионалов турбизнеса, но с включением страноведческой информации. Существует также множество сайтов, посвященных путешествиям и туризму (о них отдельно говорить не будем, так как в основном концентрируемся на «бумажных» СМИ). Путешествия как часть образа жизни присутствуют в каждом лайф-стайловском журнале. Трэвел-тематика обязательно представлена в бортовой прессе (так называемые inflight-журналы авиакомпаний и издания фирменных поездов). Рубрики, посвященные путешествиям и туризму, есть в журналах для женщин, для подростков («Бум»), даже в музыкальных (например, в журнале «Rolling Stone»). И это понятно — путешествия стали массовыми, превратились в часть образа жизни.

Анализируя типологию журналов о путешествиях и туризме, их обычно делят на массовые (развлекательные, рекламные, просветительные) и профессиональные, а также по их «происхождению» — оригинальные отечественные и лицензионные.

Вне зависимости от типа издания, публикации по трэвел-журналистике, с моей точки зрения, можно разделить по их функциям и задачам: 1) просветительные (глубокий, многосторонний рассказ о той или иной стране, народе, местности, городе — то есть, качественное страноведение), 2) развлекательные («путешествие на диване»), 3) побудительные (их цель — заинтересовать читателя, побудить отправиться в путешествие, жела-

тельно — через конкретную турфирму), 4) чисто рекламные (описание какого-то курорта, отеля или ресторана исключительно в положительных и даже восторженных тонах), 5) аналитические, профессионально-отраслевые (анализ рынка, цен, чартерных программ, уровня популярности у туристов того или иного направления).

И, соответственно, так же можно сгруппировать и издания, исходя из специфики их публикаций. Например, «Турбизнес», «Туринфо», «ТТГ» являются профессионально-аналитическими, журнал «Туризм и отдых» — рекламным, «Conde Nast Traveller», «National Geographic Traveller», «Вояж» — рекламно-развлекательными, «Geo», «Вокруг света» и «National Geographic» — просветительными.

Существуют журналы, практически полностью посвященные трэвел-тематике, есть такие, где она представлена в виде одной-двух рубрик, а в некоторых она вписана в общий научно-популярный контекст в виде страноведения. Профессиональные издания, концентрирующиеся в основном на туристическом бизнесе, иногда публикуют и страноведческие материалы. В «непрофессиональных» журналах могут быть и обзоры, и чисто справочные подверстки. А реклама, не только явная, но и скрытая, присутствует практически везде.

Отдельно надо сказать о путеводителях. Это не пресса, но при этом массовые, серийные издания. Отдельно стоит выделить авторские путеводители, где личное видение и знакомство с темой дополняет справочную информацию.

И, конечно, совершенно отдельный вид публикаций представляют собой сайты и блоги.

Ответ на вызовы времени или инфотейнмент?

Говоря о значении трэвел-журналистики и, соответственно, ее месте в системе масс-медиа, надо иметь в виду несколько важных моментов.

Во-первых, трэвел-журналистике, прямо или косвенно, принадлежит большой сегмент рынка СМИ. Во-вторых, она несет далеко не только развлекательные, но и важные познавательные функции, и, будучи разновидностью страноведения, играет свою роль в познании мира, знакомстве с социально-политическими и экономическими проблемами. И, в-третьих, представляя собой сложное, синтетическое направление, включающее в себя разные формы и жанры, трэвел-журналистика дает возможность автору, освоив их, достаточно уверенно чувствовать себя и в других сферах творчества.

Трэвел-журналистика оказывает воздействие на формирование у аудитории определенной картины мира и представлений о культурах. Причем трэвел-журналистика тесно связана с туристической отраслью, а эта индустрия оказывает влияние на культурные и социальные процессы, что, в свою очередь, приводит к росту научного интереса в области международной социологии и антропологии [10]. Таким образом, трэвел-журналистика оказывается тесно связанной с процессами глобализации. И рассматривать феномен трэвел-журналистики следует в контексте глобальных межкультурных исследований в различных смежных

областях знаний, таких, как социология, культурология, международные отношения, этнография и т. д.

