

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика

Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко
« 11 » 06 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Журналистика путешествий на ТВ и во влогах YouTube (на примере программы Ж. Бадоевой «Жизнь других» и проекта А. Птушкина)

Исполнитель
студент группы 790-об



В.В. Попкова

Руководитель
доцент, канд. филос. наук

 18.06.2021

Н.В. Калинина

Нормоконтроль

 18.06.2021

А.Г. Сайфулина

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

И Е.Г. Иващенко
подпись И.О. Фамилия

« 07 » 09 2020 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Полковай Вера Владимировна

1 Тема выпускной квалификационной работы Журналистика и журнализм на ТВ и во
выполн. Чаи Губс (на примере проработки ИС Багдасарян, Ткачьева Юрия и проекта А. Пушкинко)
(Утверждено приказом от 24.05.2020 г. № 107/2020)

2 Срок сдачи студентом законченной работы 17.06.2021

3 Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4 Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих проработке во-
просов):

Глава 1: Теоретические подходы к изучению журналистики и журнализма на ТВ и Чаи
Глава 2: Анализ темы журналистика и журнализм на примере программы ИС Багдасарян
и проекта Юрия Ткачьева и авторского проекта А. Пушкинко
Заключение, библиографический список, приложения А, приложение Б

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных
продуктов, иллюстрированного материала и т.п.):

Таблица (Приложение А, приложение Б)

6 Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним
разделов)

7 Дата выдачи задания 07.09.2020

Руководитель выпускной квалификационной работы Кашкина Н.В. доцент кафедры
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 07.09.2020
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 74 с., 2 рисунка, 52 источника, 2 приложения.

ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА, СМИ, ПУТЕВОЙ ОЧЕРК, ЖУРНАЛИСТИКА НА ТВ, «YOUTUBE», ВИДЕОБЛОГИНГ, ВИДЕОБЛОГ, ТРЕВЕЛ-БЛОГ

В выпускной квалификационной работе исследована тема журналистики путешествий на ТВ и во влогах YouTube, а также проведен анализ программы Жанны Бадоевой «Жизнь других» и проекта Антона Птушкина.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ своеобразия журналистики путешествий на ТВ на примере авторской программы Жанны Бадоевой «Жизнь других» и во влогах видеоблогеров, на примере видеоблога Антона Птушкина

В выпускной квалификационной работе были использованы следующие методы: метод количественной обработки данных, метод сплошной выборки, анализ и синтез; контент-анализ.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоритические подходы к изучению журналистики путешествий на ТВ и YouTube	9
1.1 Общая характеристика журналистики путешествий на ТВ	9
1.2 Трэвел-журналистка на видеохостинге «YouTube»	20
1.3 Специфика и различия Трэвел–журналистики и Трэвел–блога	28
2 Анализ темы журналистика путешествий на примере программы Ж. Бадоевой «жизнь других» и авторского проекта А. Птушкина	35
2.1 Анализ и характеристика программы «Жизнь других» и медиапродукта «Антон Птушкин»	36
2.2 Тема журналистики путешествий на примере телевизионной передачи «Жизнь других»	43
2.3 Тема журналистики путешествий на примере видеоблога Антона Птушкина	51
Заключение	62
Библиографический список	66
Приложение А Порядок выпусков, дата и населенные пункты	72
Приложение Б Порядок выпусков, дата и населенные пункты	74

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Тема путешествия в современное время становится все популярнее среди аудитории. Именно продукты трэвел-журналистики, а не путеводители, зачастую формируют спрос на рынке туристических услуг. Интерес к теме путешествий основан на поиске новой информации об интересующей нас стране, осознании ее истории, культуры, быта и традиций.

СМИ – является важнейшим каналом трансляции информации в общество. Особую популярность в СМИ набирает Трэвел – журналистика: материалы данной направленности нередко становятся самыми читаемыми и просматриваемыми.

По данным Google статистики динамика популярности запросов на тему путешествия возрастает по сравнению с 2020 годом. Если в 2020 году наибольший пик популярности запросов на тему путешествий был только один раз и приходил на период с 16 по 22 августа, то в 2021 году пик запросов достигал наивысшей точки несколько раз, в период с 7 февраля по 29 мая 2021 года.

