

UDC 007 : 304 : 070

## Techniques of Representation of the ‘Other’ in the Context of Media Ritualization (by the Example of ‘Mir Tourizma’ and ‘Mandry’ Travel Magazines)

Olena Yufereva \*

*Zaporizhzhya National Technical University, Department of Journalism,  
64 Zhukovskoho str., Zaporizhia, 69063, Ukraine*

*\* Corresponding author's e-mail address: [elena.yufereva@gmail.com](mailto:elena.yufereva@gmail.com)*

### ABSTRACT

Media ritualization is an effective tool of ethical ‘Other’ representation and plays a relevant role in travel publications, but still it needs an adequate scientific coverage. The main **objective** of the research was to identify the techniques of ritualization for creating the image of ‘Other’ by the examples of Ukrainian travel magazines “Mir Tourizma” and “Mandry” issued in 2010-2014.

The **methodology** of qualitative analysis was used to expose the implicit assumptions of the texts. The semiotic method was important for this research to deepen the understanding of contextual dimensions of the media ritualization.

**Results / findings.** Such mechanisms of ritualization as transition and initiation, which are based on dynamic interchange of the social system poles (“work / rest”, “everyday / holiday”), as well as the principles of ‘Other’ conceptualization shaping the basic for the modern travel-magazine are described in the study. Relaxation and pleasure, as well as the excitement of adventure divert the reader from his/her everyday life and show the ‘Other’ as an unusual life. This temporary break-off accompanied with certain satisfaction, a sense of calmness, or to the contrary, a feeling of testing limits – is the basis for the ritual of transition. In the media practice the ritualization technologies are aimed at making the ‘Other’ more comfortable, absorbing its obscurity, setting up a potential tourist to trust the “transition”, so that the impression of the ‘Other’ becomes more accessible and more convenient.

The tools and schemes of ritualization are characterized by weakening of rational principles and content saturation, but, at the same time, they demonstrate functional efficiency establishing close contextual and psychological connection between the travel experience of the journalist and the recipient of the information (the reader), thus removing the barriers which prevent from the contact with the ‘Other’.

One of the key concepts that can be traced in Ukrainian travel magazines is the pleasure of “switched off” life. To strengthen the sensibility, the travel magazines actively use visual accompaniment in their publications. Sacred images, photographs are designed to foreground the capabilities for breaking away from the humdrum.

The concepts of “miracle”, “fairy-tale”, “secret”, the techniques of “authenticity” of the ‘Other’ representation and the mythologization of the locus are also analysed in the study.

**KEYWORDS:** media-ritual, ritualization, liminality, travel-magazine, concept.

## **Техніки репрезентації Іншого в контексті медіа-ритуалізації (на матеріалі тревел-журналів «Мир туризма» і «Мандри»)**

*Юферева Олена Володимирівна, Запорізький національний технічний університет, кафедра журналістики, доцент, кандидат філологічних наук*

### **Резюме**

Медіа-ритуалізація є ефективним інструментом репрезентації етнічного Іншого і відіграє провідну роль у тревел-виданнях, але потребує наукового висвітлення. Мета представленої роботи полягає у визначенні технік ритуалізації для створення образу Іншого на матеріалі українських тревел-журналів «Мир туризма», «Мандри» (2010 – 2014 рр.). Для виявлення прихованих значень тексту було задіяно методологію якісного аналізу, головним чином семіотичний метод. У дослідженні окреслені механізми ритуалів переходу, ініціації, що спираються на динамічність взаємообміну полюсів соціальної системи («праця/відпочинок», «повсякдення/свято»), а також принципи концептуалізації Іншого є базисними в організації сучасного тревел-журналу. У фокусі дослідницької уваги також перебували концепти «дива», «казки», «таємниці», техніки репрезентації «автентичності» Іншого, до яких долучається міфологізація локусу.

**Ключові слова:** медіа-ритуал, ритуалізація, лімінальність, тревел-журнал, концепт.

### **Юферева Е.В. Техники репрезентации Другого в контексте медиа-ритуализации (на материале трэвел-журналов «Мир туризма» и «Мандры»)**

**Резюме.** Медиа-ритуализация является эффективным инструментом репрезентации этнического Другого и играет ведущую роль в трэвел-изданиях, однако требует научного освещения. Цель работы заключается в определении техник ритуализации для создания образа Другого на материале украинских трэвел-журналов «Мир туризма», «Мандры» (2010 – 2014 гг.). Для выявления скрытых значений текста задействуется качественная методология, в рамках которой на первый план выдвигается семиотический метод. Очерченные механизмы ритуалов перехода, инициации, которые опираются на динамику взаимодействия полюсов социальной системы («работа»/«отдых», «повседневность»/«праздник»), а также принципы концептуализации Другого являются базисными в организации современного трэвел-журнала. В фокусе внимания исследователя также были концепты «чуда», «сказки», «тайны», техники репрезентации «аутентичности» Другого, к которым присоединяется мифологизация локуса.