Трэвел-журналистика влияет на национальную самоидентификацию людей, преобразует информацию из одного культурного контекста в другой, формирует у аудитории определенный образ различных культур. Так, профессор Бостонского колледжа Элфрид Фюрзих заметила что, медиапрезентация «других», т.е. иностранных культур, оказывает решающее воздействие в эру глобализации [11]. Роль журналиста-путешественника состоит в трансформации опыта «других»: в обнаружении «нового» в какой-либо стране или культуре и соотнесении этого «нового» с уже имеющимся у аудитории багажом знаний. А Карла Сантос, профессор Иллинойского университета, отмечает, что трэвел-журналисты являются «социокультурными декодерами», которые преобразуют информацию из одного культурного контекста в другой [12].

Изучение трэвел-журналистики ведет к лучшему пониманию современных процессов в общественной, политической и культурной жизни, тенденций в развитии масс-медиа.

При этом нельзя не отметить, что в нынешнем ландшафте СМИ существует противопоставление более сложных с художественной и аналитической точки зрения жанров и форм, более массовым и простым. Происходит мощная экспансия «инфотейнмента» (смеси информации и развлечений), из-за чего некоторые традиционные принципы журналистики, например аналитичность, уходят в прошлое. Переживая процесс информационной адаптации, трэвел-журналистика вынужде-

на постоянно приспосабливаться к изменяющейся среде, ее ценностям и условиям жизнедеятельности. Классическая, серьезная трэвел-журналистика оказывается менее востребованной. Например, на российском телеэкране она уступила место гибриднему инфотейнменту [2]. Таково требование не только массового читателя (зрителя), но и рекламодателя. Но это не означает, что не надо «поднимать» аудиторию до более высокого профессионального уровня. В любом случае придется констатировать, что в сфере трэвел-журналистики происходит упрощение продукта не только по форме, но и по содержанию.

Некоторые аспекты современной российской трэвел-журналистики

И здесь самое время поговорить об особенностях трэвел-журналистики в современной России, о профессии трэвел-журналиста у нас в стране.

Понятно, что путешествие и осуществление журналистской деятельности в далеких странах нуждаются в финансировании. Лишь небольшое количество газет и журналов способно оплатить автору поездку за границу (да и по России — с учетом размеров страны), необходимую для написания материала по трэвел-тематике. И неудивительно, что трэвел-материалы создаются при спонсорской поддержке туристических компаний и PR-агентств принимающих стран. Этот непростой союз влечет за собой некоторые пагубные последствия этического характера, которые имеют место уже на этапе отбора информации. По существу география многих публикаций опре-

деляется рекламодателями и туристическими офисами и турагентствами, организующими пресс-туры. Таким образом, трэвел-журналистика превращается в один из каналов продвижения турпродукта. Хотя большинство трэвел-журналистов уверяют, что бесплатный проезд или проживание, необходимые для выполнения работы, не влияют на качество их материалов настолько, чтобы это могло исказить действительность, это далеко не всегда так [13]. Вряд ли журналист, который бесплатно провел неделю на каком-то курорте в пятизвездочной гостинице, окруженный вниманием принимающей стороны, в своем материале о поездке будет полностью беспристрастен, а тем более, расскажет о каком-то негативном опыте.

Причем, как правило, в публикациях (а тем более ТВ-программах или ТВ-шоу) отсутствует не только какой-либо «негатив», но и даже аналитика. Основной причиной является то, что критическое освещение вопросов политики или экономики в различных странах может отрицательно сказаться на туристическом бизнесе, а показ спорных кадров и обсуждение запретных тем является слишком рискованным предприятием для конкретного СМИ (или страны в целом), так как туризм и международная политика тесно взаимосвязаны. Кроме того, это может отбить интерес в финансировании у рекламодателей. Отсюда вытекает проблема формирования стереотипов и популяризации определенных туристических маршрутов [2].

Доктор Фолкер Хануш из Квинслендского университета Технологии (Австралия) и Элфрид Фюрзих вообще констатируют, что современ-

ная трэвел-журналистика ориентирована на рынок, коммерциализирована и ей не хватает экспертного мнения [14, с. 2]. Поэтому трэвел-журналистика не всегда следует традиционным журналистским идеалам и редко руководствуется понятием общественного интереса.

Как мы видим, эта тенденция универсальна, однако в России она проявляется особенно ярко.

Подавляющее большинство отечественных трэвел-журналистов ездят лишь в пресс-туры, организуемые либо туристическими компаниями и туристическими офисами, либо PR-агентствами — в самостоятельные путешествия с собственноручно составленным маршрутом и, соответственно, своими целями и задачами, отправляются единицы.

