ПАН ШУВЭНЬ
Аспирант МГУ имени М.В. Ломоносова
e-mail: kellykeepgo@gmail.com

PANG SHUWEN
Postgraduate, Moscow State Lomonosov University
e-mail: kellykeepgo@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_3_2_495_508

КУЛЬТУРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КИТАЯ В ЦИФРОВЫХ НАРРАТИВАХ ТРЕВЕЛ-БЛОГИНГА

CULTURAL REPRESENTATION OF CHINA IN THE DIGITAL NARRATIVES OF TRAVEL BLOGGING

В статье рассматривается цифровой тревел-блогинг как форма художественно-медийной репрезентации, участвующая в конструировании образа Китая в глобальном культурном пространстве. На основе искусствоведческого и культурологического анализа, с привлечением методов визуальной семиотики и нарратологии, выявляются особенности репрезентации традиционного и современного китайского искусства в видеоконтенте блогеров. Проанализированы визуальные коды, символические образы и эстетические стратегии, включая экзотизацию, обращение к культурному наследию и техно-ориентированную современность, а также их синтез в цифровом повествовании. В качестве эмпирического материала рассматриваются тревел-влоги, посвященные культурным локациям и художественным практикам Китая, что позволяет выявить механизмы интерпретации национальной художественной традиции в условиях цифровой среды. Особое внимание уделено роли цифровых платформ в трансформации способов художественной коммуникации, расширении межкультурного диалога и популяризации китайского искусства. Сделан вывод о том, что цифровой тревел-блогинг выступает эффективным инструментом культурной репрезентации и способствует укреплению культурной идентичности Китая в глобальном медиапространстве.

The article examines digital travel blogging as a form of artistic and media representation that contributes to the construction of China's image within the global cultural space. Drawing on art historical and cultural analysis, as well as methods of visual semiotics and narratology, the study identifies the key features of representing both traditional and contemporary Chinese art in bloggers' video content. It analyzes visual codes, symbolic imagery, and aesthetic strategies, including exoticization, references to cultural heritage, and techno-oriented modernity, as well as their synthesis within digital narratives. Travel vlogs focused on cultural sites and artistic practices in China are used as empirical material, enabling the identification of mechanisms for interpreting national artistic traditions in a digital environment. Particular attention is paid to the role of digital platforms in transforming modes of artistic communication, expanding intercultural dialogue, and promoting Chinese art. The study concludes that digital travel blogging serves as an effective instrument of cultural representation and contributes to strengthening China's cultural identity in the global media space.

Ключевые слова: цифровой тревел-блогинг, культурная репрезентация, образ Китая, визуальный нарратив, медиаидентичность, межкультурная коммуникация.
Keywords: digital travel blogging, cultural representation, image of China, visual narrative, media identity, intercultural communication.

В современную эпоху цифровых коммуникаций тревел-блогинг приобретает статус важного инструмента культурной репрезентации и трансляции образов «другого». Расширение практик цифрового туризма, стремительный рост блогосферы и различных визуальных платформ (среди них Weibo и TikTok и др.), способствуют формированию новых способов восприятия национальных культур и конструирования символического образа страны в глобальном медиапространстве [1]. Особенно показательно отмеченное на примере Китая государства с богатым историко-культурным наследием и одновременно с высоким уровнем технологического развития, что делает его объектом пристального внимания как со стороны профессиональных медиа, так и со стороны независимых цифровых авторов.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа того, каким образом китайская культура репрезентируется в цифровых тревел-нарративах, создаваемых блогерами носителями иных культурных кодов, не всегда обладающих глубоким знанием китайского контекста, но способных влиять на восприятие Китая широкой международной аудиторией. Цифровое повествование в тревел-блогах не только формирует визуально-текстуальные «карты» путешествия, но и продуцирует интерпретации, включающие стереотипы, мифологемы, символы, связанные с культурой страны [2]. В данных нарративах образ Китая часто балансирует между архаичностью и модерном, экзотикой и повседневностью, аутентичностью и медийной постановочностью.