**Ключевые слова:** медиа-ритуал, ритуализация, лиминальность, трэвел-журнал, концепт.

## 1. Вступ

Розуміння Іншого як символічного конструкту, що здійснюється в різних культурних сферах, у тому числі медіа, постає у роботах Р. Барта, С. Жижека, Ж. Лакана, Е. Саїда. Дієві, проте не завжди унаочнені, інструменти репрезентації етнічного Іншого становлять засоби ритуалізації, які закономірно відіграють провідну роль у видах ЗМІ, орієнтованих на ознайомлення реципієнта з простором, традиціями і повсякденням закордонної країни. Здатність ритуалу впливати на ідентифікацію людини, регулювати відносини у площині «свій / чужий», використовувати досвід відмінності для розвитку власної культури неодноразово наголошувалося дослідниками [1]. Наукове уявлення щодо функціонування медіа-ритуалу потребує додаткових спостережень і конкретизації в рамках вивчення широкого кола проблем, пов'язаних із ритуальною комунікацією. Крім того, тревел-дискурс в аспекті медіа-ритуалізації досі залишається білою плямою. Отже, мета дослідження полягає у визначенні технік ритуалізації для створення образу Іншого на матеріалі українських тревел-журналів.

Історіографічний доробок проблеми ритуалу характеризується багатовекторним спрямуванням наукового пошуку, міждисциплінарністю. Підвалини теорії ритуалізації закладено працями найвидатніших мислителів, провідних учених з культурології, етнології, антропології, соціології тощо (А. ванн Геннеп, Е. Гофман, Е. Дюркгейм, М. Еліаде, К. Леві-Стросс, Б. Маліновський, В. Тернер, Дж. Фрезер). Узагальнюючи результати дослідження ритуалу, окреслюючи тонку межу між ритуалом і звичаєм, А. Байбурін вирізняє специфіку ритуалізованої поведінки і показує її зв'язок із повсякденною практикою: «Звичай – це канон повсякденного життя. <...> Ритуал і звичай – це граничні точки на шкалі символічних форм поведінки. Якщо під ритуалізацією розуміти не дотичність до царини сакрального, а такі характеристики поведінки, як стереотипність, наявність стандартів здійснення, регламентованість, обов'язковість (із відповідною градацією «неблагополуччя» у випадку їхнього невиконання), то найвищим ступенем ритуалізації будуть відмічені звичаї, від виконання яких залежить життя і добробут колективу, а найнижчим – звичаї, що регламентують повсякденне життя» [2, 21]. Функціонування ритуалу в культурі передбачає його складну взаємодію із побутом: тотальну ритуалізацію, наприклад, цитати з ритуалу, або десакралізацію ритуалу.

Ритуал виконує комплекс функцій: соціалізації індивіда, інтеграції, оновлення і підтримання традицій, а також психологічні функції, особливо у кризових ситуаціях. Регулятивна функція і функція упорядкування реалізується у тому, що ритуал диференціює ролі, статуси, цінності, встановлює відмінності між речами. О. Ярська-Смирнова зосереджує увагу саме на цьому аспекті: «Має сенс говорити про ритуалізацію як про спосіб дії, що проявляється у різноманітті культурно-специфічних стратегій, практик, які існують для того, щоб відрізнити і надавати привілеїв одним діям порівняно з іншими, що, в решті решт, дозволяє збільшувати владу соціальних акторів» [3, 23]. Аксиологічний план виокремлюється і в функціональній структурі медіа-ритуалу, що розглядається І. Єрофеевою як структурно-змістовий рівень функціонування масової інформації, який регламентує, організовує процес, визначає порядок та зміст дій [4]. Російська дослідниця вважає, що ритуал у ЗМІ увиразнює зв'язок суб'єкта (журналіста та споживача) із системою соціальних відносин та цінностей.

«Медіа-ритуали – різновид соціальних ритуалів, а отже, є особливим засобом конструювання соціальної реальності та ідентичності» [5, 30], – зазначає К. Белл. Згідно концепції дослідника, подібної до вищенаведеного твердження О. Ярської-Смирнкової, медіа-ритуалізація – це висування певного способу дії, як важливішого і впливовішого, що диференціюється та контрастує з іншою соціальною дією, а також здійснюється через систе-

му «операцій», зокрема: формалізацію поведінки, утвердження основних опозицій, повторів, часо-просторову реконструкцію тощо.

В українській науці проблема комунікативної специфіки ритуального дискурсу також активно вивчається (О. Косюк, Г. Почепцов, В. Ризун). Ритуальна комунікація виконує функції уніфікації й підтримання єдності, це не так акт передавання інформації, як презентація суспільних цінностей [6, 106]. На думку О. Косюка, повідомлення ритуальної комунікації характеризуються: прихованістю, двозначністю, залежністю від архетипних асоціацій та символів, «що вже наявні в культурі певної спільноти і пов'язані зі спілкуванням у формі обряду, церемонії, розважального дійства етнографічно-ігрового чи догматично-релігійного характеру та такими поняттями як «міф», «архетип», «символ», «знак» [6, 106]. У фокусі дослідницького зацікавлення – етнофольклорні архетипи медіа-розваг, реклами.

Поглибити уявлення про ритуальну комунікацію у медіа-дискурсі дозволяють західні розвідки. Наприклад, окремий розділ медіа-ритуалізації приділяється Д. Мак-Квейлом у відомій книзі «Теорія масової комунікації». Дослідник розгортає тезу щодо незмінності і позачасовості ритуальної комунікації, а також об'єднувального потенціалу. До принципів ритуальної комунікації відносяться: використання переконливих символів, прихованих спокус, культурних цінностей, міфів тощо [7, 62]. Отже, прихованість, двозначність у Д. Мак-Квейла виступають провідними ознаками ритуальної комунікації, котра атрибується як «експресивна», тобто така, що «наголошує, радше, внутрішнє задоволення відправника (або сприймача), аніж якусь інструментальну мету» [7, 61]. У цьому контексті відшукуються такі ознаки: святковість, споживацькість, декоративність, застосування елементів «перфомансу», асоціативність, символічність.

