

**Олеся КАЛИНЮШКО**

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

## **Подорож „своїм” простором як спосіб конструювання національної ідентичності (на матеріалі онлайн-тревелогів Б. Логвиненка та А. Чапая)**

Літературна подорож традиційно тлумачиться як зіткнення із культурою „іншого” та вихід із простору повсякдення. В добу глобалізації мандрівець, будучи носієм транскультурної ідентичності, втрачає відчуття національної вкоріненості, що змушує його відмовитись від пізнання „іншого” на користь „свого”. Це спонукає письменників розвивати специфічний тревелог, який передбачає мандри рідною країною.

Інтернет-література, незважаючи на її популярність, досі залишається маловивченою сторінкою в українському літературному просторі. Читачі вперше змогли ознайомитися із тревел-блогом лише у кінці ХХ ст. Нині онлайн-тревелог як аналог книжкового варіанту літератури про мандри впевнено розширює свою читачку аудиторію. Українські літературознавці надають перевагу дослідженню традиційних паперових варіантів тревелогу, що залишає онлайн-тревелоги в тіні. Зокрема, творчість А. Чапая стала об’єктом зацікавлення літературознавців лише завдяки опублікованим тревелогам, хоч автор і дістав визнання насамперед як блогер. Подорожні нотатки Б. Логвиненка дотепер не досліджувались, адже його твори доступні лише в мережі Інтернет.

Завданням цієї статті є на матеріалі тревел-блогу А. Чапая *Щоденники мотоцикліста* та статей Б. Логвиненка про подорожі Україною простежити специфіку зображення подорожі героя „своїм” простором як шляху до самоідентифікації.

Важливими факторами, які характеризують постмодерну епоху, є глобалізація, мобільність та гомогенізація простору. Із популяризацією туризму подорожування із елітарного заняття небагатьох трансформується у масову

практику. Як зауважує Л. Божко, „нові, гібридні форми мобільності поступово набувають характеру буденності, перетворюючись на культуру повсякдення”<sup>1</sup>. Закцентованість сучасних мандрівників на тілесному вимірі подорожі, прагненні матеріалізувати пам’ять, накопичуючи сувеніри та фотокартки, витісняють внутрішній план мандрівки. Сучасний мандрівець вирушає в подорож не із ціллю духовного росту та самоосягнення, а задля забави: „... його основна мета – це зіткнення з якомога більшою кількістю унікальних речей, продуктів, запахів, видів тварин і рослин і т.д. „Людина, що мандрує” має бажання всотати в себе щонайбільше вражень. І вона готова витратити кошти, щоб ці враження отримати. Саме тому світ перетворився у глобальний парк розваг, де в ролі атракціонів виступають часом дуже неочікувані об’єкти – Аляска, Аушвіц, Біркенау, Антарктида, Вогняна земля і т.д.”<sup>2</sup>. Доступність феномену мандрів нівелює ототожнення подорожі із актом ініціального характеру, а мандрівець відповідно дегероїзується. В добу симулякрів подорожанин віддає перевагу комфорту, а традиційну мандрівку підміняє відпочинок у готелі з місцевим колоритом або ж заздалегідь спланована екскурсія визначними місцями. Як зазначає соціолог З. Бауман, „в світі туриста дивне вже приручено, освоєно і більше не лякає; потрясіння розглядаються в комплексі з безпекою. Це надає світові безмежно покійного, слухняного вигляду стосовно бажань туриста та готовності догодити його примхам”<sup>3</sup>. На думку дослідника, обов’язковою складовою „захисної упаковки”<sup>4</sup> туриста є дім. Сучасний подорожанин зважується покинути зону свого комфорту, розуміючи, що якщо мандрівка не виправдає його очікувань, її можна перервати та повернутися додому. Споживацький підхід до подорожі в сучасному суспільстві суперечить традиційному уявленню про мандрівця як нонконформіста, який виступає проти обивательського укладу життя. Постмодерний мандрівник уникає складнощів подорожі, перемога над якими відображала вищість персони подорожанина та його духовний ріст.