Целью исследования является выявление способов репрезентации китайской культуры в цифровых тревел-нарративах, а также определение механизмов конструирования культурного образа Китая в условиях медийной среды XXI века. В качестве объекта анализа рассматриваются цифровые тревел-нарративы, представленные в блогосфере и созданные преимущественно иностранными авторами. Предметом же выступают культурные образы и символы Китая, формируемые и транслируемые в процессе цифрового повествования.

Методологическая база работы строится на сочетании дискурс-анализа, визуального анализа, элементов культурной семиотики и нарратологии. Такой подход позволяет интерпретировать тревел-контент не только как продукт индивидуального опыта путешественника, но и как форму медиатизированного культурного высказывания, функционирующего в рамках глобальных культурных практик.

Научная новизна исследования заключается в том, что тревел-блогинг рассматривается как полноценный феномен цифровой культурологии, а цифровой тревел-нарратив как способ репрезентации «чужой» культуры с элементами интерпретации, реконструкции и иногда трансформации исходного культурного материала. Впервые предпринимается попытка культурологического анализа тревел-блогов о Китае с акцентом на визуально-символические и текстово-нарративные стратегии репрезентации. Работа обращается не только к описанию контента, но и к выявлению глубинных смыслов и моделей восприятия китайской культуры в глазах цифрового «другого». Исследование вносит вклад в осмысление тревел-блогинга как медиаплатформы культурного посредничества и символической интерпретации, а также расширяет границы изучения национальной идентичности в условиях цифровой эпохи.

Анализ цифровых нарративов в тревел-блогинге разворачивается в междисциплинарном поле, объединяющем культурологию, медиалингвистику, нарратологию и семиотику. В цифровом медиапространстве тревел-блог функционирует не только как способ самоконструирования автора, но и как канал передачи культурных значений, в которых проявляются его ценностные установки и способ восприятия репрезентируемого мира [3]. По этой причине тревел-нарратив приобретает статус существенного объекта культурологического исследования: через него обнаруживается механизм превращения индивидуально пережитого маршрута в текст, доступный коллективному прочтению и интерпретации.

Цифровой нарратив в его актуальном виде обладает синтетической природой: в нем сопрягаются вербальный ряд, визуальные образы, аудиовизуальные фрагменты и интерактивные модули. В логике цифрового сторителлинга повествование утрачивает линейную замкнутость, становится полифоничным и вариативным; пользователь при таком устройстве коммуникации занимает позицию не пассивного адресата, а участника производства культурного смысла [4]. Для тревел-блогинга подобная модель особенно показательна, поскольку субъективные истории поездок включаются в пространство совместно переживаемого культурного опыта и образуют особую схему символического освоения мира. Жанрово-тематическое рассмотрение тревел-блогов выявляет развитие данного контента в пограничной зоне между документалистикой, эссеистикой и визуальной журналистикой. Репортажная фактура здесь соединяется с авторской рефлексией, за счет чего повествование обретает смысловую многослойность и аффективную выразительность [5]. Тем самым тревел-блогинг предстает как гибридная культурная форма, где текстовые и визуальные компоненты складываются в разветвленную знаковую систему, репрезентирующую как национальные, так и транснациональные культурные коды.

Для цифрового тревел-нарратива характерны выраженная знаковость и намеренная эстетизация. В интерпретации А.А. Танюшина, посвященной визуальной культуре, актуальные формы экранного рассказа опираются на логику фрагмента и монтажа, при которой отдельное изображение функционирует как автономная смысловая единица [6]. В материалах о поездках такой принцип реализуется в виде визуально расчлененного повествования: целостность истории собирается адресатом из разрозненных кадров, ассоциативных связей и культурно маркиро-

ванных деталей. В связи с этим возрастает значимость автоматизированного изучения цифровых повествовательных форм. По данным И.А. Рыбаченко, технологический инструментарий дает возможность описывать нарративную организацию через семантическую разметку, векторное представление данных и алгоритмическое выделение опорных сюжетных элементов [7]. Применение таких средств создает основу для крупномасштабного исследования цифровых историй, позволяя фиксировать повторяющиеся модели репрезентации событий, действующих лиц и повествовательных тактик в социальных медиа.