Поэтому современная российская трэвел-журналистика — не столько о путешествиях, сколько о туризме. Конечно, путешествия и туризм — понятия очень близкие, и во всем мире журналистика путешествий и журналистика туризма — тесно переплетаются и сходятся в известной степени. У нас же это схождение почти полное.

Это обусловлено рядом причин. У нас нет изданий, посвященных исключительно и именно путешествиям — в преобладающей мере они ориентированы на массовые запросы туристов (и турбизнеса).

Во многом указанная тенденция связана с экономической ситуацией, в которой находится издательское дело и пресса особенно. «Обеднение» издательских домов и прессы, сокращение бюджетов, а соответственно и авторских гонораров и расходов на возможные командировки едва ли позитивно влияют на

географию и качество публикуемых материалов. Сейчас почти невозможно представить, что бы даже та же «Санди таймс» отправила корреспондента в кругосветное путешествие с практически неограниченным бюджетом с целью написания им серии очерков — как, например, эта это было в 1950-е годы с Яном Флемингом.

Эта тенденция универсальна и не обошла стороной и издания о путешествиях, а, может, даже в особой мере сказалась на них. Здесь, помимо вышеназванного, сказались и конкуренция со стороны Интернета, а также тот факт, что многие из тех, кто раньше «открывал мир» с помощью книг и журналов, сам теперь отправляется в путешествия [15].

Материал с характерным заголовком «Откровения трэвел-райтера: неопределенное будущее» был опубликован недавно в английском онлайн-журнале о путешествиях «Wanderlust» [16].

В России же пресса, посвященная путешествиям и туризму, с материальной точки зрения еще более слаба и еще больше зависит от рекламодателей, в первую очередь — турфирм. А бюджеты большинства журналов так скудны, что практически исключают возможность командировок за счет редакции. Правда, если даже журналист отправляется в путешествие, оплаченное редакцией, тем более, с конкретным заданием, это тоже далеко не всегда гарантирует объективность автора.

Стоит также отметить, что на Западе больше узкоспециализированных (и при этом достаточно благополучных) изданий — не просто о путешествиях, а о гастрономии,

различных разновидностях туризма и т. д. Поэтому, помимо прочего (прежде всего, пусть и не очень широкой, но стабильной аудитории), они имеют рекламодателей не только в виде туристических компаний, но и в виде ресторанов и торговых сетей, фирм, производящих специализированную одежду, обувь, оборудование и принадлежности для туризма и т. д. Также иногда их издателями выступают различные ассоциации (любителей автомобильного туризма, фанатов железных дорог и т. д.) — чего нет у нас, либо наши подобные общества и ассоциации крайне бедны.

Поэтому российская пресса о путешествиях — зависела и зависит от туристической (и обслуживающих ее PR-агентств), у которой и черпает возможности поездок — в виде пресс-туров. В итоге понимаемая в идеале как интересное страноведение, правдивый путевой очерк, отечественная трэвел-журналистика в действительности в основном рассказывает об аспектах туризма в информационных и развлекательных целях, что редко включает в себя аналитические аспекты повествования, свойственные серьезной журналистике.

Трэвел-журналист: турист VS исследователь?

Идеальный трэвел-журналист, на мой взгляд, — это пишущий путешественник или самостоятельно (и за свой счет) путешествующий журналист. Ведь только тогда он не будет проводником «нужной» информации, невольным участником PR-компаний, в отличие от тех, кто отправляется в пресс-туры. Самостоятельное, свободное перемещение

дает также больше возможностей для контактов с людьми, из разных слоев общества, разных взглядов, обычаев и привычек, а не только с представителями сферы туризма.

Правда, многие наши трэвел-журналисты признаются, что будь они лишены возможности ездить в пресс-туры, они вообще не могли путешествовать и, соответственно, быть в «профессии».

Можно было бы сказать, что идеальными трэвел-журналистами являются блоггеры — те, кто, будучи состоятельными людьми, могут позволить себе путешествовать там и туда, где они хотят, а потом описывают свои впечатления. Но, как правило, среди них очень мало тех, кто может и умеет писать. Это и делает их именно блоггерами — думается, если бы они могли создавать качественные, профессиональные тексты, они бы предпочитали их публиковать в журналах.

