

Андрій Вільчинський,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Науковий керівник –
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
Галина Синоруб

ПОДОРОЖНІЙ НАРИС В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРУ

Подорожній нарис – один із найдавніших жанрів на межі літератури і журналістики, який упродовж століть відігравав роль засобу репрезентації культурного досвіду, мандрів, вивчення «іншого» простору. Для подорожніх нарисів «характерна оповідна ситуація, зумовлена тотожністю світу оповідача й персонажів; автор-персонаж присутній в історії, що розповідається, є учасником і спостерігачем зображуваних подій. Часом замітки мандрівника можуть нагадувати мемуари, тобто автор спочатку згадує свою подорож, а потім, записуючи, доповнює її коментарями, ліричними відступами, екскурсами в історію. Звичайно, у результаті процесу взаємодії жанрів на їх стиках виникають нові їх форми. Але виділити й описати їх непросто, і різні погляди тут виникають цілком закономірно» [3]. Тому запропонована тема є актуальною для дослідницьких рецепцій. В умовах глобальної цифровізації, коли відбувається докорінна трансформація жанрових ознак, комунікативних функцій, змінюються і засоби створення подорожніх нарисів, і способи їх сприйняття.

Метою запропонованого повідомлення є дослідити особливості трансформації подорожнього нарису та окреслити нові вектори розвитку цього жанру.

Подорожній нарис у цифрову епоху часто функціонує на межі декількох жанрів – художнього нарису, есе, мандрівного блогу, реклами чи інструкції. Така гібридність зумовлює необхідність переосмислення традиційних жанрових категорій [1]. Водночас із переходом до цифрових форматів на заміну традиційному тексту приходять мультимедійні формати – відеоблоги, подкасти, інтерактивні карти тощо. Зокрема, «травелог

поступово починає витісняти загальноживані терміни подорожній нарис, нотатки, щоденник...» [5]. Травелог визначають і як «короткометражний фільм-подорож» [3], і як жанр, «що балансує на межі документальної та художньої прози та є найближчим за структурою до традиційного подорожнього нарису» [2].

До того ж, травелог не є складним літературним жанром, «це має бути перш за все особистісна історія, тобто обов'язково з описом власних вражень та думок від зустрічі з якимось об'єктом чи місцем, а не лише переліком відвіданих місць. Саме це відрізняє травелог від більш утилітарного жанру історії мандрів – путівника. Водночас не слід забувати, що цікавих пригод можна зазнати навіть не мандруючи далеко, а пережитий досвід перебування в якомусь місці в будь-якому випадку буде унікальним для кожної людини...» [2]. Дослідники зазначають доступність, наочність, інформаційність травелогу, можливість виходу до найширшого кола реципієнтів [2].

Щодо медіа-травелогу, спорідненого зі своєю генетичною основою – літературною подорожжю, то він змушений адаптуватися до вимог, які постають перед виданнями нового типу. Зокрема, «візуалізація є основною ознакою, що відрізняє медіа-травелог від літературних подорожей, а також спричиняє низку суттєвих структурних видозмін жанру. Проте найціннішим ресурсом, що сприяє як оновленню, так і збереженню жанрових традицій, залишається авторська суб'єктивність, яка є жанротворчим центром медіа-травелогу...» [4]. Водночас комерціалізація цифрових подорожніх наративів викликає занепокоєння щодо правдивості контенту. Читач потребує критичного мислення для встановлення відмінностей між суб'єктивним описом подорожі та промоційним контентом. Цифрові технології сприяють демократизації жанру: сьогодні будь-хто може створити подорожній нарис, маючи смартфон і доступ до інтернету. З одного боку, це забезпечує різноманітність голосів і досвідів, з іншого – знижує планку якості та ускладнює навігацію в медіапотоці.

Цифрове середовище забезпечує інтерактивну взаємодію між автором і аудиторією: читач коментує, оцінює, ділиться текстами, впливає на їх поширення та навіть на подальший зміст [5]. Відбувається зміщення акцентів із лінійного споживання тексту на горизонтальну, мережеву комунікацію, що сприяє розмиванню меж між автором і реципієнтом.

Подорожній нарис у цифрову епоху трансформувався в мультижанровий, візуально орієнтований і гібридний формат, що поєднує елементи художності, журналістики, комерційного контенту та особистого

досвіду. Попри нові виклики, пов'язані з достовірністю та комерціалізацією, жанр демонструє високу адаптивність і потенціал для подальшого розвитку в цифровому медіа-середовищі.

Список використаної літератури

1. Бовсунівська Т. Медіаландшафт подорожнього нарративу в цифрову добу. *Вісник Київського університету імені Бориса Грінченка*, 2021. № 3 (42). С. 89–97.
2. Горбач М. Травелоги, або Як писати про подорожі. URL: <https://archive.chytomo.com/news/travelogi-abo-yak-pisati-pro-podorozhi>
3. Гусєва О.О. Подорожній нарис і травелог: аспекти комунікації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. №1(33). URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/608/
4. Юферова О. Медіа-травелог у сучасному друкованому виданні: жанрові витоки, специфіка, модифікації. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2013. № 38. URL: <https://surl.li/ahffrw>
5. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006. URL: <https://www.uoc.edu>