Н. Колдри спирається на роботи В. Тернера, акцентуючи перевтілювальну роль ритуалу через встановлення явної межі (наприклад, між юнацтвом і мужністю) і латентної (наприклад, жодна жінка не може переступити цю межу). Медіатизований соціальний простір становить простір ритуалів, що здійснюються щоденно та будуються на постійних відмінностях, націлених на легітимізацію привілеїв інститутів медіа, але не виражають певний природний соціальний лад [8]. Вироблену концепцію медіа-ритуалу Н. Колдри застосовує до медійних подій (події особливої значущості), «медіа-паломництва» (кіностудія як дестинація) та «реального» телебачення (реаліті-шоу і ток-шоу).

Огляд провідних досліджень з медіа-ритуалізації, визначення її основних механізмів, функціональної своєрідності набувають особливого значення для розуміння сучасного тревел-дискурсу, інтерпретації його текстів.

## 2. Методи дослідження

Предмет дослідження потребує застосування комплексу підходів методології якісного аналізу. Конструктивістське уявлення щодо медіа-тексту зумовлює домінування критичного дискурсивного підходу, вивчення культурного контексту, практик інституціоналізації.

Аналіз спирається на порівняльно-типологічний метод для вивчення особливостей прояву ритуалу в різних за функціональним призначенням та змістовим наповненням статей тревел-видання. Також у процесі аналізу контенту актуалізовано структуралістську методологію дослідження ритуалу, що дозволяє інтерпретувати цей феномен текстуально, вирізняючи стійкість структури, основні етапи лімінальності у ритуалі.

Використання семіотичного методу спрямовано на розкриття латентної ритуалізації та простеження засобів її включення до тексту, яка відбувається у виокремленні частотних вербальних («казка», «свято», «диво», «таємниця») і візуальних (постава, одяг, тло зйомки людини) знаків та показ їхнього функціонування у новому контексті, а також на зіставлен-

ня авторського й інституціонального дискурсів, які утворюють сучасний медіа-травелог. Контекстуально-семантичний метод застосовується для інтерпретації значення ритуалу в сучасному соціокультурному середовищі, пояснення причини його актуалізації у конкретному подорожньому сюжеті.

### 3. Результати й обговорення

До ритуалізаційного аспекту тревел-дискурсу відносяться адаптація «нового» досвіду, подолання межі, диференціація «свого / чужого», структурування і маркування простору через категорії «центр» (семантика цінності) / «периферія» (семантика неупорядкованості, хаотичності), семантика архетипного «священного» походу в Інший світ та набуття «священної здобичі» (дари бога, реліквії), що формує універсальний ініціаційний сюжет, – сталі фрейми, розгортання яких є відчутним в сучасному медіа-травелозі.

Відповідно до теорії В. Тернера вищенаведені прикмети подорожнього тексту підпорядковуються ритуалам переходу. Межа між відпочинком і буденністю потребує особливих ритуалів: ініціації та повернення. Між цими двома важливими етапами турист перетворюється на лімінала: «Змінюється стан свідомості, приблизно так само як на релігійних святах: напруження, ейфорія, звуження поля свідомості. І навіть події та ситуації, що виникають під час подорожі, стають аналогом випробовування героя» [9, 121]. Дослідник описує властивості лімінальності. Це, по-перше, подвійність, позаяк «лімінальні істоти ані тут, ані там <...> вони – у проміжку між положеннями, що приписані певним законом, звичаєм, умовністю і церемоніалом» [9, 401]. Ідеї В. Тернера відштовхуються від теорії ритуалу А. ван Геннепа, який запропонував розглядати послідовність церемоній переходу з одного стану (або світу) до іншого. Учений підкреслює, що «у певних випадках схема ускладнюється: у цьому випадку перехідний, або проміжний, період розтягнутий настільки, що він становить автономний (самостійний) етап» [10, 15 – 16].

Лімінальний стан подорожнього підкреслюється за допомогою різних технік, серед яких можна виокремити ті, які спираються на туристичну практику, а також ті, що притаманні специфічній текстуальній організації сучасного тревел-видання. До перших слід долучити, наприклад, формування просторово-етнічних і культурних стереотипів (гастрономічні «візитівки» країн). У журналах використовуються ритуали трапези та алкоголю, які традиційно пов'язані з обрядами відходу та ознайомлення з Іншим. 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) – також прикметна ознака сучасного тревел-дискурсу. Однією з фундаментальних рис подорожі, що підхоплюється туристичним дискурсом і переспрямовується до практик споживання, є сакралізація: ототожнення певних місцевостей з раєм, едемом («Рынок в Сан-Паулу. Билет в туристический рай», «Мир туризма», 2013, № 8; «Занзибар. Рай по-африкански», «Мир туризма», 2014, № 3; «Гаваї. Рай у зоні цунамі», «Мандри», 2011, № 55; «Едь Гупа. Суцільний парадіз», «Мандри», 2012, № 62).

