

**В. БЫВШИХ,**  
*студент*

*Хакасского государственного университета  
имени Н.Ф. Катанова  
г. Абакан, Россия*

© В. БЫВШИХ  
*Научный руководитель – ассистент*  
**О. А. Вольф**

**О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОГРАММЫ «ЗАГАДОЧНАЯ ХАКАСИЯ»)**

*Аннотация.* Научный и практический интерес к направлению «трэвел-журналистика» в последнее время растет. В статье выдвигается тезис о том, что к направлению трэвел-журналистики можно отнести некоторые виды телепрограмм, сюжет которых основан на непродолжительных путешествиях внутри определенного региона. Для создания трэвел-материалов не обязательно ездить в другую страну. Опираясь на классификации целей трэвел-журналистики и типов трэвел-текстов, автор анализирует выпуски программы «Загадочная Хакасия» и обосновывает понятие «региональная трэвел-журналистика».

*Ключевые слова:* трэвел-журналистика, путешествие, телепрограмма.

*Abstract.* Nowadays scientific and practical interest to the travel-journalism grows. The thesis of this article describes that it is possibly to include some types of television programs to the travel journalism. Plots of these programs should be based on short journeys within a particular region. It isn't necessarily go to another country to create a travel-materials. The author of this article analyzes "The Mysterious Khakassia" program and justifies the definition of "Regional Travel Journalism", the author is based on the classification of the purpose of travel journalism and types of travel-texts.

*Keywords:* travel journalism, journey, television program.

Трэвел-журналистика в настоящее время является активно развивающимся направлением. В условиях растущего спроса на путеше-

ствия складывается тенденция к увеличению интереса массовой аудитории к контенту различных массмедиа, связанному с туризмом.

Современная телевизионная журналистика идет навстречу зрителю, производя все новые виды трэвел-программ. По свидетельству Е.П. Почкай, «благодаря выразительным аудиовизуальным характеристикам передачи о путешествиях являются популярными у зрителей» [6, с. 27]. Развитию трэвел-журналистики способствуют не только федеральные, но и некоторые региональные каналы, выпускающие материалы, которые по ряду признаков можно отнести к трэвел-журналистике.

Актуальность научного изучения региональных программ о путешествиях обусловлена необходимостью определения жанровых и тематических границ трэвел-журналистики, а также растущей значимостью указанного направления в системе современных средств массовой информации и коммуникации.

В настоящее время в научной литературе и журналистской практике для обозначения материалов о путешествиях используются термины «трэвел-журналистика», «журналистика о путешествиях / журналистика путешествий» и «туристическая журналистика»; вопрос о соотношении данных понятий остается открытым.

Большинство исследователей употребляют перечисленные термины в качестве синонимов. Например, в работе С.Ю. Лучинской, изучающей журналы-травелоги на российском медиарынке, несколько таких понятий встречаются в одном контексте: «Осенью 2006 года издательский дом «Independent Media Sanoma Magazines» приобрел лицензию на выпуск уникального научно-популярного географического журнала «National Geographic», начав, таким образом, осваивать перспективное направление, связанное с изданием журналов-травелогов (*здесь и далее курсив наш – В.Б.*), или журналов путешествий» [2, с. 86].

В статье об этапах становления туристической прессы Ю.В. Ростовская и Н.Г. Витковская дифференцируют понятия «путешествие» и «туризм», однако термины «трэвел-журналистика», «журналистика путешествий» и «туристическая журналистика» используют как синонимы: «Возникает журналистика *путешествий* или, как ее называют иначе, *трэвел-журналистика*. <...> Рождение нового направления журналистики обусловило появление особого вида прессы – *туристической прессы*». Под этим термином подразумевается совокуп-

ность журналов, газет и других периодических изданий, основной тематикой которых являются туризм и путешествия» [8, с. 308].

Следует заметить, что большинство сайтов, посвященных путешествиям и туризму, различают указанные понятия, обозначая туризм как частный случай путешествий, имеющий «четкие ограничения, характеристики и множество определений в понятийном смысле. В отличие от путешествия туризм – категория, испытывающая сильное влияние экономики и обладающая дуализмом (двойственностью) внутренней природы явления, так как туризм – это и особый, массовый, род путешествий, и деятельность по организации и осуществлению этих путешествий» [9]. Подобные определения дают основания полагать, что туристическая журналистика имеет некоторую специфику внутри системы трэвел-направления, обусловленную экономическими факторами, то есть носит в большей степени потребительский характер.

Не ставя целью настоящей работы анализ и дифференциацию терминов, применяющихся в журналистике для названия материалов, относящихся к путешествиям, отметим, что, употребление понятий «трэвел-журналистика» и «журналистика о путешествиях / журналистика путешествий» в качестве синонимов, на наш взгляд, целесообразно и оправданно, так как в данном случае функционируют слова, совпадающие по значению, одно из которых является заимствованным. Что касается термина «туристическая журналистика», то он, по нашему мнению, должен использоваться в более узком смысле, обозначая потребительский подвид журналистики о путешествиях.