Поэтому потребность аудитории в таком направлении как журналистика путешествия или Тревел-журналистика очевидна. На современном этапе развития общества эта потребность обусловлена двумя факторами: стремительным развитием туристического бизнеса и, как следствие, необходимостью в получении нужной информации о том или ином населенном пункте/стране. В отличие от туристических путеводителей и гидов, журналистские материалы могут не только познакомить заинтересованную аудиторию с внешней стороной жизни и быта, но также показать мир «изнутри».

По данным компании «Делойт» за 2020 год «YouTube» занимает первое место среди популярных онлайн-видеосервисов, более 92 % опрошенных россиян проголосовали за видеохостинг. Второе место заняла платформа «ВКонтакте», третье «Яндекс», четвертое «Инстаграм», пятое «Одноклассники».

Возрастание популярности контента о путешествиях на видеохостинге

«YouTube» порождает конкуренцию среди выпускаемых продуктов на трэвел-тему.

Многие люди любят узнавать и изучать новые места, культуру, традиции других стран. А различные шоу о путешествиях помогают им в этом. В таких шоу обычно рассказывают зрителю, как можно добраться до той или иной страны, какие места посетить и где можно отдохнуть.

Согласно данным Федерального агентства по туризму число выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж в 2019 году примерно на 14 миллионов человек стало больше по сравнению с 2016 годом. В 2020 году число граждан снизилось до 12 миллионов человек¹. Также россияне все чаще стал путешествовать по России, данные также приведены в статистике.

Именно поэтому изучение данной темы является актуальным, так как в момент подготовки своих медиапроектов журналистам важно брать во внимание степень востребованность данной тематики среди аудитории, а также опираться на уже существующие наработки по данной теме.

Степень разработанности темы исследования представлены источниками, которые мы разделили на две основные группы.

К первой группе мы отнесли исследования авторов по теме журналистика путешествий на ТВ. В данной группе мы опирались на работы таких авторов как С. Ю. Ермолаева, И. В. Показаньева, Г. В. Кузнецова, О. М. Скибина, В. А. Соловьева, А. А. Тертычного, Л. А. Троценко, М. С. Штейман.

Ко второй группе мы отнесли работы авторов на тему журналистики путешествия в влогах. Исследованиями этой темы занимались Е. А. Баженова, Т. М. Гермашева, Е. М. Драгун, К. М. Кузнецова, А. В. Муха, И. В. Показаньева, Е. А. Баженова.

Объект данного бакалаврского исследования – это теоретическая база на тему журналистика путешествия.

Предметом исследования, выступает опыт создания проектов на тему

¹ Число выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж (Росстат) [Электронный ресурс] // Tourism.gov.ru: офиц. сайт. 25.09.1997. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislo-vyezdnykh-turistskikh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-za-rubezh-rosstat>. (дата обращения: 20.01.2021).

журналистика путешествий на примере авторского проекта Антона Птушкина на видеохостинге «YouTube», а так же авторской программы Жанны Бадоевой «Жизнь других».

Проблемой исследования дипломной работы, является затрагивание темы путешествий на ТВ и во влогах на видеохостинге «YouTube».

Целью данной выпускной квалификационной работы: является анализ своеобразия журналистики путешествий на ТВ на примере авторской программы Жанны Бадоевой «Жизнь других» и во влогах видеоблогеров на примере видеоблога Антона Птушкина

В рамках данной цели решаются следующие задачи:

- рассмотреть понятие «трэвел – журналистика» и его историю становления на ТВ;
- анализ роли журналиста в трэвел – передачах;
- рассмотреть понятие «трэвел – журналистика» и становление в видеоблогах видеоблогинга;
- проанализировать авторский проект Антона Птушкина выпускаемый на видеохостинге «YouTube»;
- проанализировать программу «Жизнь других»;
- выявить сходства и различия проектов, выпускаемых для традиционного телевидения и для «YouTube».

Эмпирическую базу исследования составляют материалы двух выбранных нами медиапроектов относительно ТВ и YouTube в онлайн пространстве, которые показывают современное состояние темы журналистика путешествий. Нами использовались данные, размещенные на ТВ и видеохостинге «YouTube», научных статьях, а также в материалах, которые были отобраны для разбора.

