

Калинин Иван Владимирович

Kalinin Ivan Vladimirovich

аспирант института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета

PhD student, Institute of Higher School of
Journalism and Mass Communications,
Saint Petersburg State University

ФУНКЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕШЕСТВИЯ В РОССИЙСКИХ ЖУРНАЛАХ НАЧАЛА XX В. (НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЯ «ПОЕЗДКИ ЗА ГРАНИЦУ»)

TRAVEL MANAGEMENT FUNCTION OF THE RUSSIAN JOURNALS IN THE EARLY 20TH CENTURY (BY A CASE STUDY OF THE MAGAZINE “TRIPS ABROAD”)

Аннотация:

В статье анализируется появление трэвел-медиа-текста в российских журналах о путешествии начала XX в. как следствие реализации функции организации путешествий. В качестве примера выбран журнал «Поездки за границу», издававшийся в 1907 и 1908 гг. в Санкт-Петербурге (ранее не изучавшийся). Издание придерживалось идеологии «выездного туризма». Детально рассматривается наличие в тексте журнала индикаторов, свидетельствующих о намерении автора практически руководствовать свою аудиторию в путешествии. Выявлены и охарактеризованы атрибуты трэвел-медиа-текста, способствующие достижению авторской цели. Отмечено отсутствие в проанализированном тексте журнала «Поездки за границу» такого аспекта, как креолизированность, который является обязательным для современного трэвел-медиа-текста. Выделены пять основных типов журналов о путешествии начала XX в. в соответствии с характером организуемого ими путешествия: нетуристические, выездного туризма, въездного туризма, внутреннего туризма, универсальные туристические журналы.

Ключевые слова:

трэвел-медиа-текст, функция организации путешествия, туристическое общество, журнал, выездной туризм, концепт «путешествие», маршрутизация, креолизированный текст, стереотип аудитории, фрейм «другая страна».

Summary:

The paper analyzes the emergence of travel media texts in Russian travel journals in the early 20th century as a consequence of implementing journey management function. The case study is the magazine “Trips Abroad” published in Saint Petersburg in 1907 and 1908. It has not been studied before. The magazine adhered to the ideology of outbound tourism. The research elaborates on the availability of the journal indicators showing the author’s intention to be a practical guide for his audience during the journey. The attributes of travel media texts that contribute to the achievement of the author’s goal are identified and described. The magazine “Trips Abroad” does not have any creolized texts which are compulsory for modern travel media content. According to the nature of the trip, the research distinguishes five main types of travel magazines in the early 20th century: non-tourist ones, outbound and inbound tourism magazines, domestic tourism magazines, universal travel magazines.

Keywords:

travel media text, travel management function, tourism society, magazine, outbound tourism, concept of travel, routing, creolized text, audience stereotype, frame of another country.

Появление организаторской функции текста о путешествии теснейшим образом связано с массовизацией путешествия как социокультурного действия и развитием туристических обществ. В конце XIX в. индивидуальные бальнеологические и просветительские поездки на Кавказские Минеральные Воды, в Крым и страны Западной Европы начинают численно уступать групповым организованным поездкам, количество которых возрастает пропорционально становлению транспортной инфраструктуры («транспортной революции» в терминологии историка туризма Л.П. Воронковой [1, с. 188]). Во второй половине XIX в. появляются русские туристические общества, среди которых выделяются «Альпийский кавказский клуб», «Крымско-кавказский горный клуб», «Русское горное общество», «Владикавказский горный клуб» и др.

Все перечисленные организации были посвящены, как это следует из их названий, горному туризму. Одной из первых организаций, которая начала заниматься туризмом как таковым (без отраслевой привязки), стало Российское общество велосипедистов, основанное в 1895 г. в Санкт-Петербурге. Изначально оно называлось «Общество велосипедистов-туристов русского турина-клуба» и «имело целью распространение в России циклизма и применение велосипеда к практическим целям, содействие туризму вообще и туризму велосипедному в частности» [2, л. 3]. Учредителем общества стал журнал «Велосипед», а членами – преимущественно состоятельные люди, имевшие свободное время для осуществления туристических поездок. С 1899 г. обществом издавался журнал «Русский турист». География поездок, предлагаемых изданием, расширялась, журналистами рекламировались подробные маршруты по Кавказу, Крыму, Финляндии и

Уралу. Перечень предлагаемых для посещения городов зависел от наличия в них членов Российского общества туристов, которое поддерживало контакты с другими национальными туристическими организациями, существовавшими в Голландии, Италии, Бельгии, Австрии и других странах Европы. Туринг-клубы этих государств превосходили российский по количеству членов в несколько десятков раз и опирались на сформировавшийся класс так называемых «индустриальных путешественников» – «владельцев производств, бизнес-олигархию, владельцев заводов и торговцев» [3, р. 189]. Тем не менее активная организаторская и журналистская деятельность общества туристов в России позволила организовать маршруты нескольким сотням тысяч жителей нашей страны, а десяткам тысяч иностранцев – узнать о России, ее интересных уголках.