Оскільки „подорож як жанр найсильніше відчуває безпосередній вплив дійсності, різноманітних нелітературних обставин”<sup>5</sup>, загальнодоступність туризму в постмодерному суспільстві знайшла своє органічне вираження в літературі. Потенційний реципієнт мандрівної літератури, якщо і не приміряв на себе роль

---

<sup>1</sup> Л. Божко, *Культурные последствия глобализации: „новые кочевники” и „новые идентичности”* [в:] „Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика”, вып. 28, № 22 (165), 2013, с. 73 (тут і далі переклад із рос. та англ. наш – О. К.).

<sup>2</sup> М. Топчиев, „Человек путешествующий” и индустрия туризма [в:] „Каспийский регион : политика, экономика, культура”, № 3 (32), 2012, с. 263.

<sup>3</sup> Z. Bauman, *From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity* [в:] *Questions of Cultural Identity*, Eds. S. Hall, P. Du Gau, New York 1996, p. 29.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p. 30.

<sup>5</sup> В. Шачкова, „Путешествие” как жанр художественной литературы : вопросы теории [в:] „Филология. Искусствоведение”, № 3, 2008, с. 281.

мисливця за враженнями, може довідатися інформацію пізнавального характеру про об'єкти туристичного зацікавлення із телебачення або ж Інтернету. Подорож у літературі здавна відображала екзистенційні пошуки людини та моделювала її шлях до самої себе. Як заняття поверхове та штучне, масовий туризм не дозволяє читачу разом із героєм пережити процес духовного збагачення та оновлення. Показово, що до твору, в якому відбито туристичний досвід автора, літературознавча критика підходить із заздалегідь сформованою позицією неприйняття. Зокрема, у розвідці *Література блукань* А. Бондарєва, розмірковуючи про особливості тревелогу, відзначає: „Окрім фізичного переміщення тіла в просторі, цей жанр передбачає і метафізичну подорож, в фіналі якої відбувається якщо не дорослішання, то як мінімум мудрішання (як оповідача, так і читача). До того ж головне завдання подорожанина-письменника – не розважити аудиторію, а передати знання (в тому числі – рідкісні відомості). Тому розповідь про те, як весело відпочивати зі сім'єю в Єгипті чи в якому турецькому кафе купувати омарів, тревелогом бути не може”<sup>6</sup>.

У сучасній літературі привабливими для читача постають герої, для яких мандри – стиль життя, а не спосіб цікаво провести вихідні. Антагоністом туриста-споживача виступає так званий „бекпекер (від англ. – „наплічник”) – це подорожанин, який здійснює самостійні подорожі за невеликі гроші, частіше принципово відмовляючись від умов туроператорів”<sup>7</sup>. Нехтуючи послугами туристичних агентств, подорожанин демонструє свій протест проти стандартизації та прагматичності світу. Мандри бекпекера не знають обмежень у часі та просторі, адже він самостійно планує свій маршрут та вирішує, скільки часу провести в тому чи іншому місці. Основна мета його мандрів – „познайомитись із культурою місця”, тому його цікавлять насамперед люди, а не пам'ятки архітектури або ж пейзажі. Відомими в Україні мандрівниками, яких можна ідентифікувати як бекпекерів є Богдан Логвиненко та Артем Чапай. Обидва письменники ведуть свої тревел-блоги, і відповідно їх основною цільовою аудиторією є користувачі мережі Інтернет. А. Чапай першу свою книгу у жанрі тревелог *Авантюра* видав у 2008 році на матеріалі своїх записів у блозі, у 2011 році за цією ж схемою з'явилась друга книга – *Подорож із Мамайотою в пошуках України*. Із текстами Б. Логвиненка наразі можна ознайомитися лише в Інтернеті, зокрема, найбільш повна колекція його подорожніх записів розміщена на офіційному сайті письменника. Письменники подорожують до чужих країн та об'їздили всю Україну.

М. Шульгун пише: „Саме в подорожах найяскравіше висвітлюється базова опозиція моделі світу „своє / чуже”. Подорож в інші землі, країни дає поживу для роздумів оповідачу та читачам про своєрідність, навіть сакральність чи,

<sup>6</sup> А. Бондарєва, *Література скитаний*, <http://magazines.russ.ru/october/2012/7/bo18.html>, [08.01.2016].