Научная новизна данного исследования заключается в выявлении сравнительных характеристик двух медиапроектов. В дипломной работе затрагивается анализ темы путешествия относительно телевизионных СМИ, а также анализ темы путешествия относительно влогов видеоблогеров.

Теоретическая значимость дипломной работы заключается в том, что

содержит информацию относительно понятия трэвел – журналистика, а также содержит информацию для журналистов и блогеров, которые создают трэвел-контент.

Структура дипломной работы строится в соответствии с поставленными целями и задачами, включая в себя: реферат, содержание, введение, две главы, заключение и список литературы.

1 ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЖУРНАЛИСТИКИ ПУТЕШЕСТВИЙ НА ТВ И YOUTUBE

1.1 Общая характеристика журналистики путешествий на ТВ

Трэвел – журналистика, или иначе журналистика путешествий, это особое направление в журналистике, благодаря которому аудитория может получить информацию о путешествиях в другие страны и информацию о родной стране.

Зародившись из таких жанров как путевые заметки и очерк, журналистика путешествий, продолжила свое развитие. Потребность аудитории в таком направлении как журналистика путешествия или трэвел – журналистика очевидна. На современном этапе развития общества эта потребность обусловлена двумя факторами: стремительным развитием туристического бизнеса и, как следствие, необходимостью в получении нужной информации о том или ином населенном пункте/стране. В отличие от туристических путеводителей и гидов, такие материалы могут не только познакомить заинтересованную аудиторию с внешней стороной жизни и быта, но также показать мир «изнутри». На современном этапе журналистика путешествий занимает отдельную сферу СМИ.

Журналистика о путешествиях – обширное направление в СМИ, оно охватывает большой перечень тем, в которое входит: география, культура народов мира, история государств, национальная кухня, этнография и туризм.

Для полного понимания данного термина, для начала, мы раскроем понятие «путешествие» применительно как для области журналистики, так и в общепринятом понятии.

Определение термину «путешествие» в своей работе «Путешествие как способ измерения культурного пространства» дает Н. В. Черепанова. Она считает, что **путешествие** – это (реальное или виртуальное) в чужое культурное пространство с целью выхода за пределы наличного бытия для познания себя и мира повседневности другого².

² Черепанова Н.В. Путешествие как способ измерения культурного пространства // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2006. № 7. С. 65.

В литературоведении и теории журналистики существует множество попыток дать определение данному термину. Приведем некоторые из них.

В толковом словаре Ушакова дается два определения понятию «путешествие»:

- поездка (реже – передвижение пешком), обычно куда-н. далеко за пределы родной местности, постоянного местопребывания;
- литературное произведение, посвященное описанию всего виденного и слышанного путешественником в чужом или неизвестном краю (лит.)³.

В. А. Михайлов в своей работе «Эволюция жанра путешествия в произведениях русских писателей XVIII – XIX вв.» **определяет путешествие** как жанр художественной литературы, в основе которого лежит описание реального или мнимого перемещения в достоверном (реальном) или вымышленном пространстве путешествующего героя (чаще героя-повествователя), очевидца, описывающего малоизвестные или неизвестные отечественные, иностранные реалии и явления, собственные мысли, чувства и впечатления, возникшие в процессе путешествия, а также повествование о событиях, происходивших в момент путешествия⁴.

Шачкова В. А. обозначает **путешествие**, как самостоятельный жанр художественной литературы, атрибутивные признаки которого проявляются в принципе жанровой свободы, особой роли образа автора, присутствии документальных элементов наряду с художественным вымыслом, синтетичности, предполагающей включение в текст элементов других жанров (дневника, письма, репортажа, анекдота, автобиографии)⁵.

Таким образом, мы приходим к выводу, что не существует единого определения понятию путешествие.

Предшественником трэвел – журналистики можно считать такой жанр журналистики как **путевой очерк**, именно он ознаменовал становление данно-

³ Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. Том. 3. М., 1940. С. 34.

⁴ Михайлов В. Эволюция жанра путешествия в произведениях русских писателей XVIII – XIX вв.: дис ... канд. филол. наук. Волгоград, 1999. С. 17.

⁵ Шачкова В.А. «Путешествие» как жанр художественной литературы: вопросы теории // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2008. № 3. С. 277.

го направления.