При этом, однако, аудитория некоторых известных блоггеров вполне сравнима (а порой и превосходит) с тиражами печатных изданий. На это, в последнее время, кстати, обратили внимание и турфирмы, и туристические офисы зарубежных стран и стали использовать авторов известных блогов для продвижения своего продукта. Но это уже означает риск потери объективного и неангажированного взгляда и, соответственно, беспристрастности при описании увиденного.

Еще один важный момент. Отличие трэвел-журналиста от простого туриста (какими и являются в подавляющем большинстве блоггеры) — в ответственности перед обществом, как бы это пафосно ни звучало. Турист просто отдыхает,

а если и интересуется чем-то, то делает это ради развлечения. Трэвел-журналист изучает мир, чтобы поделиться обретенным знанием с окружающими. Он постоянно собирает информацию, общается с местными жителями, забирается в места, в которые никогда не направится путешественник, движущийся на коротком поводке путеводителя. Самостоятельность связана с некоторыми сложностями, но зато такой подход позволяет уйти в сторону от избитых троп и сделать уникальные открытия [17]. А как заметил Пол Теру, «турист пошел бы в храм или музей, а я — в трущобы» [8, с. 18].

Теория и практика «трэвел» как предмет изучения

Несмотря на важность трэвел-журналистики, ее феноменом как полем для серьезных научных исследований со стороны теории коммуникаций и других журналистских дисциплин по-прежнему незаслуженно пренебрегают [2]. И теоретических работ о трэвел-журналистике до сих пор немного.

Правда, в последние два десятилетия на Западе вышло несколько серьезных работ, посвященных трэвел-журналистике — как монографий, так и сборников статей и публикаций в научных журналах. Среди них стоит отметить, например, книги профессора университета Ноттингем Трент (Англия) Тима Янгса [18; 19], сборники статей о трэвел-журналистике под редакцией Ф. Хануша и Э. Фюрзих [20], а также доктора Гленна Хупера из Каледонского университета Глазго и Т. Янгса [21].

Что касается нашей страны, то сегодня о различных аспектах трэвел-журналистики пишут и защища-

ют дипломы студенты факультета журналистики МГУ, проблематика этого направления становится и темой диссертаций. Однако пока на русском языке опубликовано всего несколько серьезных работ, которые, правда, не охватывая подробно явление в широком контексте, концентрируются на некоторых частных вопросах трэвел-журналистики. В качестве примера можно привести уже упоминавшуюся статью Т. Ю. Редькиной [3], посвященную этическим и культурно-речевым нормам в трэвел-медиа-тексте, и статьи И. В. Показаньева [2], рассматривающей некоторые актуальные проблемы трэвел-журналистики на примере телевидения.

Конечно же, нельзя воспринимать серьезно книгу «Трэвел-журналистика» под «авторством» Джесси Рассела и Рональда Кона [22]. Дело в том, что данное издание представляет собой компиляцию сведений, находящихся в свободном доступе в «сети», а солидно звучащие иностранные имена авторов — не более чем оригинальный псевдоним редакторов, под которым публикуются книги на совершенно разные темы.

Публикаций же о практике работы трэвел-журналиста, а тем более, о методике обучения творчеству в этой сфере у нас нет вообще. Поэтому хочется вернуться к цитате Ливингстона, приведенной в начале статьи.

Ведь сегодня многие не только путешествуют, но и пишут об этом, пусть и в блогах. Но как это делать профессионально? Тем более, как уже отмечалось выше, налицо тенденция к упрощению, к превращению трэвел-журналистики в легковесное, «несерьезное» направление, при

одновременном возрастании задач и вызовов, стоящих перед ним.

Бывший журналист, а ныне доцент Школы коммуникации и информации имени Ви Ким Ви Наньянского технологического университета (Сингапур) Эндрю Даффи отмечает падение общего уровня трэвел-журналистики за счет пополнения числа авторов блогерами, у которых личные наблюдения подменяют глубокий анализ, и говорит о необходимости обучения этой специальности, причем так, чтобы у профессионалов даже описание личного опыта было глубже и обоснованнее, чем у любителей [23, с. 99–100].