Особое место занимает тревел-блогинг, выступающий посредническим механизмом в производстве культурных образов. В рассказах о поездках в Китай, к примеру, словесные и зрительные репрезентации страны нередко формируются на стыке устойчивых архетипических схем и актуальных стереотипных представлений. Исследования Пан Шувэнь показывают: образ Китая в тревел-блогах разворачивается как поле амбивалентных значений — от экзотизированного Востока до урбанистического пространства высоких технологий [8]. Подобная двойственность указывает на сложный характер культурной репрезентации, поскольку автор не ограничивается фиксацией личных впечатлений, а пропускает иную культурную среду через собственные ценностные установки. В таком ракурсе тревел-блог следует рассматривать как среду формирования цифровой идентичности. У М. Сугралиевой блогер предстает не только источником сведений, но и фигурой, конструирующей себя как медиатора между «своим» и «чужим» посредством нарративной практики [9]. Тем самым повествование выполняет функцию культурной саморефлексии: индивидуальный маршрут переосмысляется как символическое взаимодействие с иной системой значений. Показателен в этом отношении опыт популярных тревел-журналистов, в частности, Антона Лядова. В его материалах документальная фактура сочетается с визуальной метафорикой, вследствие чего формируется плотное культурное пространство, где отдельные образы приобретают значение символов и маркеров культуры [10]. При таком подходе тревел-блогинг выходит за пределы простой трансляции впечатлений и становится формой интерпретации социальной и культурной реальности.

Наконец, стоит отметить, что исследования цифрового туризма в целом рассматривают тревел-блог как часть медиатизированного культурного ландшафта, в котором личное становится публичным, а ин-

дивидуальный опыт частью коллективной памяти [11]. Путешествие, зафиксированное в блоге, превращается в культурную практику, репрезентирующую глобальные ценности и локальные смыслы. Тревел-блогинг в цифровую эпоху выступает как сложный культурный феномен, включающий нарративную, визуальную и дискурсивную составляющие. На подобном пересечении формируется целостное понимание тревел-нарратива как средства репрезентации культуры и конструирования идентичности в условиях цифровой глобализации.

Репрезентация Китая в цифровых тревел-нарративах строится на пересечении культурных архетипов, медийных стереотипов и визуально-нарративных стратегий, характерных для цифровой эпохи. В тревел-блогинге Китай выступает не просто как географическое или туристическое направление, а как культурно-медийный конструкт, репрезентируемый через призму индивидуального опыта, глобальных ожиданий и транснациональных мифов [12]. Понимание данной репрезентации невозможно без учета исторических, семиотических и визуальных факторов, формирующих устойчивые образы Китая в западной и российской культуре, а также механизмов их адаптации в цифровой медиасреде.

В историко-культурной перспективе образ Китая в западной традиции складывался как символ экзотического Востока, наполненного загадочной мудростью, традицией и иероглифической таинственностью [13]. Китай ассоциировался с имперской древностью, буддийскими храмами, чайными церемониями, шелком и порцелянными символами, что нашло отражение как в классической ориенталистике, так и в более поздних массовых визуальных образах. Российская культурная традиция также демонстрировала двойственное отношение к Китаю: с одной стороны как к соседу и партнеру по социалистическому блоку, с другой как к культурному «другому», носителю архаических форм и одновременно технологического прогресса. Соответствующие установки, переосмысленные в контексте цифрового блогинга, продолжают влиять на способы визуальной и нарративной презентации Китая в современных медиа.

В условиях цифровой эпохи формируются три доминирующих направления восприятия Китая в тревел-блогах: экзотизация, техно-утопизм и культурный архаизм. Экзотизация проявляется через акцент на традиционные практики и образы: пагоды, каллиграфия, ритуалы, этнические кварталы. Культурный архаизм усиливает указанные нарративы, создавая представление о Китае как о цивилизации, укорененной

в тысячелетней традиции. Одновременно развивается образ техно-утопического Китая страны, опережающей современность, где сосуществуют сверхскоростные поезда, цифровые технологии, урбанистические пространства и искусственный интеллект; данные образы не исключают друг друга, а часто сосуществуют в пределах одного и того же тревел-нарратива, создавая полифоничный образ страны.