<sup>7</sup> Л. Божко, *op. cit.*, с. 74.

навпаки, недоліки своєї землі”<sup>8</sup>. У глобалізованому суспільстві ідентичність індивіда перебуває у постійному становленні, що ускладнює співвідношення опозицій „свій / чужий”. Проте дослідник також зазначає, що протиставлення „свій / чужий” не „властиве для мандрів своєю країною”<sup>9</sup>. Простежмо, чи відображена така опозиція у подорожніх нотатках Б. Логвиненка і А. Чапая.

Герой мандрівних історій Б. Логвиненка, як і подорожанин у блозі А. Чапая, позиціонує себе „громадянином світу”, що відкритий до пізнання нового, відповідно Україна у його баченні постає радше не як рідна країна, а як одна із багатьох інших країн. На противагу подорожанину, який оцінює світ „чужого” через „свій” світ, герой демонструє настанову на культурний плюралізм, який нівелює означення будь-якого простору як „чужого” та відповідно розширює межі „свого”. Так, мандрівець формує збірний образ українців через зіставлення його з іншими націями. Зокрема, ділячись враженнями від знайомства із приємною сімейною парою у записі з красномовною назвою „Качка із хлібом”, Б. Логвиненко нотує: „Люблю простих людей з села в Україні. Вони мені нагадують хороших усміхнених, щирих і гостинних індонезійців”<sup>10</sup>. Опинившись у населеному пункті Заболотів на Західній Україні, герой несподівано для себе переміщається в іншу країну: „...Заболотів якось дивно мене вразив / я відчував себе десь у селі в Польщі вночі / відкриті вітрини магазинів з запаленим світлом, чистота і якийсь затишок невеличкого селища... / дивина, звідки воно взялося? тут то... / я недовго йшов уперед, мені було знову добре...”<sup>11</sup>. Також опосередковано зображає українців у своєму тревел-блозі А. Чапай: „Сором’язливість – але тут же запросто поділитися приватним із незнайомою людиною. У Першому світі це було б малоімовірно. Як я колись писав уже, мені українці більше схожі на латиноамериканців”<sup>12</sup>. Як бачимо, подорожани не обмежуються пізнанням світу крізь призму української культури, що дозволяє визначити їх як носіїв мультикультурної ідентичності. Таким чином, подорож індивіда із транскультурною ідентичністю всередині своєї країни трансформує співвідношення у парі „свій / чужий”.

Національна ідентичність в умовах культурного багатоманіття ґрунтується на відношенні „Я – Інший”. Водночас постійне перебування у сфері впливу „Іншого” та, як наслідок, розмивання концепту „дому” грозить втраченою мандрівцем тривкої ідентичності. Як слушно зазначає З. Бауман, для

<sup>8</sup> М. Шульгун, *Современная литература путешествий: актуальные проблемы исследования* [в:] „Наукові записки Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди”, вип. 3 (1), 2013, с. 169.

<sup>9</sup> *I d e m*, *Проблема жанровой и метажанровой специфики путешествий* [в:] „Русская литература. Исследования”, вып. 16, 2012, с. 156.

<sup>10</sup> Офіційний сайт Б. Логвиненка, <http://logvynenko.com>, [04.01.2016]

<sup>11</sup> *Ibidem*.

<sup>12</sup> Блог А. Чапая, <http://texty.org.ua/pg/blog/chapeye>, [05.01.2016]

постмодерного подорожанина „туга за домом означає мрію – належати до певного місця; мрію не просто бути „в”, а бути „із”, адже „цінність дому полягає саме в його здатності завжди залишатися в майбутньому часі”<sup>13</sup>. Дім мислиться мандрівцем як категорія змінна: подорожанин налаштовується на активну взаємодію із новими людьми та культурами, що знімає сакральні відношення між ним та чужим простором і відповідно актуалізує подорож як спосіб пошуку свого місця у світі. Дім для мандрівника – місце відправлення, точка відліку нової подорожі: „ми їхали знов дууже повільно і в їхали в Київ через Бровари / на Лівобережжі я вийшов, о, Київ. / „я вернувся домів”, але в голові вже прокручувалась подорож з ДагаДаною...”<sup>14</sup>. Мандрівка змушує покинути домівку та виштовхує із зони комфорту, проте саме завдяки випробуванням в дорозі починається усвідомлення мандрівником цінності дому: „Вчора 244 км, нині тільки 140, досить! Так цінуєш поняття ДІМ, приїхавши мокрий і змерзлий:) Батьки друга відіграли зеленим борщем, дуже гостинні. Так хороше...”<sup>15</sup>.