На Западе (от Англии до Австралии) трэвел-журналистика как предмет присутствует в основном в различных онлайн-школах, став довольно популярным направлением «дистанционного» образования, что, кстати, само по себе свидетельствует о широком интересе к «трэвел». Однако там есть и серьезные центры по изучению трэвел-журналистики и обучению предмету. Например, это Центр по изучению литературы о путешествиях в Университете Ноттингем Трент (Англия), Институт повышения квалификации в Кембриджском университете, Вечерние курсы трэвел-журналистики при Лондонской школе журналистики, Школа журналистики и массовых коммуникаций в Университете Аристотеля в Салониках (Греция).

В России же первым опытом обучения трэвел-журналистики были спецкурс и творческая студия на факультете журналистики МГУ в 2004–2013 годах. Методика, применяемая тогда автором данной статьи, была создана во многом эмпирическим путем, и, естественно, на основе

личного двадцатипятилетнего опыта «практикующего» трэвел-журналиста.

Сегодня в России трэвел-журналистика как предмет появляется в программах некоторых учебных заведений, возникают коммерческие «школы трэвел-журналистики» — либо в виде дистанционных онлайн-занятий, без четкой методики и программы, либо в виде любительских «кружков по интересам», где присутствующие за чашкой чая делятся своими впечатлениями от поездок. Однако о серьезном исследовании теории и практики трэвел-журналистики пока, к сожалению, говорить не приходится.

Ввиду малочисленности опубликованных работ о практике работы трэвел-журналиста, а тем более пособий по «введению в специальность» и их несомненной востребованности, необходимо остановиться на имеющихся подробно.

Одним из лучших (если не лучшим) является «Lonely Planet's Guide to Travel Writing» Дона Джорджа (изданное впервые в 2005 году, к 2013-му оно выдержало уже 3-е издание) знаменитого австралийского издательства «Lonely Planet», специализирующегося на выпуске путеводителей [24]. Сама методика, установки и рекомендации в этой книге очень близки к тем, что использовал я в своем преподавании. И чтобы не быть обвиненным в пристрастии и необъективности, назову еще одно зарубежное пособие — «Введение в трэвел-журналистику» Джона Гринмена [25].

Сейчас стали появляться и онлайн-пособия для трэвел-журналистов. На канадском сайте torontotravelmassive.com оно, на-

пример, выполнено в виде кратких тезисов, иногда с картинками — как пособие для «самых начинающих» [26]. Такая «простенькая» форма изложения, кстати, лишний раз свидетельствует о широте аудитории, интересующейся освоением основ трэвел-журналистики.

Отдельно хотелось бы сказать и о книге Пола Теру «Дао путешествия» [8]. Она представляет собой некую хрестоматию, а точнее цитатник из произведений различных путешественников с комментариями самого Теру. Выдержки из их работ, собранные вместе, дают хорошую почву для понимания, что такое путевой очерк, какова его цель, как и о чем надо писать, а значит, являются отличным пособием для тех, кто хочет заниматься трэвел-журналистикой.

Что касается русскоязычных изданий, то, конечно, не стоит воспринимать всерьез «пособия» и «рекомендации» с такими очень заманчивыми заголовками типа «Как объездить весь мир, чтобы тебе за это платили?» [27] и им подобные или книгу Андрея Парабеллума и Алекса Айвенго «Traveliving. Путешествуй и богатей. Как заработать миллион всего за 2 часа в неделю» [28], которую многие почему-то принимают за пособие для трэвел-журналистов. В них неверен сам посыл — если ты являешься именно трэвел-журналистом, а не коммерческим агентом или медиаперсоной, связанной с рекламным бизнесом, заработать на этом ремесле очень сложно, и это (причем не миллионы) удастся лишь единицам — знаменитым трэвел-райтерам с мировым именем. В лучшем случае, можно окупить затраты на самостоятельное путешествие. А во-вторых, там

нет ни слова именно о ремесле, что, с моей точки зрения, и является самым важным.

И все-таки из книг на русском языке я бы выделил две. Это «По следам Хемингуэя» Майкла Пэлина [29]. Формально эта книга не является ни теоретической работой, ни пособием. Это рассказ известного английского актера и телеведущего, одного из членов знаменитого кинообъединения *Monthy Python*, о его путешествиях в качестве создателя серии телепередач по местам, связанным с жизнью Хемингуэя. Однако при внимательном прочтении книги, помимо интересных и увлекательных сведений из биографии выдающегося писателя и сегодняшних описаний городов и стран, где тот успел побывать, можно почерпнуть массу полезного именно о работе трэвел-журналиста (пусть в книге речь идет о телевидении) — о приемах, о необходимой подготовке к поездке, и, прежде всего, о том, как надо разрабатывать тему в поджанре «по следам»...