Такой синтез можно проследить на примере ряда тревел-блогов в которых блогеры, посещая одновременно модные кафе Шанхая и древний водный город Чжуцзяцзяо, демонстрируют Китай как пространство, где прошлое и настоящее сливаются в единую сенсорную и визуальную ткань.

В других случаях акцент может быть перенесен на техноурбанистическое измерение городской среды, демонстрацию транспортной и сервисной инфраструктуры, например, Шанхая: силуэт высотной застройки, автоматизированные практики обслуживания, повседневное присутствие электронных решений. Подобная оптика закрепляет представление о Китае как о цифровой сверхдержаве, выдвигая на передний план футуристичность и инновационную динамику. При всей выраженной восторженности такая визуальная стратегия нередко оттесняет культурную специфику и более глубокие пласты китайской ментальности, подменяя интерпретацию впечатляющей зрелищностью.

Отдельное место в тревел-блогинге занимает гастрономическая линия, функционирующая как самостоятельный визуально-культурный код. Китайская кухня выступает не только предметом дегустации, но и каналом образной коммуникации: колористика, фактура, ритуализированные формы потребления пищи превращаются в знаки, распознаваемые как индикаторы «аутентичности». Блогеры регулярно обращаются к стритфуду, локальным кулинарным различиям, необычным с визуальной точки зрения блюдам; такая подача стимулирует культурное любопытство и усиливает сенсорную вовлеченность аудитории.

Цифровые тревел-нарративы формируют комплексный, многосоставный и местами внутренне напряженный образ Китая. Речь идет не о простом воспроизведении действительности, а о медиатизированных конструкциях, в которых страна предстает через оптику визуальной культурной интриги. Путешествие здесь обретает статус символического медиатора между культурами, а тревел-блогер действует как проводник смыслов и соучастник формирования глобального восприятия страны. Подобные формы репрезентации требуют критической рефлексии, по-

скольку воздействуют не только на международный образ Китая, но и на сами механизмы межкультурного взаимодействия в цифровой среде.

В цифровых тревел-историях образ Китая возникает не как механическое суммирование увиденного и описанного, а как результат многоуровневой символической обработки, при которой блогеры, задействуя языковые средства, визуальные коды и технические возможности платформ, конструируют сложные повествовательные модели. Через них не просто тиражируются узнаваемые знаки и культурные шаблоны: в рамках такой медиапрактики закрепляется представление о Китае как об особом, отличном от привычного, пространстве в восприятии международной аудитории. Для анализа данного механизма требуется учитывать как вербальные и зрительные приемы, так и платформенную среду, в пределах которой складывается соответствующее цифровое высказывание.

Эмоциональная насыщенность характерна для языка тревел-повествования: описательные фрагменты регулярно включают оценочную лексику, метафорические конструкции и гиперболизацию [14]. Так, храмы в традиционном стиле репрезентируются через характеристики, связанные с тишиной, сакральностью и вынесенностью за пределы исторического времени, тогда как крупные города получают определения, акцентирующие скорость, технологическую интенсивность и визуальную агрессивность современной среды. В подобных формулах обнаруживается не только субъективная реакция автора, но и действие устойчивых культурных схем, передаваемых речью. В нарратологическом плане такие эпитеты и метафоры задают ценностную рамку и направляют интерпретацию; в семиотическом — фиксируют повторяющиеся бинарные ряды: «традиция/модерность», «Восток/Запад», «покой/ускорение».

По принципам визуальной риторики организуются и зрительные повествования: смысловой эффект создается посредством кадрирования, цветового решения, монтажного ритма и отбора снимаемых объектов. Исследование тревел-влогов демонстрирует, что сцены с храмовой архитектурой или чайными ритуалами чаще оформляются через рассеянное освещение, замедленный темп и звуковой фон с отсылкой к традиционной музыке, благодаря чему актуализируются ассоциации с духовной глубиной и временной неопределенностью. Иначе строится показ городской среды: быстрый монтаж, неоновая палитра и электронное сопровождение формируют впечатление технологической мощи и урбанистической интенсивности. По наблюдению К.Д. Гуд, эстетика тревел-медиа все

чаще основывается на модели «оптимизированной, но нефункциональной аутентичности», при которой заранее выстроенные изображения подаются как спонтанно зафиксированная реальность [15].