Под термином «путевой очерк», следует понимать литературное произведение, в основе которого лежит, описание путешественником, сведений о каких-либо незнакомых читателю, странах, землях, народах, в форме заметок, записок, дневников, очерков, мемуаров⁶.

Трэвел – журналистика как область знания на сегодняшний день мало изучена, несмотря на то, что эта тематика очень популярна в нашей стране, регионах и за рубежом. Исследуя данную тему, мы не нашли достоверного и точного определения понятия «трэвел – журналистика», которые исследователи используют относительно данной темы. В российской научной лексике не произошло типизации данного понятия, большинство исследователей говорят об одном и том же, но не пришли к единому мнению.

Стоит сказать, что данная тема изучается совместно с такими темами как «журналистика путешествий», «путевой очерк», «путешествие в печатном и ТВ СМИ».

Понятие трэвел – журналистика берет свое начало от английского термина «travel journalism», что буквально звучит как журналистика путешествий.

В работе Н. С. Гегеловой «Трэвел – журналистика на российском телевидении» дается определение понятию «журналистика путешествий», – это специфический, объединяющий литературу и фотоискусство жанр, который находится на стыке серьезной журналистики и простых записей.⁷

Согласно теоретику А. А. Тертычному, который интегрирует понятия журналистика путешествий и путевой очерк, данное направление представляет собой описание неких событий, происшествий, встреч с разными людьми, с которыми автор сталкивается в ходе своего творческого путешествия (поездки, командировки и пр.)⁸.

Ознакомившись с разными определениями, можно сделать вывод о том,

⁶ Скибина О.М. Путевой очерк: синкретизм жанра (на примере русской публицистики XIX века) // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 4. С. 88.

⁷ Гегелова Н.С. Трэвел-журналистика на российском телевидении // Литературоведение, журналистика. 2016. № 2. С. 128.

⁸ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособ. М., 2000. С. 56.

что основу данной отрасли составляет путешествие в различные страны и города, рассказ об их достопримечательностях, кухне, отелях, людях и т.д. Так же прослеживается тенденция, что истоки данного направления относят к художественным произведениям.

В научной работе М. Штеймана и А. Поkochаловой, мы нашли тематическую классификацию направлений на данную тему:

- в соответствии с гендерной принадлежностью аудитории;
- увлечениями интересам аудитории;
- возраст и семейное положение;
- актуальные направления и проблемы сферы путешествия⁹.

М. В. Литке в своей работе «Предметное поле познавательного журнала «Вокруг света» пишет, что, данное направление в журналистике представляет собой гибрид путевых заметок и популярного страноведения¹⁰.

Нами были рассмотрены определение понятий «журналистика путешествий» и «трэвел – журналистика». В определениях обоих понятий, мы выделили общие черты: поездка, рассказ о месте пребывания, предоставление информации о путешествия и др.

И.В. Показаньева предлагает классифицировать историю передач географической тематики следующим образом:

- первый этап (1950 – 1980 гг.);
- второй этап (конец 1980 – 2000 гг.);
- современные программы о путешествиях (2000 – наст. время гг.).

Первый этап (1950 – 1980 гг.), это период становления и развития научно-популярных передач о путешествиях и страноведении. 29 марта 1965 года начала вещание на 3 частотном канале в Москве и Московской области «Третья программа ЦТ» и до 1982 года она была учебной. На данном канале транслировали программы образовательного характера для школ и вузов (предназначен-

⁹ Штейман М.С. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 1. С. 129.

¹⁰ Литке М.В. Предметное поле познавательного журнала «Вокруг света» // Актуальные проблемы журналистики. 2011. № 6. С. 43.

ные для приема непосредственно во время уроков в соответствии с учебным планом или дома в дополнение к нему) и культурно – просветительные, рассчитанные на разнообразную аудиторию, желающую разнообразить свой кругозор страны». Определяющей программой для этого этапа стала передача «Клуб путешественников», ведущим которой стал Владимир Шнейдеров.