Еще один пример — это фотоальбом известного фотографа и журналиста Алекса Миловского «Трэвел-фотография» [30]. Хотя книга не является пособием, а представляет собой альбом высокохудожественных фотографий автора, снятых во

время его многочисленных поездок по миру, она дает отличную возможность понять, что такое фотография в жанре «трэвел», и может служить если не пособием, то, как минимум, ориентиром для тех, кто путешествует с фотоаппаратом. Тем более что в трэвел-журналистике автор текста нередко выступает в качестве фотографа — и наоборот.

Мое же, пусть и краткое и популярное, видение того, как надо создавать путевой очерк, изложено в лекции «Секрет успешного трэвеллога», которую прочел в лектории РГО в сентябре 2014 года². Называю ее лишь потому, что она может рассматриваться в качестве пока единственного общедоступного пособия для трэвел-журналиста на русском языке.

Из всего вышесказанного, естественно, возникает вывод о необходимости более серьезного отношения к трэвел-журналистике, более глубокого изучения различных аспектов и проблематики этого направления, а также профессиональной подготовки тех, кто собирается посвятить себя журналистике путешествий и туризма.

² Секрет успешного трэвеллога. URL : <http://www.rgo.ru/ru/video/160914-sekret-ushpeshnogo-treveloga>.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ливингстон Д. Путешествия и исследования в Южной Африке с 1840 по 1855 г / Давид Ливингстон. — М. : Географиз, 1955. — 392 с.
2. Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства [Электронный ресурс] / И. В. Показаньева // *Mediascope*. — 2013. — № 3. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1385>.
3. Редькина Т. Ю. Этические и культурно-речевые нормы в трэвел-медиатексте [Электронный ресурс] / Т. Ю. Редькина // *Экология языка и коммуникативная практика*. — 2014. — № 1. — С. 150–160. — Режим доступа: <http://ecoling.sfu-kras.ru/wp-content/uploads/2014/04/Redkina-T.Y.pdf>.