Ритуал або обряд переходу виконує важливу функцію поєднання сучасних подорожніх або туристичних уявлень із традицією, історичним розвитком поведінки людини «на шляху», адже подорож та більшість концептуальних аспектів із нею пов'язаних, зокрема гостинність, відпочинок, дім, простір, споконвічно регламентувалися ритуалами, які базувалися на опозиції «сакральне/профане». Разом із тим, ритуали лімінальності подорожі трансформувалися. Цей процес відбивається традиційними рамковими ритуалами, ритуалами посвяти, а також такими засобами ритуалізації Іншого як відтворення національного коловориту в готелях і ресторанах, театралізація, етноісторичні перфоманси.

До текстуальних технік ритуалізації подорожі, що вирізняють медіатравелог, можна віднести: специфічну організацію хронотопу; інтертекстуальність; жанрові трансформації.

Перша техніка характеризується налаштованістю на відображення стану лімінальності. Мандрівник відчуває розгубленість, дезорієнтацію, що підкреслюється традиційними образами туману, лабіринту, а в часовому вимірі – порушеннями його плину (перехід у минуле, завмирання або швидкий перебіг часу). Повернення відчуття теперішності у його відновленому насиченому вияві супроводжується просторовим мотивом підняття угору або подоланням межі. Прояви другої техніки найяскравіше визначаються проведенням паралелі із фіктивним світом літератури або кіно, що не тільки адаптує Інший світ у системі уявлень і цінностей реципієнта, а й надає цій Інакшості в межах свого культурного простору більш високого статусу. Третя стратегія пов'язана із розширенням функціональності і семантичного значення фотографії у тревелозі. Фотографія не лише ілюструє, підтверджуючи зміст вербальної частини, а й несе самостійне значення. Експлікуючи теорію В. Тернера на оформлення сучасної туристичної практики, Т. Черняєва підкреслює наступні виразні прояви лімінального статусу туриста, що відображаються, у тому числі, на текстуальному рівні. По-перше, турист не демонструє відмінностей ні в одязі, ні у повсякденній поведінці в межах групи; по-друге, пасивна поведінка туриста проявляється у підпорядкуванні інструкціям екскурсовода або керівника групи; по-третє, ситуація туризму як аналогія випробовування героя; по-четверте, інфантильне зняття відповідальності як аналог релігійного почуття довіри свого життя Богу; по-п'яте, екстремальний туризм як аналог приміряння Іншого життя [11]. Із наведеним переліком можна погодитися, але також уточнити і доповнити. Зазначені прояви лімінальності Т. Черняєвою діагностуються, передусім, у візуальній складовій медіа-тревелога. Дійсно, на сторінках тревел-журналів тиражуються образи людей без індивідуальних прикмет, людині, що розчиняється у натовпу або на більш промовистому тлі пляжу, басейну, історичної пам'ятки під час екскурсії. Їхній погляд спрямований в об'єктив. Постава – не випадкова: «моделі» зупинилися для того, щоби стати певним зразком. Це окрема дія в межах ритуалів переходу, – таким виявляється соціологічне прочитання верникулярної або «домашньої» туристичної фотографії, що, проникаючи в журнал, змінює функціональність.

Отже, актуалізація Іншого відбувається у перспективі розвитку семантики «дивного», «незрозумілого», «незвичного». Наприклад, С. Рубанов у статті «Оман. На родине Синдбада» зазначає: «Вы не только в другой стране, но в другом мире» [12, 44]. У статті «Оазис Антилопы»: «А когда распахнутся эти ворота, вы окажетесь в совершенно другом мире, где нет спешки, дел и суеты, а есть лишь вечные ценности: умиротворенность, покой, традиции и серое дыхание вековечной пустыни» [13, 18]. М. Ляхова у публікації «Down in Brugge» передає враження від міста, змальовуючи його магічні перевтілення, що також наближають подорожнього до відчуття Іншого світу: «Магия Брюгге раскрывается только с наступлением темноты – в ночных огнях Брюгге становится таинственно-романтическим. Застывшая гладь каналов, отражая звезды, открывает двери в другой мир» [14, 68]. Міфологізація Іншого, біполярна структура світу з відчутною межею між Своїм та Іншим світом – архетипна модель подорожі, яка витримується і в медіа-тревелозі. Шлях до Іншого, або потойбіччя, витлумачується і як дорога випробування, і як шлях до раю, визначає основні типи сюжетів.

Натуралізація Інакшості вимагає додаткових інструментів. «Справжніми» можуть стати речі, які відповідають безперечній цінності, що розташовується в межах Свого простору і не потребує додаткових доказів. З цією метою використовується фреймінг – техніка представлення незнайомого феномену у співвіднесенні з існуючими у свідомості адресата фоновими знаннями. Так, поширеною технікою розкриття Іншого світу є релігійні алюзії (наприклад, «Апокрифи Восточной Европы», «Мир туризма», 2013, № 8, – перевтілення релігійних споруд в туристичні місця) або проведення паралелі із фіктивним світом літератури або кіно. Наприклад, у статті Т. Бородіної «Затерянный мир» оповідь про відпочинок на південноамериканських пляжах відкривається спогадом твору Ж. Верна: «Первое,

что всплывает в памяти при слове Патагония – это наполненное романтикой путешествия яхты “Дункан” [15, 106]. Функціональність цього засобу ритуалізації полягає у видозміні статусу регіону, його підвищенні, а також розширенні орбіти туристичних інтересів. Семантика «наповненості», до якої додається стереотипний туристичний концепт «романтики», підкреслює значення відокремленості й унікальності локусу. Граничний прояв такого підвищення спостерігається у розчиненні сучасності, повсякденності. Проте процеси вторинного кодування відчутно впливають і на первинну сутність – власне об’єкт зображення. Так разом зі «статусом» змінюються і засоби показу власне дестинації. Виразний приклад становить стаття А. Мазура «Туреччина. Три столиці за три дні», структура якої базується на трьох змістових підрозділах: «місто богів», «місто астрологів», «місто пророків» [16].