В конце XIX в. путешествие преподносилось журналистикой российскому обществу не только как исключительное благо, но уже как необходимое условие развития предпринимательства, поддержания здоровья и расширения кругозора. Общественные организации и частные предприятия осуществляли финансирование путешествий своих членов для различных целей, таких как поддержание коммуникаций [4], поиск новых рынков сбыта продукции [5], установление деловых контактов [6], отдых во время трудового отпуска, студенческие каникулы и др.

В это время развиваются гостиницы, рестораны (меняется их статус), музеи (и музейный туризм), экскурсии (и экскурсионный туризм), диверсифицируется лечебно-оздоровительный туризм. Журналистика путешествий наряду со специальной туристической литературой (путеводителями, справочниками) становится основной организационной и просветительской силой, осуществляющей коммуникацию в туристическом сообществе. При этом появляется новый тип текста – трэвел-медиатекст, который обособляется от метажанра «травелога», т. е. от литературы путешествий. «Путешествия» [литературные], по выражению Н.М. Масловой, «отходя от простого фиксирования фактов, шли к проблемному осмыслению жизни» [7, с. 27], в то время как появившийся трэвел-медиатекст способствовал развитию туризма и помогал организовывать конкретное путешествие своей аудитории. Т.И. Печерская утверждает, что «наряду с важнейшим текстообразующим признаком – маршрутом характер нарратива и тактика его построения автором/повествователем доминируют в выделении ряда базовых признаков текста-травелога» [8, с. 14]. Трэвел-медиатекст отличался от классического травелога лаконичностью и уменьшением роли авторского начала.

В результате исследования были проанализированы выпуски основных журналов, посвященных путешествиям и выходивших в России в начале XX в. На основании анализа были выделены пять типов изданий в соответствии с характером проявления в них организаторской функции: 1) нетуристические (например, «Русский путешественник»); 2) выездного туризма («Поездки за границу»); 3) въездного туризма («Путеводитель по России “Фрум”»); 4) внутреннего туризма («Вестник спорта и туризма»); 5) универсальные туристические журналы («Русский турист»).

Обозначенное функциональное разграничение проявлялось также на идеологическом уровне. Например, журнал выездного туризма «Поездки за границу» (*Voyages a l'étranger*), возникший на волне либерализации прессы после октябрьского Манифеста 1905 г., относился к числу качественных либеральных изданий, критически настроенных по отношению к социально-экономической политике властей. Журнал критиковал российскую туристическую инфраструктуру (в сравнении с Западной Европой) и превозносил достоинства зарубежных курортов, а также в целом качество жизни за границей. Издание (1907–1908 гг.) являлось наиболее очевидной попыткой осуществления организаторской функции текста о путешествии в журнале выездного туризма. В «Программе» первого номера журнала (июль 1907 г.) планировалось опубликовать «Описание путешествий и экскурсий по разным странам Европы и других частей света. Всякого рода сообщения о заграничной жизни, могущие интересовать русских читателей, собирающихся за границу. Письма из-за границы. Путевые впечатления и дневники русских за границей» [9, первый форзац], а также путеводители, расчет стоимости поездки, планы главнейших европейских городов, полезные сведения для путешественников и многое другое.

Проанализируем классический журналистский текст о путешествии (один из первых трэвел-медиатекстов) из «Поездок за границу», который озаглавлен «В Неаполе (из путевых заметок)», на предмет реализации в нем организаторской функции. Данное произведение содержит атрибуты классического журналистского текста о путешествии (трэвел-медиатекста).

1. При наличии развлекательной и просветительской интенций главной функцией текста (как и всего журнала) является организаторская, которая выражается в подробном описании туристического маршрута по Неаполю и городским окрестностям, использовании совета как речевого действия и оценочной лексики. Автор убеждает читателя посетить данный локус, сообщает о привлекательных сторонах маршрута и туристической инфраструктуры: «Здесь целый день оживление, особенно в дурную погоду, усиливающееся к вечеру. Всевозможные магазины, кафешантан *Salone Margherita*, все к услугам туристов в галерее» [10, с. 19].

2. В тексте детально представлен фрейм «другая страна» и его слоты (население, природа, архитектура – более конкретно: музыка, кухня, образ жизни, одежда, имена собственные, язык, диалекты и пр.). «В первый свой приезд в Неаполь я остановился в одном из отелей на набережной, против замка Castel dell'ovo, выстроенного на поднимающейся из моря скале. Я уже собирался выходить, когда через открытое окно с улицы до меня донеслись звуки старинной, всем знакомой неаполитанской баркаролы “O dolce Napoli”. Пел ее простой уличный певец, но таким чудным тенором...» [11, с. 17].