Второй этап (1980 – 2000 гг.). На данном этапе происходит становление и развитие развлекательных, просветительских и рекламных передач о путешествиях и страноведении. Происходит Перестройка, а затем следует распад Советского Союза вследствие чего, радикальные перемены в общественной жизни существенно изменили условия и среду функционирования отечественной журналистики, в том числе – телевизионного вещания и научно – популярных передач. В данный период на телевидении на первый план выводят оппозиционные и социально – познавательные темы. Разгосударствление и децентрализация СМИ, а также появление частных телевизионных компаний отозвались переменами в содержании программ о путешествиях и страноведении – научно-популярный элемент уступил место развлекательному и рекламному.

Современные программы о путешествиях (2000 – настоящее время.), этот этап называют расцветом отечественной Трэвел-журналистики. В отличие от предыдущих двух этапов на телевидении в свет выходят не одна – две программы. Данный этап характеризуется возрастанием у зрительской аудитории спроса на тематику путешествий, в программы начинается интеграция рекламы. Появляются передачи, рассказывающие не только о жизни за рубежом, но и в России. Если в конце 20 века ежегодно появлялась только одна передача, либо не было никаких новых программ о путешествиях, то с 2006 года начался их количественный рост. Именно с 2006 года на российском ТВ регулярно начали выходить новые программы.

Мы приведём данные количества передач, начиная с 2006 года:

- 2006 год – 2 программы;
- 2007 и 2008 – 3 программы 2010,2011 – 5 программ;

– 2012 – 7 программ.

Пик этого роста пришелся на 2014 и 2015 годы, когда на экраны выходило по 10 новых программ ежегодно. В 2016 году наметился «спад»: появились шесть новых проектов¹¹.

Журналистика путешествий познает мир через погружение в жизнь страны, разговоры с ее жителями и познание быта. Она способна показать зрителю и читателю, как быт любой страны, так и мир «изнутри».

Данное направление в журналистике в настоящее время подразумевает не поверхностный взгляд на жизнь, а детальное изучение самых широких кругов вопросов, касающихся природы, населения, истории, хозяйства, культуры и т.д.

На Российском телевидении, в наши дни можно наблюдать обилие программ данной направленности. Это связано, прежде всего, с интересом зрительской аудитории и конкурентной борьбой между телеканалами.

К данному выводу мы пришли после анализа рейтинга исследовательской компании «Mediascore». По анализу рейтинга, мы сделали вывод, что программы о путешествиях занимают: 2, 6, 8, 9 и 19 место, что составляет 50 % из программ лидеров. В настоящее время происходит активный рост количества Трэвел-программ.

Изучив работу В. А. Соловьева «Особенности функционирования Трэвел – журналистики в Российской медиасреде» нами были составлена классификация жанровых материалов, в рамках которых могут создаваться телевизионные материалы на тему путешествий:

- фильм – травелог;
- документальный тревел – фильм;
- тревел – репортаж;
- путевой очерк;
- тревел – шоу.

В отрасли телевизионных жанров существуют следующие определения

¹¹ Троценко Л.А. Типологические и формально-содержательные особенности программ о путешествиях на Российском телевидении // Ученые заметки ТОГУ. 2017. № 1. С. 231.

жанрам, с помощью которых аудитории подаются материалы данного направления.

В работе В.А. Соловьева сказано, что **«фильм – травелог»** это – фильм, запечатлевший заграничные пейзажи, жителей, достопримечательности. Акцент в таком фильме делается на ситуациях, местах, встречах, которые пережил сам автор. Травелог – это путешествие глазами путешественника – автора. Главная задача путешественника – не развлечь аудиторию, а передать знания (в том числе – редчайшие сведения). Возникновение жанра датируется 1910 годом.

Данный жанр отличается от документального фильма тем, что это всегда короткометражный фильм. Так же это всегда подача информации от первого лица.

Примером к данному жанру можно привести короткометражный фильм режиссера Семюэля Патти под названием **«Травелог Тель-Авив»** 2017 года выпуска. Фильм удостоился награды на 5 – ом Московском Еврейском кинофестивале в номинации **«Лучший игровой короткометражный фильм»**.

Под понятием **«документальный Тревел – фильм»** Э. Ю. Закомолдина понимает фильмы, которые предоставляют возможность зрителю посетить интересные места, понаблюдать за культурой, жизнью людей и их укладом в различных уголках планеты, отправиться в незабываемое путешествие вокруг света. Изучить памятники архитектуры и увидеть следы древности – напоминания об исчезнувших древних цивилизациях. В передаче делается акцент на исторические факты, присутствуют архивная съемка и фотографии. В пример данного жанра, мы решили привести фильм **«Первого канала» – «Чукотский спецназ»**. Документальный фильм о коренном народе Севера России.