4. Borm J. Defining Travel: On the travel book, travel writing and terminology / Jan Borm // *Perspectives on Travel Writing* / ed. by Glenn Hooper, Tim Youngs. — Aldershot : Ashgate, 2004. — P. 13–26.
5. Fleming I. Thrilling Cities / Ian Fleming. — London : Vintage Books, 2009. — 276 p.
6. Поелуева Л. А. Факт в публицистике : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Л. А. Поелуева. — М., 1988. — 194 с.
7. Дэннис Э. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис, Дж. Мэррилл. — М. : Вагриус, 1997. — 384 с.
8. Theroux P. Tao of Travel / Paul Theroux. — Boston ; New York : Mariner Books, 2012. — 292 p.
9. Youngs T. Travellers in Africa; British Travelogues, 1850–1900 / Tim Youngs. — Manchester : Manchester University Press, 1994. — 235 p.
10. Cocking B. Travel journalism / B. Cocking // *Journalism Studies*. — 2009. — Vol. 10, № 1. — P. 54–68.
11. Fürsich E. How can global journalists represent the 'Other'? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice / E. Fürsich // *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. — 2002. — № 3 (1). — P. 57–84.
12. Santos C. A. Perception and interpretation of leisure travel articles / C. A. Santos // *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*. — 2004. — Vol. 26, № 4. — P. 393–410.
13. Hanusch F. The dimensions of travel journalism / F. Hanusch // *Journalism Studies*. — 2010. — Vol. 11, № 1. — P. 68–82.
14. Hanusch F. On the relevance of travel journalism: an introduction / F. Hanusch, E. Fürsich // *Travel Journalism* / ed. by F. Hanusch, E. Fürsich. — New York : Palgrave Macmillan, 2014. — P. 1–17.
15. Rogerson B. Where travel writing is now [Electronic resource] / Barnaby Rogerson // *Errant Magazine*. — 2015. — Mode of access: <http://www.errantmagazine.ca/where-travel-writing-is-now/>.
16. Boulos N. Confessions of a travel writer: an uncertain future [Electronic resource] / Nick Boulos // *Wanderlust*. — 2016. — Mode of access: <http://www.wanderlust.co.uk/magazine/blogs/nick-boulos/confessions-of-a-travel-writer-an-uncertain-future>.
17. Кубатьян Г. Travel-журналистика. Начало [Электронный ресурс] / Григорий Кубатьян // *Livejournal*. — Режим доступа: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html>.
18. Youngs T. The Cambridge Companion to Travel Writing / Tim Youngs. — Cambridge : Cambridge University Press, 2002. — 343 p.
19. Youngs T. The Cambridge Introduction to Travel Writing / Tim Youngs. — Cambridge : Cambridge University Press, 2013. — 240 p.
20. Travel Journalism / F. Hanusch, E. Fürsich, A. P. Kavoori [et al.] ; ed. by F. Hanusch, E. Fürsich. — New York : Palgrave Macmillan, 2014. — 292 p.
21. Perspectives on Travel Writing / Glenn Hooper, Tim Youngs, Jan Borm [et al.] ; ed. by Glenn Hooper, Tim Youngs. — Aldershot : Ashgate, 2004. — 200 p.
22. Рассел Дж. Трэвел-журналистика / Джесси Рассел, Рональд Кон. — М. : Bookvika, 2013. — 108 с.
23. Duffy A. First-person singular: teaching travel journalism in the age of TripAdvisor / Andrew Duffy // *Travel Journalism* / ed. by F. Hanusch, E. Fürsich. — New York : Palgrave Macmillan, 2014. — P. 99–115.
24. George D. Lonely Planet's Guide to Travel Writing / Don George. — London : Lonely Planet, 2013. — 352 p.
25. Greenman J. Introduction to Travel Journalism: On the Road with Serious Intent / John Greenman. — New York : Peter Lang Publishing, 2012. — 218 p.
26. Ward M. Travel Writing for Bloggers [Electronic resource] / Marielen Ward. — Mode of access: http://torontotravelmassive.com/wp-content/uploads/2013/04/travel_writing_webinar.pdf.
27. Доля С. Как объездить весь мир, чтобы тебе за это платили? [Электронный ресурс] / Сергей Доля // *Livejournal*. — Режим доступа: <http://sergeydolya.livejournal.com/434067.html>.

28. Парабеллум А. Traveliving. Путешествуй и богатей. Как заработать миллион всего за 2 часа в неделю / Андрей Парабеллум, Алекс Айвенго. — СПб. : Питер, 2014. — 128 с.
29. Пэлин М. По следам Хемингуэя / Майкл Пэлин. — М. : Слово, 2011. — 284 с.
30. Миловский А. Трэвел-фотография / Алекс Миловский. — М. : Арт-Родник, 2011. — 176 с. — (Мир глазами фотографа).