Специфика медиаплатформ заметно трансформирует способы организации повествования. Weibo и Bilibili, сохраняя собственные нарративные конвенции, одновременно испытывают давление глобальных визуальных матриц, особенно в сегменте тревел-медиа, на что указывают исследования современной медиакультуры Китая [16].

Формирование категорий «своего» и «чужого» в тревел-блогинге строится на двойственной тактике сближения и экзотизации. Блогер декларирует стремление к подлинному соприкосновению с иной культурной средой: фиксирует повседневность локальных рынков, вступает в коммуникацию с местными жителями, включает в кадр участие в ритуализированных практиках. Однако подобный опыт нередко упаковывается в заранее заданную эстетическую схему, в пределах которой «Китай» функционирует как фон для символического потребления культуры. А. Янссон подчеркивает, что тревел-контент часто воспроизводит модель эстетизированного контакта с культурной инаковостью без серьезного погружения в ее социальный и культурный контекст [16].

Отдельного внимания требует репрезентация китайской национальной идентичности в сопоставлении с аутообразами и гетерообразами иных культур. В блогерских нарративах Китай регулярно противопоставляется «Западу» и описывается через признаки коллективизма, ритуализованности, ориентации на традицию. Подобные характеристики варьируются от сюжета к сюжету, но устойчиво закрепляют Китай в позиции культурного «другого», через которую артикулируется западное «я». Параллельно действует противоположный вектор — редукция инаковости до привычных и легко считываемых форматов: гастрономических обзоров, бытовых рекомендаций, урбанистических сюжетов. Такая репрезентация показывает, что цифровые тревел-нарративы выступают медиаторами межкультурного восприятия и формируют гибридное, нередко стереотипное культурное воображаемое.

Таким образом, репрезентация Китая в тревел-блогинге выходит далеко за пределы документальной фиксации путешествия. Визуальные и текстовые стратегии, формирующие образ страны, опираются на сложную систему символов, смыслов и культурных кодификаций, в которых «Китай» выступает не только как географическое, но и концептуальное простран-

ство. Образы древности и технологичности, экзотики и урбанизма, духовности и цифровизации сосуществуют в нарративах блогеров, отражая амбивалентное восприятие страны глобальной аудиторией. За счет отмеченных нарративов конструируется специфическое культурное воображаемое, в котором Китай представлен не как единое целое, а как множественность смыслов в зависимости от контекста, платформы, интенции автора и ожиданий зрителя. Визуальный монтаж, языковые метафоры, ритм повествования, выбор сюжетов складываются в уникальные формы цифрового рассказа о Китае, отражающие не только субъективный опыт, но и более широкие процессы глобальной культурной медиатизации.

В цифровую эпоху тревел-нарратив утрачивает статус сугубо личного дневника путешественника, превращаясь в культурный посредник медиальную форму, где происходит встреча, столкновение и переосмысление культурных горизонтов. В данном пространстве Китай оказывается не столько объектом описания, сколько полем интерпретации, наполненным символами, значениями и визуальными конструктами, подлежащими расшифровке. Культурное значение тревел-блога проявляется здесь как герменевтический процесс: каждый акт репрезентации — попытка осмыслить «другое» в условиях сетевого диалога, опосредованного алгоритмами, платформенной логикой и визуальной риторикой.

Понимание образа Китая, создаваемого в цифровом тревел-дискурсе, складывается не из прямого наблюдения, а из наложения культурного опыта блогера на визуальную ткань встреченного. В указанном процессе, как подсказывает герменевтическая философия, слияние горизонтов не итог, а сама суть опыта [17]. Китай «становится» тем, как он был увиден, пережит, представлен, и соответствующий образ обратно влияет на того, кто воспринимает. Медиарепрезентация в этой связи приобретает продуктивный характер, заново конструирует культуру. Культурная значимость тревел-блога проявляется в его способности становиться полем межкультурного смыслопроизводства, где интерпретатор и интерпретируемое неразрывно переплетены.