О таком жанре как **«Тревел – репортаж»** рассказано в работе **«Особенности функционирования Тревел – журналистики в Российской медиасреде»**. А именно то, что данный вид репортажа отличается от обычного репортажа более современным изложением и стилем журналистики путешествий. В таком репортаже мы видим наиболее яркую позицию автора, его присутствие, он за-

нимается журналистским расследованием¹².

Как и большинство жанров, Тревел – репортаж – это разновидность большого жанра на ТВ под названием «репортаж».

Репортаж – эмоциональный жанр в режиме очевидца, в котором присутствуют художественные приемы. Главное в репортаже – найти неожиданный ракурс.

Телевизионный репортаж подразумевает наличие четырех основных элементов: закадровый текст, видеоряд, звуковой фрагмент или синхрон, шумы. Так же могут присутствовать такие элементы как Стенд ап и лид.

Наиболее распространённая схема телевизионного репортажа выглядит так:

- stand-up с началом рассказа о событии;
- закадровый текст с продолжением рассказа корреспондента;
- синхрон действующего лица, эксперта, комментатора, свидетеля и т.д.;
- закадровый текст, в котором заканчивается изложение основной информации;
- stand-up с выводами.

При создании репортажа, любой журналист должен ответить на пять главных вопросов: «ЧТО?», «КТО?», «ГДЕ?», «КОГДА?», «КАК?».

Пример Трэвел – репортажа мы приведем материал советской и российской ежедневной общественно-политической газеты «Комсомольская правда» от 11.10.2020 под названием, «Экологическое ЧП на Камчатке: первый день расследования». Проанализировав данный репортаж, мы пришли к выводу, что в нем присутствует наличие всех 4 основных элементов.

Понятие «**путевой очерк**» подразумевает под собой сборник заметок, описание событий, встреч с людьми, участником которых во время своего путешествия является журналист на протяжении какой – то поездки. Этот вид очерка один из наиболее ранних¹³. Это описание событий, произошедших с

¹² Соловьев В.А. Особенности функционирования трэвел-журналистики в российской медиасреде // Гуманитарные науки. 2017. № 10. С. 275.

¹³ Скибин О.М. Путевой очерк: синкретизм жанра (на примере русской публицистики XIX века) // Вопросы

путником – встречи, неудачи, неожиданные повороты. Главное в путевом очерке – следить за тем, чтобы аудитория не теряла интерес, и выбирать наиболее интересные и удачные моменты путешествия.

Так же как репортаж, очерк может распространяться на другие виды жанров, но, не смотря на это он, так же как и репортаж остается один из основных жанров.

В работе Бабенко В. А. «Эволюция жанра путевой очерк в документальной публицистике» автор выделил характерные жанровые особенности телеочерка:

- документальность;
- достоверность;
- зрительность;
- центр внимания – человек;
- наличие силы художественного образа;
- присутствие репортажного элемента;
- выразительные средства¹⁴.

В этой же работе автор приводит тенденции жанровой трансформации модели путевого телеочерка, которые появились за последнее десять лет. Это такие направленности как: появление рекламы в путевых телеочерках, переход к более развлекательному характеру повествования, возрастание интереса у аудитории к жизни среднестатистического жителя той или иной страны в путевых очерках, путевой телеочерк все больше привносит элементы реалити – шоу, в большинстве современных путевых телеочерков ведущим является известная медиаперсона.

Очерк на телеэкране – это один из наиболее сложных жанров. В нем, автор должен уметь комбинировать факт и рассказ.

Примером жанра путевой очерк мы взяли региональную программу

теории и практики журналистики. 2014. № 4. С. 89.

¹⁴ Бабенко В.А. Эволюция жанра путевой очерк в документальной публицистике // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 1. С. 94.

«Провинциалки», выходящую на Амурском областном телевидении¹⁵.

Ведущие данной программы путешествуют по городам, деревням, селам и рассказывают зрителям, о жизни в каком-либо населенном пункте Амурской области.