У контексті медіа-ритуалізації значну роль відіграє концепт утаємниченості, підкреслення відірваності Іншого світу від звичного («Что такое Албания? Загадочная страна, спрятанная в укромном углу Европы» [17, 92], «Загадочный» остров Мартиника, «затерянный в масе Карибского моря» [18, 65]). Зазначимо, що ця віддаленість світів мусить бути представлена не як розрив, що веде до появи негативних відчуттів, а як інтрига, запрошення до переходу. Інший світ стає досяжним туристові за допомогою «магії», або проходження специфічних ритуалів (найчастіше шлях вгору або омовіння, що символізує очищення). У роботі М. Горпенюк «У Тунісі все спокійно» автор-мандрівник спочатку подорожі не може пов’язати уявлення, попередні знання і стереотипи про Туніс із побаченим. Наступна частина статті має підзаголовок «Знайомство з країною» і фокусується на нічному купанні, котре можна витлумачити як спосіб, що послабив внутрішню конфліктність і розімкнув межі/обмеження для подальшого проникнення до світу Іншої країни. Тож, далі у сюжеті йдеться про сучасні культурні традиції, туристичні принади тощо [19].

Перебуваючи у Шрі-Ланці, журналіст описує враження від незвичного світу: «В первые дни пребывания у меня все время было какое-то странное ощущение» [20, 22]. Для подолання некомфортних відчуттів автор-мандрівник вирушає до храму, підіймаючись сходами, де проходить ритуал посвячення у «гудлакери». Уже з наступного абзацу авторська думка перекидається на туристичні розваги. Майже подібна логіка простежується у статті «Туманность Сан-Марино», де лімінальний стан виражається за допомогою туману, в якому мандрівник почуває себе невпевнено, розгублено. Автор також іде вгору, але в тумані губиться не лише видимість, а й відчуття часу, що притаманно перехідному стану: «Приходилось одергивать себя, напоминая, что я не в средневековье» [21, 19].

У журналах актуалізується семантика часових зрушень, тобто ніби в Іншому світі відбувається порушення сприйняття часу, теперішності (наприклад: «Куба. Подорож у часі», 2012, № 67; «Волинське віче. Серпанок минулого», 2013, № 72; «Туреччина. Подорож у часі», 2014, №75; «Радуть. Стрибок у минуле», 2014, № 77). Відчутна орієнтація на пошук «справжнього», «автентичного» (наприклад: «Справжня Бірма», 2011, № 57; «Лофотенські острови. Кілька днів справжньої півночі», 2011, № 55; «Що таке справжній Таїланд», 2014, № 81). Яскравий приклад становить публікація «Що таке справжній Таїланд», у якій з’являються характерні концепти «казки», нереального («неземного») світу, що підкреслюють винятковість події («Вік-енд на велосипедах у такому казковому місці може увійти до хіт-параду найкращих епізодів життя» [22, 61]). Але власне лімінальна фаза семантизується через мотиви переходності, плинності і взаємопов’язаності речей у Таїланді, що супроводжується появою дивних ефектів, і, зрештою, ілюзорного перетворення звичайної мандрівки на «безкінечну», у якій немає жодних обмежень: «Все переходить одне в інше, нашаровується, дзвонить і сяє <...> Тут “неістівне” (для європейців, звісно) стає смачною стравою, хлопці перетворюються на дівчат, просто мандрівка – на сповнену вседозволеності безкінечну тусівку в барах, клубах, на пляжах» [22, 62]. Популярний туристичний маршрут до Черногорії також набуває значення первісності. Йому сповіщається значення

відірваності від загального світу, недоторканості. Саме це призводить до появи лімінальних переживань: «Первое ощущение, которое посещает вас, когда вы ступаете на эту землю – чувство умиротворения и комфорта. Любая поездка дарит вам чувство праздника, но именно здесь у вас возникает внутренняя близость с природой и жителями этой уникальной страны» [23, 81].