Принято считать, что к трэвел-журналистике относятся материалы, которые направлены на освещение путешествий в другую страну. Эту точку зрения подтверждает определение трэвел-текста, предложенное Т.Ю. Редькиной: это «такой тип текста СМИ, который появляется в результате совершенного автором путешествия (этот признак отражен в самом термине) и представляет иную страну в совокупности характерных признаков <...>: географическое положение, природный мир, народ, язык, нравы, обычаи и традиции, история и культура, государственное устройство и общественно-политическая ситуация» [7, с. 210].

Между тем, термин «путешествие» может относиться не только к перемещениям в другую страну. В словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой путешествие определяется как «поездка или передвижение пешком по каким-н. местам, странам (обычно для ознаком-

ления или отдыха)» [3, с. 588]. Из определения следует, что путешествие не всегда должно быть продолжительным, далеким, а значит, для создания трэвел-программы не обязательно посещение другой страны.

Сравним дефиницию Т.Ю. Редькиной с тем, как определяет трэвел-журналистику И.В. Показаньева: «это особое направление журналистики, которое предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии и другие» [5].

На наш взгляд, определение И.В. Показаньевой можно считать более точным, так как практика показывает, что трэвел-журналисты не обязательно делают объектами своих произведений другие страны. В любой стране, имеющей многонациональный состав населения, независимо от величины ее территории и количества граждан, возможно существование трэвел-журналистики, в задачи которой должно входить своеобразное «знакомство» представителей различных культур, относящихся друг к другу как к «иным». Примерами таких программ в России могут служить «Моя планета. Путешествия по России» (ВГТРК) и «Хорошо там, где мы есть!» (НТВ).

В данной работе мы рассмотрим региональные телевизионные трэвел-материалы, в основе которых не лежат продолжительные и зарубежные путешествия. Мы считаем, что телевизионную программу можно относить к трэвел-направлению, если она отражает культурную, историческую и социальную специфику описываемого географического объекта, а также, если в цели программы входит обучение, развлечение или помощь аудитории.

В зависимости от преобладания в коммуникативных намерениях авторов передачи одной из указанных целей И.В. Показаньева выделила документальный, развлекательный и потребительский характер телевизионных трэвел-программ: «В документальном режиме программа обращается к телезрителю как к познающему субъекту. Задача программы – информировать, просветить зрителя. <...> В развлекательном режиме ведущий предлагает телезрителю досуговое телевидение, с его широким спектром развлекательных жанров – от кулинарных трэвел-программ до игровых и реалити-шоу. <...> В потребительском режиме программа обращается к зрителю как к «потребителю». Коммуникативное намерение программы – вдохновить телезрителя на путешествие, т. е. развлечь и дать прикладную информацию о месте назначения» [5].

Жанровую дифференциацию программ о путешествиях можно произвести в соответствии с классификацией Дж. Гринмана, который выделил следующие разновидности трэвел-материалов:

1. «новостные» трэвел-тексты – это информационная, исследовательская журналистика по тематике путешествий и туризма;

2. Тексты-«инструкции» представляют примеры досуговой журналистики. В таких текстах подается информация, которую можно использовать в путешествии: где остановиться, где поесть, куда ходить и т. д.;

3. В «дестинационных» трэвел-текстах внимание акцентируется на местах, где происходят путешествия. В таких текстах среда не просто является фоном для путешественника-отдыхающего, а субъектом повествования. В дестинации постоянно что-то происходит – эта среда создает условия для развития истории <...>;

4. «приключенческий» текст содержит определенную хронологию, некую героическую композицию, эпический сюжет; в истории есть прогресс. Герой/автор преодолевает определенные трудности, выдерживает испытания и достигает цели» (Цит. по [4]).

Традиция подготовки трэвел-программы сложилась таким образом: автор отправляется за информацией в другую страну, рассчитывая, что целевая аудитория конечного продукта – его сограждане. Мы проанализировали другую схему: ведущий рассказывает об истории, географических особенностях, культуре, традициях, быте и т. п. места его настоящей локации, а целевая аудитория – люди, не только отдаленные от описываемого географического пространства, но и те, кто хочет знать историю, культуру, географию места, где они живут.

Рассмотрим выпуски программы «Загадочная Хакасия», которые вышли в эфир Республиканской Телевизионной Сети (РТС) в период с 1 января по 1 июля 2015 года.