О. Ганіна відзначає, що „повсякдення і подорож – два різних модули людського існування”<sup>16</sup>. Зображаючи мандри героїв Україною, Б. Логвиненко та А. Чапай формують відмінний від буденного погляд на „свій” простір. Вступаючи у діалог зі „своїм” як із „іншим”, герой творить образ України, який може суперечити загальновідомим автообразам чи гетерообразам українців, що наближає мандрівника до своєї ідентифікації.

Б. Логвиненко реалізує пізнання „свого” як „іншого”, оприявнюючи українські реалії крізь призму бачення іноземця. Окрім того, що письменник об’їздив всю Україну автостопом, він багато подорожував в її межах, займаючись культурно-просвітницькою діяльністю. Зображаючи свій перший досвід організації туру чеського музичного гурту „DVA” по Україні, Б. Логвиненко акцентує увагу на враженнях Яна та Бари – солістів групи та Мірвіса – саунд-інженера від знайомства із невідомою їм країною. Герой заново відкриває для себе Україну, чому сприяє так званий ефект „одивнення”: „Я багато відповідав на їх питання, на кшталт „Чому такі хороші люди вибрали президента-зека?” чи „Чому в Україні всі так небережно ставляться до цифр?” Йшлося про час, гроші, умови і райдери. У жодному місті умови, які прийняли самі організатори, не були виконані на 100 %”<sup>17</sup>; „– Чому уся Україна – це суцільні шлагбауми? – питав мене Ян. Я теж про це часто думав”<sup>18</sup>. На відміну від чеських музикантів, герой, будучи тутешнім, реагує на реалії української дійсності спокійно: „Я бачив переляк і о\*\*\*\*\* в їх шести чеських очах, інакше не

<sup>13</sup> Z. Вауман, *op. cit.*, p. 30.

<sup>14</sup> Офіційний сайт Б. Логвиненка, *op. cit.*

<sup>15</sup> Блог А. Чапая, *op. cit.*

<sup>16</sup> О. Ганіна, *Событие путешествия в пространстве повседневного* [в:] „Вестник СамГУ”, № 5 (71), 2009, с. 3.

<sup>17</sup> Офіційний сайт Б. Логвиненка, *op. cit.*

<sup>18</sup> *Ibidem*.

скажеш, для мене, українця, це сприймалося значно простіше, буденніше, легше”<sup>19</sup>. Спостерігаючи за нерозумінням гостями ситуацій, які українцем сприймаються звично та не викликають подиву, герой усвідомлює культурний бар’єр, який стоїть між ними, що сприяє усвідомленню мандрівником своєї включеності в український культурний простір: „Мені найважче було пояснити чехам, як найбільший україно-польський прикордонний пункт може зупинитися в роботі тільки через те, що „приїхало начальство”...”<sup>20</sup>.