Лімінальний стан може проявитися і більш виразно, коли Інакшість лякає, здається такою, що несе загрозу. Як уже наголошувалося, негативні відчуття у туристичному ракурсі приховуються. Проте інколи образ Іншого зберігає ознаки «чужого». Наприклад, у матеріалі В. Біленка «Из Йоганнесбурга до Кейптауна» оповідь відштовхується від того, що Африка – це Інший світ, зовсім не подібний до нашого, але ПАР навіть у цьому незвичному світі становить виняток. Травелог В. Біленка відкривається тезою: «У ПАР – все навпаки» [24, 62]. Інакшість – ворожа, агресивна: пограбування, розбої, некомфортна ситуація для життя і туризму. Але знов протиріччя – люди, яких зустрічає журналіст, приязні, «абсолютно не агресивні» [24, 62]. На цьому етапі формується ситуація невизначеності, переходності. Подальший опис характеризується подвійністю коду повідомлення. Так, наступний сюжетний крок – видобуток алмазів, що зображується як величезна яма, навколо спека, пил, крики – образи, що нагадують міфічне підземелля, посилюють відчуття «ворожого Інакшості». Під час подорожі углиб континенту мандрівник переживає ефект «упізнання», тобто опиняється у місцевості, де європейські культурні знаки є більш помітними, і це знімає напругу. Далі за маршрутом – Мис Доброї надії – місце зустрічі двох океанів, символізація «краю світу» як традиційної мети архаїчних подорожей. За архаїчною логікою, потрапляння до об'єкту мандрівки супроводжується випробовуваннями і перешкодами, які у травелозі можна углядіти у символічній зустрічі: автор-подорожній натрапляє на незвичних тварин у заповіднику. Стаття закінчується своєрідним хепі-ендом, адже мандрівник позбавляється внутрішніх протиріч, – композиція і завершення дозволяють порівняти цей травелог зі змістовою структурою, що використовується у казці.

Експлікована «казковість» у контенті тревел-видань трапляється під час модифікації засадничої опозиції «праця/відпочинок» у «повсякдення/свято». Фрейм «свята», що складається з концептів фестивалю, казки, утворює емоційний ефект радісного піднесеного настрою потенційного туриста-читача та сприяє відмежуванню від повсякдення показом утопічних місць з характерними рисами ідилічного спокою, висвітленням екзотичних практик-церемоній з ініціальним підтекстом очищення (до цієї категорії також належать публікації з «оздоровчого» туризму). Наприклад, «Корея. Зимня казка» («Мир туризма», 2012, № 5); «В королевстве горных лыж» («Мир туризма», 2012, № 1/2). Семантика «казки», «свята» поширена у публікаціях туристичного плану в журналі «Мандри» («Карпатська казка», 2011, № 60; «Sheraton Maldives. Казка повного місяця», 2013, № 73; «Буковель. Щоб зима стала святом», 2012, № 67; «Зимова казка в олімпійському регіоні Зеєрфельд», 2013, № 73). Концепт «дива» також набуває сюжетотворчих функцій («Савойа. Чарівна музика зими», 2014, № 62; «Новорічні дива на Дівіні», 2012, № 67; «Угорщина. Дива навколо Будапешта», 2014, № 75; «Чудеса Тунісу», 2014, № 75).

Із-посеред новітніх поширених технік, відзначається здійснення «паломництва до гіперреальності», своєрідної кіномандрівки, а також використання «зірковості» (зірка як персонаж тревел-дискурсу, що підтверджує цінність місцевості). У журналі «Мир туризма» концепт кіномандрівки розгортається повніше, стаючи основою окремої постійної рубрики. Наприклад, стаття «Трєвел-миссия седьмого агента» (2012, № 5) торкається теми зйомок відомої бондіани за участі П. Броснана, «Романтическое путешествие джедая» (2013, № 1-2) й охоплює маршрут, який за специфічністю регіонів і міст, об'єднаних цією подорожжю, не можна вважати туристичним (Матмата – Меденін – Ксар Хдада – Шотт-Ель-Джерід (Туніс) – Неаполь – Кісерта – Севілья). «Все дороги ведут в Канны» (2013, №5-6) – стаття, що висвітлює образи європейських міст у кінематографії, зокрема, крізь

подорож популярного комедійного персонажа містера Біна; «От Шерлока Холмса до Гарри Поттера. Вокзал Сент-Панкерс, Лондон» (2013, № 5-6) – оповідає про історію споруди у дзеркалі художнього висвітлення; «Галопом по Новому свету» (2013, № 8) будується на мотивах кінопригод Індіани Джонсона; у статті «Тропой океанської дюжини» (2014, № 1) маршрут спирається на сценарій стрічки «12 друзів Оушена». Крім того, у цьому виданні кіноконцепт утворює алюзивний фон, який постійно залучається до створення ефектів незвичного у «звичних» для тревел-дискурсу місцях.

Слід підкреслити, що концептуалізація кінопростору відсутня у виданні «Мандри». Поява кінематографічних алюзій трапляється винятково на стилістичному рівні, наприклад, як інтертекстуальність заголовків («У Тунісі все спокійно», 2011, № 55; «Наше вам ескеркіаско, або Скромна чарівність басків», 2011, № 61), але не зачіпає структуру публікації і не виступає оптикою, крізь яку подається специфіка маршруту або локусу.

Автономізація візуальної інформації, образів у сучасному тревел-виданні маніфестується змінами у співвідношенні зі словесним текстом, зокрема: фотографія розширює «раму»: зображення розтягується на всю площу розвороту видання, на тлі якого друкується текст (захоплення «поля» демонструє, що не словесний текст включає візуальну вставку, а навпаки), фотографія не з'являється поруч із відповідним текстуальним фрагментом, а випереджує події сюжету вербального тексту, тобто формує інтригу для читача, що переконує у зміні функціональності (фотографія виходить за межі функції ілюстрації словесного матеріалу).