REFERENCES

1. Livingstone David. *Puteshestviya i issledovaniya v Yuzhnoi Afrike s 1840 po 1855 g.* [Travelling and Doing Research in South Africa from 1840 until 1855] Moscow, Geografiz Publ., 1955. 392 p.
2. Pokazan'eva I. V. The Problematic Area of Travel Journalism as a Modern Media Phenomenon. *Mediascope*, 2013, no. 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/1385>. (In Russian).
3. Red'kina T. Yu. Ethical, Cultural and Speech Norms in a Travel Media Text. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika = Ecology of Language and Communicative Practice*, 2014, no. 1, pp. 150–160. Available at: <http://ecoling.sfu-kras.ru/wp-content/uploads/2014/04/Redkina-T.Y.pdf>. (In Russian).
4. Borm Jan. Defining travel: on the travel book, travel writing and terminology. In Hooper Glenn, Youngs Tim (eds). *Perspectives on Travel Writing*. Aldershot, Ashgate, 2004, pp. 13–26.
5. Fleming Ian. *Thrilling Cities*. London, Vintage Books, 2009. 276 p.
6. Poelueva L. A. *Fakt v publitsistike. Kand. Diss.* [Facts in Journalism. Cand. Diss.]. Moscow, 1988. 194 p.
7. Dennis Everette E., Merrill John C. *Media Debates: Issues in Mass Communication*. New York, Addison Wesley Longmen Inc., 1996. 362 p. (Russ. ed.: Dennis Everette, Merrill John. *Besedy o mass-media*. Moscow, Vagrius Publ., 1997. 384 p.).
8. Theroux Paul. *Tao of Travel*. Boston, New York, Mariner Books, 2012. 292 p.
9. Youngs Tim. *Travellers in Africa; British Travelogues, 1850–1900*. Manchester University Press, 1994. 235 p.
10. Cocking B. Travel journalism. *Journalism Studies*, 2009, vol. 10, no. 1, pp. 54–68.
11. Fürsich E. How can global journalists represent the 'Other'? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 2002, no. 3 (1), pp. 57–84.
12. Santos C. A. Perception and interpretation of leisure travel articles. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 2004, vol. 26, no. 4, pp. 393–410.
13. Hanusch F. The dimensions of travel journalism. *Journalism Studies*, 2010, vol. 11, no. 1, pp. 68–82.
14. Hanusch F., Fürsich E. On the relevance of travel journalism: an introduction. In Hanusch F., Fürsich E., Kavoori A. P. [et al.]. *Travel Journalism*. New York, Palgrave Macmillan, 2014, pp. 1–17.
15. Rogerson Barnaby. *Where Travel Writing is Now*. Available at: <http://www.errantmagazine.ca/where-travel-writing-is-now/>.
16. Boulos Nick. Confessions of a travel writer: An uncertain future. *Wanderlust*. 2016. Available at: <http://www.wanderlust.co.uk/magazine/blogs/nick-boulos/confessions-of-a-travel-writer-an-uncertain-future>.
17. Kubat'yan G. Travel Journalism. The Beginning. *Livejournal*. Available at: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html>. (In Russian).
17. Youngs Tim. *The Cambridge Companion to Travel Writing*. Cambridge University Press, 2002. 343 p.
19. Youngs Tim. *The Cambridge Introduction to Travel Writing*. Cambridge University Press, 2013. 240 p.
20. Hanusch F., Fürsich E., Kavoori A. P. [et al.]. *Travel Journalism*. New York, Palgrave Macmillan, 2014. 292 p.
21. Hooper Glenn, Youngs Tim, Borm Jan [et al.]. *Perspectives on Travel Writing*. Aldershot, Ashgate, 2004. 200 p.

22. Rassel Dzhessi, Kon Ronal'd. *Trevel-zhurnalistika* [Travel Journalism.]. Moscow, Bookvika Publ., 2013. 108 p.
23. Duffy Andrew. First-person singular: teaching travel journalism in the age of TripAdvisor. In Hanusch F., Fürsich E., Kavoori A. P. [et al.]. *Travel Journalism*. New York, Palgrave Macmillan, 2014, pp. 99–115.
24. George Don. *Lonely Planet's Guide to Travel Writing*. London, Lonely Planet, 2013. 352 p.
25. Greenman John. *Introduction to Travel Journalism: On the Road with Serious Intent*. New York, Peter Lang Publ., 2012. 218 p.
26. Ward Marielen. *Travel Writing for Bloggers*. Available at: http://torontotravelmassive.com/wpcontent/uploads/2013/04/travel_writing_webinar.pdf.
27. Dolya S. How to Get Paid for Travelling around the World? *Livejournal*. Available at: <http://sergeydolya.livejournal.com/434067.html>. (In Russian).
28. Parabellum A., Aivengo A. *Traveliving. Puteshestvui i bogatei. Kak zarabotat' million vsego za 2 chasa v nedelyu* [Traveliving Travel and Get Richer. How to Make One Million Working Two Hours a Week]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2014. 128 p.
29. Palin Michael. *Hemingway Adventure*. London, Weidenfeld & Nicolson., 1999. (Russ. ed.: Palin Michael. *Po sledam Khemingueya*. Moscow, Slovo Publ., 2011. 284 p.).
30. Milovskii Aleks. *Trevel-fotografiya* [Travel Photography]. Moscow, Art-Rodnik Publ., 2011. 176 p.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Кривцов Н. В. Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы / Н. В. Кривцов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6, № 3. — С. 347–365. — DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365

REFERENCE TO ARTICLE

Krivtsov N. V. Travel Journalism: Characteristic Aspects and Challenges of the Genre. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2017, vol. 6, no. 3, pp. 347–365. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(3).347-365 (In Russian).