Подорож у тревел-блогі А. Чапая відбиває процес ініціації героя. Мандрівець розуміє: по-справжньому пізнати Україну та ідентифікувати себе як українця можливо лише через формування індивідуального образу свого народу: „Як і усі, ми їздили по Україні в різні точки – від міста в місто, в Крим, Карпати; різні великі міста й окремі невеличкі бачили всі. Але яка Україна в цілому, які українці від заходу до сходу – я, чесно кажучи, так і не знаю”<sup>21</sup>. Хоча він стверджує, що не знає, якими є українці – запевняє: його уявлення точно не будуть негативними: „...чомусь багато із думок про „наш народ”, які я чув, були доволі негативні. Але я щиро спробую ставитися до простих людей із максимальною симпатією”<sup>22</sup>. Мандрівник планує свій рух від витіснення негативного етнообразу українців до усталення національної ідентичності через побудову ідеалізованого автообразу. На його думку, по-справжньому пізнати країну можна лише із позиції чужинця. Людина як національний феномен цікавить подорожанина насамперед в ситуації порозуміння з незнайомцем: „Писати тут багато нема про що – оскільки Черніговом ми гуляли з добрими друзями, а не спілкувалися з людьми”<sup>23</sup>. Важливим для нього, зокрема, постає процес першого контакту, який слугує показником відкритості народу: „Спершу тебе зустрічають із сумішшю недовіри та цікавості, зрідка навіть із домішкою неприязні – проте значно частіше з іронією, за якою, схоже, ховається сором’язливість. Але досить кілька промовлених щирим тоном слів – і, якщо тільки ти сам не мізантроп, уже можеш розраховувати на певну дружність і навіть обмежену дозу довіри. Принаймні, такі перші асоціації, коли починаєш замислюватися над тим, „які українці?””<sup>24</sup>. Таким чином, герой тревел-блогу А. Чапая дистанціюється від України як сфери повсякдення через пізнання національного характеру українців у паралелі „незнайомець – незнайомець”.

Опозиція „свій / чужий” знаходить своє вираження у тревелогах Б. Логвиненка та А. Чапая на рівні побудови та розвінчання стереотипів. За Даніелем-Анрі Пажо, „стереотип – це свого роду аббревіатура, ущільнена форма, резюме, емблематичне вираження культури, ідеологічної та культурної системи. Він

<sup>19</sup> *Ibidem.*

<sup>20</sup> *Ibidem.*

<sup>21</sup> *Блог А. Чапая, op. cit.*

<sup>22</sup> *Ibidem.*

<sup>23</sup> *Ibidem.*

<sup>24</sup> *Ibidem.*

установлює специфічний тип відносин між явищами культури й суспільством, висуваючи зовнішній атрибут до рангу смислової одиниці”<sup>25</sup>. Національні стереотипи можуть як бути позитивно маркованими, так і негативними та репрезентувати уявлення про „своїх” (автостереотип) та „чужих” (гетеростереотип). Дослідники, зокрема, стверджують, що в переважній більшості автостереотипи зазвичай позитивні, на відміну від гетеростереотипів, які можуть бути негативними і позитивними, що переважно визначається відносинами між етносом, частиною якого є суб’єкт, що продукує стереотип, та нацією, котра стала об’єктом сприймання.

Довгі роки бездержавності, роздробленості країни та асиміляції українців стали плідним матеріалом для культивування стереотипів про культурну прірву між жителями Сходу та Заходу України. Вони відбивають думки українців культурної спільноти Заходу про українців Сходу, про себе як їх антагоністів та навпаки. Умовно стереотипи про українців свого регіону („своїх”) варто розглядати як автостереотип, а стереотип про українців по інший бік Дніпра – як гетеростереотип („чужих”), оскільки він втілює бачення „свого” як „іншого”.

Герой у тревел-історіях Б. Логвиненка, будучи киянином, як і наратор блогу А. Чапая, що позиціонує як свій дім Коломию, репрезентують свою культурну свідомість як співзвучну культурі українців Заходу, проте кожен із них втілює свою стратегію побудови національної ідентичності.

Герой Б. Логвиненка формує свою національну ідентичність через утвердження приналежності до регіональної культури та пропагування негативних стереотипів про українців Сходу як носіїв ворожого світогляду. Він вирушає на Схід України із стійкими уявленнями про тамтешніх українців як про агресивно налаштованих українофобів, апологетів російської мови та культури. При цьому подорожанин навіть не намагається піддати сумніву цей стереотип та підійти до пізнання Сходу незаангажовано: „у дніпропетровську я вийшов і зайшов у маршрутку до краю міста / коли я зайшов мене затисли одразу ж, з одного боку водій, з іншого – якийсь пасажир / вони штурхали мене за великий рюкзак, коли я почав його знімати одразу ж на вході / водій почав шось бурчати як галіме чмо на пенсії, / я пішов далі і мене штурхнула в бік ще якась льотка / я почувався в справжньому руссескому гораде / не хотілося нікого навіть нічо питати, я знав, як зараз сприйметься ще й моя українська / в цьому пекельному транспорті, / пекельно привітному місті, хотілося провести якомога менше часу)”<sup>26</sup>. Подорожанин відмежовується від контактів із представниками Східної України, не виявляючи бажання руйнувати свої переконання про тамтешніх мешканців чи переконувати когось у своїй правоті: „в донецьку

<sup>25</sup> Д. Пажо, *Від культурних кліше до імажинарного*, пер. В. Баняса [в:] *Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми*, ч. II. „Літературна компаративістика”, вип. IV, 2011, с. 404.