Здивування реципієнта (як засадниче завдання туристичної практики) в сучасних медіа досягається, скоріше, не вербально, а візуально. Іконічний образ – конститутивна складова розгортання концептів «щастя», «райського» локусу. Варіативність дуже слабка. Обіцянка казкової насолоди від перебування у, скажімо, Мальдівах або Таїланді викликає усталений та розтиражований образ пляжу з блакитним океаном і пальмами, або захід сонця на тому ж пляжі крізь призму келиха червоного вина або екзотичного коктейлю. В уяві читача/глядача образ легко знаходить сюжетні варіації, музикальний супровід, ритм, що транслюється через масмедійні канали. Естетизація фотографії відбувається за допомогою просунутих технічних можливостей, а також показу «очищеної», фотогенічної «реальності», вибіркового «бачення»: камера ігнорує «непривабливі» моменти дійсності. Семантика переходного стану на світлинах передається наступними типами зображень: сигніфікація зупинки часу (інфантильний образ напівоголеної, усміхненої людини із заплученими очима, із невиразною і розмитою індивідуальністю), підкреслення лімінального статусу туриста (кліше засмагаючого, цілковите стирання рис людського обличчя, портрети туристів без ознак відмінності (однаковий одяг, обмазаність гряззю), заплучені очі), вибірковість і схематизація зображення людей з відхиленням від норми поведінки, іммігрантів, етнічних груп або людей іншої національної (расової) приналежності.

Перетворити рутинізовану дійсність – основне завдання сучасних тревел-журналів, які подібно до реклами, конструюють уявне життя, «елітну» ідентичність, виробляючи мрії та фантазії. Одним із провідних концептів, що простежується в аналізованих українських виданнях – це насолода від «вимкненого» життя. До посилення «чуттєвості» у тревел-виданнях призводить візуальний супровід публікацій. Як і сакральне зображення, функції фотографій спрямовані на актуалізацію трансцендування повсякденності.

#### 4. Висновки

Окреслені механізми ритуалів переходу, ініціації, що спираються на динамічність взаємообміну полюсів соціальної системи («праця/відпочинок», «повсякдення/свято»), а також принципи концептуалізації Іншого дійсно є базисними в організації сучасного тревел-журналу.

Сучасний тревелог тісно пов'язаний із традицією розвитку подорожного дискурсу, який сягає глибин становлення уявлень людини про простір і час. Розгортання паломницького ритуалу передбачає поділ простору на побутовий або профанний і сакральний. Відмінність між паломником і сучасним туристом значна, але долання межі між регіонами, як доводять дослідження В. Тернера, підпорядковується обряду переходу і повернення, а власне туристична подорож – це ритуальне випробовування людини, адаптація досвіду новизни.

Особливості прояву ритуалізації подорожі залежить від функціонального спрямування матеріалу, які чітко поділяються на ті, що здійснюють рекреаційну функцію, і ті, що створюють напружену ситуацію. Розслаблення, задоволення, так само як і збудження від авантюрих пригод, загрози є частиною процесу, який відриває читача від повсякдення, показує йому інше, незвичне, святкове або «справжнє» життя. Цей тимчасовий розрив, що супроводжується чи-то задоволенням, відчуттям спокою, «вимкненості» життя, чи, навпаки, випробовуванням, доланням меж, є основою ритуалу переходу.

У медійній практиці ритуалізаційні техніки спрямовані на те, щоб зробити Інше комфортним, поглинути його загрозливості і незрозумілість, налаштувати потенційного туриста на довіру тим, хто організовує «перехід», але часто залишається за лаштунками повідомлення, тож створюють враження, що Інше стає доступнішим, зручнішим без зовнішнього втручання. Використання подібних схем ритуалізації тревелогу є постійним явищем, що зумовлює особливості сюжетного просування, репрезентації локусу, маршрутів подорожі. Засоби і схеми ритуалізації характеризуються послабленням раціонального начала, змістового насичення, але водночас вони демонструють функціональну ефективність: утворюють тісний змістовий і психологічний ланцюг між досвідом мандрівника-журналіста і реципієнта, знімаючи бар'єри, які заважають, стримують від діалогу, контакту з Іншим.

## Подяки

Автор статті висловлює вдячність співробітникам кафедри журналістики Запорізького національного технічного університету за плідне обговорення і допомогу в підготовці дослідження.

## References

1. Levinas, E. (2001), *Ethics and Infinity*, Port-Royal, Kyiv, 140 p.
2. Baiburin, A.K. (1993), *Rithual in Traditional Culture. Structure-semantical Analyze of East Slavic Ceremonial*, Nauka, St.Petersburg, 240 p.
3. Yarskaya-Smirnova, E. (1997), *Sociocultural Analyze Untypicality*, SMTU, Saratov, 100 p.
4. Yerofeeva, I.V. (2009), "Rithual in the context of Spiritual Discours of Contemporary Mass Media", *Vestnik StPeterburg. Universiteta*, series 9, vol. 3, pp. 404-415.
5. Bell, C. (1992), *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, N.Y., Oxford, 270 p.
6. Kosuk, O.M. (2012), *Theory of Mass Communication*, Volinskij Universitet imeni Lesi Ukrainki, Luts'k, 383 p.
7. McQuail, D. (2010), *Theory of Mass Communication*, Litopis, Lviv, 538 p.
8. Couldry, N. (2003), *Media Rituals. A Critical Approach*, Routledge, London, N.Y., 173p.
9. Turner, V. (1983), *Symbol and Ritual*, Vostochnaja literature, Moscow, 277 p.
10. Gennep, van A. (1999), *The Rites of Passage. Systematical Research of Ceremonial*,

Vostochnaja literature, Moscow, 198 p.