«Загадочная Хакасия» – это «краеведческий проект о малоизвестных страницах истории Хакасии, древних памятниках, загадочных артефактах, таинственных пещерах и пр. Передача интересна для тех, кто хочет знать больше об истории и культуре своего родного края» [1]. Периодичность программы – раз в неделю (каждая среда), хронометраж – 10 минут. Автором и ведущим является Михаил Мерзликин.

В исследуемый период в эфир РТС и на официальном сайте холдинга вышел 21 выпуск программы «Загадочная Хакасия» (выпуски № 45–65). Каждая передача, относительно небольшая по хро-

нометражу, представляет собой законченный по полноте раскрытия определенной темы выпуск.

В круг тем рассматриваемых программ вошли археологические раскопки (№ 45), религия (№ 46), исторические памятники (№№ 47, 48, 53, 58, 61, 63), медицина (№ 49), быт (№№ 50, 65), оружие (№ 60), праздники (№№ 52, 56), природные особенности (№№ 53, 58, 61, 63, 64), культура (№№ 54, 55), язык (№ 59), кухня (№ 62), музеи (№№ 61, 63, 65), мифы и легенды (№№ 51, 57, 58, 63, 64) – все то, что может служить наполнением стандартной трэвел-передачи. Можно заметить, что темы перекликаются, происходит косвенная отсылка к другим выпускам, несмотря на полную автономность каждой программы.

Из проанализированных выпусков 9 мы отнесли к трэвел-журналистике (№№ 47, 48, 50, 53, 58, 61, 62, 63, 65). Эти программы являются приглашением к посещению интересных мест Хакасии не только туристами из других регионов и стран, но и местными жителями. Первоначальная задача программы – призвать своих земляков путешествовать по родному краю.

Выпуски передачи «Загадочная Хакасия», отнесенные нами к трэвел-журналистике, преследуют, в основном, цели обучить аудиторию и помочь ей. Таким образом, эти программы чаще носят документальный (№№ 47, 48, 50, 53, 58, 61, 62) и потребительский характер (№№ 50, 53, 61, 63, 65) по классификации И. В. Показаньевой; в трех выпусках наряду с указанными режимами присутствуют развлекательные компоненты (№№ 50, 62, 65).

Кроме того, анализируемые программы могут быть отнесены к таким типам трэвел-текстов, выделяемым Дж. Гринманом, как новостные (№№ 47, 48, 50, 53, 58, 61, 63, 65) и тексты-«инструкции» (№№ 48, 50, 53, 58, 61, 62, 63, 65).

Например, выпуск № 48, вышедший в эфир 25 февраля 2015 года, знакомит зрителя с Бельтырским изваянием – трехликой каменной стелой, относящейся к памятникам афанасьевской археологической культуры

([http://tvrts.ru/index.php?module=tv&action=current&id=35&set\\_id=1225&PHPSESSID=7a5to71mcjft3hc4tht8s1hd02a5afhh](http://tvrts.ru/index.php?module=tv&action=current&id=35&set_id=1225&PHPSESSID=7a5to71mcjft3hc4tht8s1hd02a5afhh)).

Данная программа по классификации И.В. Показаньевой относится к документальным, так как журналист дает зрителю определенные знания, просвещает его. Аудитория получает географические, исторические сведения, подкрепленные архивными фото, цитатами

специалистов, очевидцев и, конечно, экспертов (краеведов и научных сотрудников музеев).

По классификации Дж. Гринмана анализируемый выпуск можно отнести к новостным трэвел-текстам и текстам-«инструкциям». Как новостной он информирует зрителей и расследует заданную тему, как инструкция дает подробное описание проезда посредством анимационной карты и устного объяснения расположения Бельтырского изваяния, что служит для лучшего понимания зрителями географии описываемой местности и маршрута съемочной группы.

Для такого выпуска важна не отдаленность путешествия, а уникальность поданной информации. Так, краевед с Бельтырского Виталий Чучунов акцентирует внимание на том, что с рассматриваемым объектом знакомы немногие. Автор передачи по ходу программы задает вопросы, на которые постепенно находит ответы, знакомит аудиторию с разными мнениями, конкретными фактами, обращает внимание зрителя на уникальность того, о чем говорит.

Интересной особенностью является обилие хакасских слов в терминах, номинациях. Это не мешает восприятию тех, кто не знает хакасский язык – язык титульного этноса Республики Хакасия, потому что автор предусмотрительно дает перевод и объяснение. По нашему мнению, это способ передачи колорита местности.

Выпуск не лишен назидательности: в целях воспитания местного населения ведущий говорит о незащищенности культурного объекта, об актах вандализма.

Темой выпуска «Загадочная Хакасия» № 62, который вышел в эфир 3 июня 2015 г., стала хакасская национальная кухня ([http://tvrts.ru/index.php?module=tv&action=current&id=35&set\\_id=1462&PHPSESSID=7a5to71mcjft3hc4t8s1hd02a5afhh](http://tvrts.ru/index.php?module=tv&action=current&id=35&set_id=1462&PHPSESSID=7a5to71mcjft3hc4t8s1hd02a5afhh)).