3. Взаимодействие со стереотипом аудитории. «А Неаполь? – спросит читатель, не побывавший в нем и знакомый с яркими картинками отрицательных сторон жизни... или понаслышке знающий о классической неаполитанской вони и грязи. Да, я согласен, что Неаполь ужасно грязен и вонюч, особенно в нижних кварталах старого города, что народ его мало культурен и суеверен, но если вы идете по главным улицам Via Roma, Corso Umberto, Via Medina, среди оживленной толпы, я сказал бы неаполитанской толпы, так как едва ли где-либо в Европе есть такие яркие, такие красочные типы...» [12, с. 16].

4. В данном тексте есть сюжет, главный герой (повествователь), помощники (метрлотель, случайный прохожий), противники (навязчивые гиды, мошенники). Лирический герой чувствует красоту природы, очарование города, рассказывает о переживаниях своей души. Как отмечает современный исследователь трэвел-медиа-текста Т.Ю. Редькина, «диалогичность ТМТ [трэвел-медиа-текста] проявляется по линиям: автор – адресат; адресат – персонаж; автор – носители мнений (не персонажи); персонаж – носители мнений (не персонажи)» [13, с. 47].

5. Ход повествования пронизан концептом «путешествие», который выражается в описании перемещения главного героя по Неаполю и его окрестностям (Капри, Искья, Амальфи, Сорренто и др.).

6. Вся палитра использованных средств художественной выразительности не сглаживает реалистичности повествования, в тексте присутствуют фактологические вставки, использован прием маршрутизации, предлагается несколько экскурсионных маршрутов: «Наконец, вы у развалин на высоте 340 метров над морем. Сами развалины дворца, в котором, как говорят, император отдыхал от летних жаров Рима, не представляют для туриста особого интереса...» [14, с. 22].

7. В текстах «Поездка за границу» эпизодически встречается визуально-графическое сопровождение (фотоиллюстрации), ставшее неотъемлемым атрибутом современного трэвел-медиа-текста, который является креолизованным. Однако рассматриваемый текст не креолизованный.

Таким образом, организаторская функция проявлялась в текстах журнала «Поездки за границу» наряду с другими атрибутами трэвел-медиа-текста: трактовка фрейма «другая страна», взаимодействие со стереотипом аудитории, нарративная структура и сюжетное развертывание, реализация концепта «путешествие», реалистичность повествования. При этом в проанализированном тексте отсутствует такой критерий трэвел-медиа-текста, как креолизованность (т. е. компоновка двух разносторонних составных частей – вербальной и графической). Данный критерий (в отличие от современности) в начале XX в. не был обязательным для трэвел-медиа-текста.

Ссылки:

1. Воронкова Л.П. История туризма. М., 2001. 304 с.
2. Дело по канцелярии С.-Петербургского градоначальника. О деятельности Российского общества туристов 30.09.1899–09.01.1914 // ЦГИА СПб (Центр. гос. ист. арх. Санкт-Петербурга). Ф. 569. Оп. 20. Д. 326. Л. 3.
3. Singh L.K. Issues in Tourism Industry // Singh L.K. Fundamental of Tourism and Travel. Delhi, 2008. P. 189–266.
4. Дело Славянского благотворительного общества о выдаче пособия супругам Димитриевичам, совершающим кругосветное путешествие // ЦГИА СПб. Ф. 400. Оп. 1. Д. 1487.
5. Путешествие в Америку. Отчет собрания общества «Проводник» // Там же. Ф. 1179. Оп. 35. Д. 1036.
6. Торговый дом Берггольд. Донесение из путешествия // Там же. Ф. 1212. Оп. 1. Д. 35.
7. Маслова Н.М. Путевой очерк: проблемы жанра. М., 1980. 64 с.
8. Печерская Т.И. Проект «Аннотированный указатель “Русский травелог XVIII – начала XX в.”»: к постановке проблемы // Русский травелог XVIII–XX вв.: маршруты, топосы, жанры и нарративы : коллектив. моногр. Новосибирск, 2016. С. 8–20.
9. Программа // Поездки за границу : журнал. 1907. Июль.
10. Вейденбаум В.Г. В Неаполе (из путевых заметок) // Там же. 1908. № 2–3. Февраль. С. 16–22.
11. Там же. С. 17.
12. Там же. С. 16.
13. Редькина Т.Ю. Трэвел-медиа-текст: способы и приемы речепорождения. СПб., 2013. 74 с.
14. Вейденбаум В.Г. Указ. соч. С. 22.