<sup>26</sup> Офіційний сайт Б. Логвиненка, *ор. cit.*

трапилась вельми цікава історія / організатори конференції поселили мене в якогось чувака, / вибач чувак, якщо ти це прочитаєш, звісно / перше його питання стосувалось моєї мови, і друге, здається, теж) / тому навіть забиваючи на різні стереотипи, розмова ну ніяк не клеїлась”<sup>27</sup>. Подорожанин популяризує стереотип про несхожість українців Заходу та Сходу також, репрезентуючи його як особисті міркування іноземців: „всередині сиділи хлопець з дівчиною, які зразу ж звернулись англійською / німці, працюють в Україні, він, точніше, працює, вона приїхала до нього на канікули, / збираються в Грузію. він працює вже 3 роки і на заході українці йому подобаються більше, / аніж на сході. хм”<sup>28</sup>.

А. Чапай прямує до своєї національної ідентичності, представляючи подорож як засіб інтеграції народу та відкидаючи внутрішні стереотипи як перешкоду для побудови цілісного автообразу українців. Здійснивши мандрівку Україною, герой переконується, що оптимальним способом руйнування стереотипів постають безпосередні зв’язки між жителями різних регіонів: „Як правило, хто їздив і сам мав контакти, у тих зникає протистояння”. Зокрема, яскравими прикладами цього спостереження постають колоритний далекобійник Валера з Артемівська, який не ділить Україну на Схід і Захід, адже вважає, що „українцы, они, бл\*дь, и в Африке украинцы. А эти пид\*расы наверху начинают: запад, восток...”<sup>29</sup> та мама знайомої героя – вчителька української мови у Роздольному, яка поділилася, „як у 1993-ому за сприяння Руху пожили в сім’ях у селах на Франківщині” і тепер „захищає, коли тут дехто, надивившись ТБ, починає гнати на „бандер”<sup>30</sup>.

Основним фактором, який виступає підґрунтям для пропагування національних стереотипів в Україні, є мова. Герой А. Чапая, обізнаний із мовною ситуацією на Лівобережжі посередництвом стереотипів, відвідавши різні куточки України, із приємністю виявляє, що російська мова там хоч і домінанта, проте в селах та маленьких містечках українська мова зовсім не є рідкістю: „Проїхали Короп. [...] А тут теж доволі чиста українська мова. Де ж російська? :)”<sup>31</sup>. Герой тревел-блогу також розвінчує стереотип про Донбас як похмурий промисловий край: „Індустріальним Донбасом тут – 25 км від Луганська – і не пахне. Поволі тече Сіверський Донець, православ’я і благодать, сіно і тирса, пташки і все повільне, вузька дорога під аркою дерев (акації, здається) – це радше асоціюється з російською глибинкою ще за царя. Навіть хати – ізби”<sup>32</sup>. Відверто радіє оповідач, руйнуючи стереотип про ненависть українців із Східної України до жителів Заходу: „Ура, істерія з „синіми” і „помаранчевими” минула – всі

<sup>27</sup> *Ibidem*.

<sup>28</sup> *Ibidem*.

<sup>29</sup> Блог А. Чапая, *op. cit.*.

<sup>30</sup> *Ibidem*.

<sup>31</sup> *Ibidem*.

<sup>32</sup> *Ibidem*.



до мене дружні, хоч і впізнають франківські номери”<sup>33</sup>. Подорож дозволила герою зробити висновок: українці – єдині, адже, незважаючи на мову, якою вони спілкуються, це щирі люди, які понад усе прагнуть, щоб влада прислухалася до їх потреб, а не замилювала очі міфами про їх різність.