Цифровая репрезентация Китая в тревел-блогах неразрывно связана с медиатизацией культурной памяти. Визуальные образы, аудиовизуальные фрагменты, сюжетные паттерны формируют своего рода «архив впечатлений», в котором частное переплавляется в коллективное. Тревел-видео, набирающее миллионы просмотров, перестает быть индивидуальной рефлексией: оно входит в систему публичной памяти, где ви-

зуальные символы и метанарративы закрепляют каноническое восприятие страны. Данный медиапамятник реконструирует прошлое, адаптируя к эстетическим и идеологическим требованиям настоящего. Образы традиционного Китая не музейные артефакты, а активные элементы цифрового конструирования культурной идентичности, работающие в настоящем.

Присутствие Китая в глобальных цифровых нарративах обретает также политико-культурное измерение. Тревел-блог как медиаформа обладает потенциалом «мягкой силы», особенно в трансграничном информационном пространстве, где культурная привлекательность нередко эффективнее дипломатических деклараций. В данном контексте концепт власти у Мишеля Фуко приобретает новое звучание: цифровой нарратив выступает как форма дискурсивного воздействия, в которой знание о стране создается, распределяется и нормализуется [18]. Блогер, визуализируя Китай, не просто транслирует контент он участвует в производстве режима истины, определяющего, каким «может быть» Китай в глобальном воображаемом.

Образы, возникающие в тревел-блогах, будь то мегаполис, храм, уличная еда или ритуал становятся неотъемлемой частью культурного обмена. Их визуальная пластика и нарративная упаковка формируют «интерпретативное поле», в котором чужое получает очертания знакомого, а знакомое иное содержание. Здесь тревел-блогинг выступает как цифровая герменевтика повседневности, где не столько объясняется, сколько разыгрывается культура. В подобной игре взглядов и возникает современное цифровое представление Китая не как однородной реальности, а как поля смыслов, открытого интерпретации.

Репрезентация Китая в цифровом тревел-дискурсе обнаруживает многокомпонентный характер, объединяя визуально-нарративные техники, логику платформенного производства контента и культурно-философское прочтение. В блогосфере образ страны складывается не как устойчивый и единый конструкт, а как подвижная конфигурация смыслов, располагающаяся между экзотизацией и стремлением к культурной сонастройке, между демонстрацией локальной специфики и медиальной сценичностью глобального типа. При рассмотрении тематических акцентов, способов повествования и платформенных режимов видимой становится не только организация цифрового рассказа, но и механизмы символической сборки культурной действительности. Тем самым данные репрезентации функционируют не просто как медиальный продукт, а как форма интерпретации, межкультурного обмена и символического воздействия, задающего рамки международного восприятия Китая.

Проведенный анализ подтвердил, что цифровой тревел-блогинг следует рассматривать в качестве значимого инструмента культурной репрезентации, в пределах которого индивидуальный маршрут преобразуется в медиапрактику понимания иной культурной среды. Образ Китая в подобных нарративах организуется как изменчивая и многослойная система, сочетающая традиционные элементы с признаками современности, локальные коды с глобальными, документальную фиксацию с постановочной визуальностью. Внутри таких историй страна существует не в виде неизменной данности, а как культурно сконструированное пространство, где взаимодействуют эстетические формы, символические значения и авторская оптика блогера.

В ходе исследования выявлено, что текстовые и визуальные приемы тревел-авторов не ограничиваются передачей субъективного опыта, а участвуют в закреплении устойчивых культурных значений. Китай в этих материалах предстает через напряженные пары образов: древность соотносится с техногенностью, духовные мотивы — с урбанистической динамикой, экзотизированный ракурс — с повседневной конкретикой. За счет такого сочетания формируется сложный культурный миф, отражающий особенности глобального воображаемого. При этом тревел-блогинг выполняет посредническую функцию в медиакультурной среде, поскольку именно через совокупность визуальных и повествовательных кодов выстраивается пространство межкультурной интерпретации. За пределами простой фиксации поездки цифровой тревел-нарратив превращается в средство символического производства, а блогер занимает позицию переводчика и интерпретатора чужой культурной реальности.