11. Chernyajeва, T.I. (2009), "The Tourist Consumption and Standartization of Impressions", *Journal Sociologii i Socialnoj Antropologii*, T. XII, vol. 3, pp. 116-127.
12. Rubanov, S. (2012), "Oman. On Sinbad's Motherland", *Mir Tourizma*, vol. 2, pp. 43-47.
13. "Oasis of Antelope" (2012), *Mir Tourizma*, vol. 2, pp. 16-21.
14. Lyahova, M. (2012), "Down in Brugges", *Mir Tourizma*, vol. 2, pp. 65-70.
15. Borodina, T. (2013), "The Lost World", *Mir Tourizma*, vol. 3-4, pp. 106-111.
16. Mazur, A. (2013), "Turkey. Three Capitals for Three Days", *Mandri*, vol. 70, pp. 29-32.
17. Bulbek, E. (2011), "On the Way to South", *Mir Tourizma*, vol. 3, pp. 87-93.
18. "The Mysterious Island" (2013), *Mir Tourizma*, vol. 8, pp. 61-67.
19. Gorpenjuk, M. (2011), "All is quiete in Tunisia", *Mandri*, vol. 55, pp. 20-24.
20. "In the Land of Shere Khans and Lucky Beggars" (2013), *Mir Tourizma*, vol. 3-4, pp.22-26.
21. Isakina, J. (2014), "The Mist of San Marino", *Mir Tourizma*, vol. 3, pp. 18-21.
22. "What is the Real Thailand" (2014), *Mandri*, vol. 87, pp. 53-65.
23. Rubanov, S. (2012), "Leisure before Pleasure", *Mir Tourizma*, vol. 5, pp. 70-86.
24. Bilenko, V. (2014), "From Johannesburg to Cape Town", *Mandri*, vol. 75, pp. 62-65.

### Список джерел

1. Левінас Е. Етика і безконечність / Е. Левінас. – К. : Port-Royal, 2001. – 140 с.
2. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов / А. К. Байбурин. – СПб. : Наука, 1993. – 240 с.
3. Ярская-Смирнова Е. Социокультурный анализ нетипичности / Е. Ярская-Смирнова. – Саратов : СГТУ, 1997. – 100 с.
4. Ерофеева И.В. Ритуал в контексте духовного дискурса современных СМИ / И. В. Ерофеева // Вестник Санкт-Петербургск. ун-та. Серия 9. – 2009. – Вып. 3. – С. 404 – 415.
5. Bell C. Ritual Theory, Ritual Practice / C. Bell. – N.Y., Oxford : Oxford University Press, 1992. – 270 p.
6. Косюк О. М. Теорія масової комунікації / О. М. Косюк – Луцьк : Волинський університет ім. Лесі Українки, 2012. – 383 с.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
8. Couldry N. Media Rituals. A Critical Approach / N. Couldry. – London, N.Y. : Routledge, 2003. – 173 p.
9. Тэрнер В. Символ и ритуал / В. Тэрнер. – М. : Вост. лит-ра, 1983. – 277 с.
10. Геннеп ванн А. Обряды перехода. Систематическое изучение обрядов / А. ванн Геннеп. – М. : Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1999. – 198 с.
11. Черняева Т. И. Туристическое потребление и стандартизация впечатлений / Т. И. Черняева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2009. – Т. XII. – № 3. – С. 116–127.
12. Рубанов С. Оман. На родине Синдбада / С. Рубанов // Мир туризма. – 2012. – № 2. – С. 43–47.
13. Оазис антилопы // Мир туризма. – 2012. – № 4. – С. 16–21.
14. Ляхова М. Down in Brugges / М. Ляхова // Мир туризма. – 2012. – № 2. – С. 65–70.
15. Бородина Т. Затерянный мир / Т. Бородина // Мир туризма. – 2013. – № 3/4. – С. 106–111.
16. Мазур А. Туреччина. Три столиці за три дні / А. Мазур // Мандри. – 2013. – № 70. – С. 29–32.

17. Балбек Е. По дороге на юг / Е. Балбек // Мир туризма. – 2011. – № 3. – С. 87–93.
18. Таинственные острова // Мир туризма. – 2013. – № 8. – С. 61–67.
19. Горпенюк М. У Тунісі все спокійно / М. Горпенюк // Мандри. – 2011. – № 55. – С.20–24.
20. В краю шерханов и счастливых // Мир туризма. – 2013. – № 3 / 4. – С. 22–26.
21. Исакина Ю. Туманность Сан-Марино / Ю. Исакина // Мир туризма. – 2014. – № 3. – С. 18–21.
22. Що таке справжній Таїланд // Мандри. – 2014. – № 87. – С. 53–65.
23. Рубанов С. Отдыху время, а потехе – час / С. Рубанов // Мир туризма. – 2012. – №5. – С. 70–86.
24. Біленко В. Из Йоганнесбурга до Кейптауна / В. Біленко // Мандри. – 2014. – № 75. – С. 62–65.