Таким чином, процеси глобалізації сприяють стиранню культурних відмінностей між націями, нівелюють їх своєрідність. Одним із способів утвердження національної ідентичності виступає подорож. У своїх онлайн-тревелогах Б. Логвиненко та А. Чапай відображають мандрування героя Україною як шлях до усвідомлення своєї включеності до української культури. Будучи носіями транскультурної ідентичності, подорожани пізнають Україну як одну із країн світу, що деформує опозицію „свій / чужий”, де „своє” сприймається посередництвом „чужого”. Герої уможливають перевідкривання своєї країни через ефект „одивнення”. Так, мандрівець у тревел-історіях Б. Логвиненка трансформує погляд на „своє” як на „інше”, сприймаючи Україну очима іноземця, а А. Чапай дистанціюється від України як сфери повсякдення, формуючи свої уявлення про українців у паралелі „незнайомець – незнайомець”. Онлайн-тревелогі авторів також слугують сферою поширення та відкидання стереотипів. Герой-мандрівник Б. Логвиненка прямує до своєї національної ідентифікації, утверджуючи свою приналежність до культури Західної України шляхом утвердження негативних стереотипів про українців Сходу, на відміну від подорожанина тревел-блогу А. Чапая, який уможливує віднаходження своєї національної ідентичності у руйнуванні стереотипів про протистояння українців Сходу та Заходу.

## ЛІТЕРАТУРА

- Блог А. Чапая, <http://texty.org.ua/pg/blog/chapeye>, [05.01.2016]
- Божко Л., *Культурные последствия глобализации: „новые кочевники” и „новые идентичности”* [в:] „Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика”, вып. 28, № 22 (165), 2013, с. 73–78.
- Бондарева А., *Литература скитаний*, <http://magazines.russ.ru/october/2012/7/bo18.html>, [08.01.2016].
- Ганина О., *Событие путешествия в пространстве повседневного* [в:] „Вестник СамГУ”, № 5 (71), 2009, с. 3–8.
- Офіційний сайт Б. Логвиненка, <http://logvynenko.com>, [04.01.2016]
- Пажо Д., *Від культурних кліше до імажинарного* [в:] *Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми*, ч. II, „Літературна компаративістика”, вип. IV, 2011, с. 396–430.
- Топчиев М., *„Человек путешествующий” и индустрия туризма* [в:] „Каспийский регион : политика, экономика, культура”, № 3 (32), 2012, с. 266–267.

<sup>33</sup> *Ibidem*.

- Шачкова В., „Путешествие” как жанр художественной литературы : вопросы теории [в:] „Филология. Искусствоведение”, № 3, 2008, с. 277–281.
- Шульгун М., *Проблема жанровой и метажанровой специфики путешествий* [в:] „Русская литература. Исследования”, вып. 16, 2012, с. 141–159.
- Шульгун М., *Современная литература путешествий: актуальные проблемы исследования* [в:] „Наукові записки Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди”, вип. 3 (1), 2013, с. 166–175.
- Bauman Z., *From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity* [в:] *Questions of Cultural Identity*, Eds. S. Hall, P. Du Gau, New York 1996, p. 18–36.

### **TRAVELLING BY “OWN” SPACE AS THE WAY OF NATIONAL IDENTITY CONSTRUCTION (A STUDY OF B. LOHVYENKO AND A. CHAPAI’S ONLINE-TRAVELOGUES)**

The article attempts to analyse B. Lohvynenko’s and A. Chapai’s online-travelogues. The specificity of the character-traveller endowed with the transcultural identity within the boundaries of their country under the conditions of globalized society has been traced. The occurrence of the opposition “own / strange” in the wanderings of B. Lohvynenko and A. Chapai has been investigated. Other ways of construing travellers’ national identity have been shown. The formation of the traveller’s national identity in B. Lohvynenko’s travelogue by means of national stereotypes cultivation has been analysed. Moreover, the construction of the character’s identity in A. Chapai’s travel-blog by the destruction of stereotypes has been considered.

**Key words:** online-travelogue, travelling, “own / strange”, national identity, stereotype, B. Lohvynenko, A. Chapai.