В культурно-философской перспективе тревел-блогинг целесообразно понимать как герменевтическое поле, внутри которого соприкасаются и взаимно модифицируются различные культурные горизонты. Репрезентация Китая в сетевых нарративах раскрывает не только особенности внешнего взгляда на страну, но и сами принципы глобального восприятия культуры в условиях медиатизированной коммуникации. В результате тревел-блогинг включается в более широкий процесс формирования цифровой культурной памяти, где через визуальные ряды и нарративные модели закрепляется коллективный образ Китая - одновременно как воплощение культурной самобытности и как полноправный участник мирового культурного взаимодействия.

Список литературы:

1. *Токмаков В.П., Федорова М.С.* Интернет-блогинг как инструмент маркетинговой деятельности в туризме // Наука и образование: будущее и цели устойчивого развития. — 2020. — С. 575–581.

2. *Стежко Н.Г., Недвецкая П.О.* Экранная тревел-журналистика и тревел-блогинг: генезис и сравнительный анализ // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. — 2022. — № 2. — С. 33–42.

3. *Сущенко О.А., Протасенко В.В.* Использование тревел-блогинга как инновационного информационного продукта в туризме // Научно-технический совет Центральноукраинского национального технического университета (протокол № 13 от 28 декабря 2023 г.). — 2023. — С. 448.

4. *Шапинская Е.Н.* Сторителлинг в нарратологии цифровой эпохи // Культурный код. — 2022. — № 1. — С. 53–63.

5. *Оленев С.В., Славников Н.А.* Жанрово-тематическая специфика авторских тревел-блогов // Виртуальная коммуникация и социальные сети. — 2022. — Том 1. — № 4. — С. 179–184.

6. *Танюшина А.А.* Эстетика неиммерсивных виртуальных медиа: три поворота в цифровой визуальной культуре // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. — 2025. — № 1. — С. 40–56.

7. *Рыбаченко И.А.* Анализ технологий автоматизированного извлечения нарратива из текста социальных медиа // Доклады Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники. — 2025. — Том 28. — № 1. — С. 100–107.

8. *Шувэнь П.* Культурно-национальные особенности тревел-блогинга по Китаю // Миссия конфессий. — 2024. — Том 13. — № 77. — С. 32–38.

9. *Сугралиева М.* Тревел-блог как информационно-коммуникационная среда // Слово о слове: исследования молодых ученых-филологов. — 2022. — С. 125–129.

10. *Антропова Е.Д., Фазлутдинов И.И.* Блог Антона Лядова: идейно-тематические и функциональные аспекты // Вестник науки. — 2025. — Том 3. — № 3 (84). — С. 447–454.

11. *Галаганова С.Г.* Лингвокультурологические аспекты «Великого нарратива» // Этносоциум и межнациональная культура. — 2022. — Том 8. — № 170. — С. 14–23.

12. *Канапиянова Э.К.* Информационный потенциал тревел-блогинга в развитии кросс-культурных коммуникаций // Вопросы развития современной науки и техники. — 2020. — № 1. — С. 130–135.

13. *Сталинская Е.П.* Дракон Востока и Запада: особенности восприятия и интерпретации образа // Культура и искусство. — 2022. — № 5. — С. 36–44.

14. *Шувэнь П.* Репрезентация национальной идентичности Китая в российских тревел-блогах // Философия и культура. — 2025. — № 3. — С. 58–72.

15. *Good K.D.* Why we travel: picturing global mobility in user-generated travel journalism // Media, Culture & Society. — 2013. — Vol. 35. — № 3. — P. 295–313.

16. *Jansson A*. Rethinking post-tourism in the age of social media // Annals of Tourism Research. — 2018. — Vol. 69. — P. 101–110.

17. *Монастырская И.А., Пипия А.Т., Мальков А.В.* К вопросу о «понимании понимания» новой герменевтики в западной философии // KANT. — 2023. — Том 2 (47). — С. 194–205.

18. *Беляцкая Е.В.* Дискурс и власть в концепции М. Фуко: точки пересечения // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. — 2022. — № 13. — С. 100–104.