Программа дает ответ на вопрос о том, как и чем питались и питаются хакасы. Зрители знакомятся с традиционными национальными блюдами. Съемка программы происходит на территории музея под открытым небом «Усть-Сос», расстояние до которого от столицы Республики Хакасия составляет более 150 км.

Если рассматривать данный выпуск, опираясь на классификацию И.В. Показаньевой, то можно определить его как:

– документальный, т. к. зритель получает большой объем ранее неизвестной информации, причем не из закадрового текста, а от специалистов музея под открытым небом «Усть-Сос»;

– развлекательный, потому что автор программы воссоздает картину древнего быта хакасского народа (съемки проходят в юрте (хакасской избе), сотрудники музея одеты в национальные костюмы, звуковым фоном служит хакасская народная музыка).

Анализируемый выпуск можно отнести к текстам-«инструкциям» по классификации Дж. Гринмана, так как аудитория получает информацию, которая обязательно пригодится во время путешествия по Хакасии: дается перечень основных национальных блюд, которые сможет попробовать путешественник, также автор программы рассказывает зрителям о работе и местонахождении музея под открытым небом «Усть-Сос».

Экспертами в данном выпуске выступают сотрудники музея. Они знакомят аудиторию с рецептами хакасских блюд (талган, айран, пахта и др.), показывают технологию приготовления кушаний и напитков, представляют необходимую для этого утварь. Из выпуска про кухню коренного народа Хакасии зритель узнает и другую, смежную информацию: быт, мифы и легенды, обычаи приема пищи, традиции гостеприимства хакасов.

Проанализировав программу «Загадочная Хакасия» за первое полугодие 2015 года, мы можем сделать вывод о том, что 9 выпусков указанной передачи можно отнести к трэвел-журналистике. Об этом позволяют говорить следующие признаки:

1. Основой сюжета становится непродолжительное путешествие, в ходе которого происходит знакомство зрителей с традициями, бытом, историей и т.п. представителей иной культуры.

2. Цель данных выпусков – обучение, развлечение или помощь целевой аудитории; передачи носят документальный, развлекательный или потребительский характер по классификации трэвел-программ И.В. Показаньевой.

3. Все проанализированные выпуски можно отнести к определенным типам трэвел-текстов, выделенных Дж. Гринманом, что позволяет говорить о их жанровой дифференциации в рамках направления «трэвел-журналистика».

Несмотря на то, что региональные трэвел-программы не предусматривают длительных и затратных путешествий, они могут быть отнесены к исследуемому направлению, так как рассказывают местному населению и потенциальным путешественникам из других регионов страны и мира о культурной, исторической и социальной специфике определенного географического объекта.

### *Литература:*

1. Загадочная Хакасия: программа [Электронный ресурс] // Сайт Республиканской Телевизионной Сети. – URL: <http://tvrts.ru/index.php?module=tv&action=current&id=35&PHPSESSID=7a5to71mcjft3hc4tth8s1hd02a5afhh>, дата обращения – 04.11.2015.
2. Лучинская, С.Ю. Журналы-травелоги на российском медийном рынке / С.Ю. Лучинская // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2008. – № 3. – С. 85–87.
3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: ООО «А ТЕМП», 2013. – 874 с.
4. Показаньева, И.В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике [Электронный ресурс] / И.В. Показаньева // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. – 2014. – № 8 (10). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1529>, дата обращения – 05.11.2015.
5. Показаньева, И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства [Электронный ресурс] / И.В. Показаньева // Медиаскоп. – 2013. – № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385>, дата обращения – 04.11.2015.
6. Почкай, Е.П. Варианты реальности в путешествиях на телеэкране / Е.П. Почкай // Познание стран мира: история, культура, достижения. – 2014. – № 4. – С. 26–34.
7. Редькина, Т.Ю. Средства реализации развлекательной функции в трэвел-тексте [Текст] / Т.Ю. Редькина // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2011. – Вып. 4. – С. 210–218.
8. Ростовская, Ю.В. Туристическая пресса: этапы становления [Текст] / Ю.В. Ростовская, Н.Г. Витковская // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 2 (18). – С. 306–316.
9. Туризм: статья [Электронный ресурс] // Сайт «Менеджмент туризма». – URL: [http://www.vfmgiu-tourism.ru/osnovnye\\_ponyatiya\\_i\\_opredeleniya\\_turizma\\_234/turizm\\_236/index.html](http://www.vfmgiu-tourism.ru/osnovnye_ponyatiya_i_opredeleniya_turizma_234/turizm_236/index.html), дата обращения – 15.11.2015.