По мнению И. В. Показаньевой «Трэвел – шоу» сочетает в себе элементы документального фильма, путевого очерка, образовательной программы, реалити-шоу, рекламного ролика и т.д.¹⁶

В словаре Ожегова «шоу» это – яркое эстрадное представление, развлекательная программа. Телевизионное шоу, Иллюзионное шоу (в цирке)¹⁷.

Передачи в данном жанре почти всегда рассчитаны на потребление массовой аудиторией и достигают высоких рейтингов на ТВ. Передачи в жанре шоу ориентированы на показ по центральным и кабельным телеканалам в одно и то же определенное время. Этот жанр телевизионной журналистики является очень хорошим средством привлечения и удержания аудитории телеканалами.

Задача Тревел – шоу состоит в направленности на то, чтобы побудить телезрителей к путешествию в другие страны.

Ермолаева Светлана Юрьевна и В. Ю. Чермышенцев в своей работе пишут о разделении идеи шоу о путешествиях на следующие категории:

а) Шоу о путешествиях, которые первоначально создали для телевидения:

- 1) шоу о путешествиях, снятые по идеи Российского телеканала. Примерами такого шоу являются «Маршрут построен» телеканала Первый канал. «Руссо туристо» телеканала СТС;
- 2) шоу о путешествиях, снятые по аналогу проекта зарубежного телеканала. К примеру, телешоу телеканала Домашний «Один на реке. Путешествие продолжается» снято по концепции американского телешоу

¹⁵ Амурское областное телевидение: провинциалки [Электронный ресурс] // Amurobl.tv: офиц. сайт. 02.10.2015. URL: <https://amurobl.tv/rubrics/68-provintsialk>. (дата обращения: 22.01.2021).

¹⁶ Показаньева И.В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике // Филология и искусствоведение. 2014. № 8. С. 1.

¹⁷ Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс] // Slovarozhegova.ru: офиц. сайт. 17.09.2008. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=35777>. (дата обращения: 22.01.2021).

«Выжить любой ценой»;

3) шоу о путешествиях, съемки которых Российский телеканал производит совместно с иностранным каналом.

Примером к данным шоу можно отнести телешоу о путешествиях «Орел и Решка». Первоначально все права на съемки данного шоу принадлежали украинскому каналу, позже украинский телеканал начал свое сотрудничество с российским телеканалом «Пятница» на совместное производство шоу «Орел и Решка».

б) Шоу о путешествиях, которые изначально выпускались как блог на видеохостинге «YouTube», а в дальнейшем их показ начался по телеканалу¹⁸.

В качестве примера мы приведем блог Антона Птушкина, позже данный видеоблог начала транслировать телеканал «Пятница» под названием «Большой выпуск».

Современная журналистика путешествий подвергается содержательному изменению ввиду некоторых специфических процессов, основные из которых:

- изменение освещаемых туристических направлений (от самых экзотических до самых развитых стран);
- зависимость мест съемок от предпочтительности их туроператорами и туристами;
- стереотипизация определенных культур, а вследствие этого изображение превосходства «высших» культур над «низшими»;
- для заинтересованности массового зрителя заимствование жанровых элементов из других жанров.

В Данном параграфе мы рассмотрели понятия «трэвел – журналистика» и «журналистика путешествий», выявив их особенности в контексте телевизионного вещания. Таким образом, мы пришли к выводу, что журналистика путешествий тесно связана с таким понятием, как «путешествие» и взяла свое начало из жанров журналистики, а именно путевой очерк и путевая заметка. Так же

¹⁸ Ермолаева С.Ю. Типологическая модель телепередач в условиях современных тенденций развития российской журналистики (на примере трэвел-журналистики) // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 8. С. 80.

рассмотрели историю передач в разных этапах и составили классификацию жанровых материалов, в рамках которых могут создаваться материалы на тему путешествий.

1.2 Трэвел-журналистка на видеохостинге «YouTube»

В данном параграфе, мы попытаемся проанализировать и сузить рассматриваемое понятие при помощи, такого вещательного ресурса как интернет, а именно видеохостинга «Youtube».

«Youtube» – это видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео.

Первоначально «Youtube» создавался как площадка для знакомств в интернете. «YouTube» был основан Стивом Ченом, Чадом Херли и Джаведом Каримом. В феврале 2005 года компания начала свое активное развитие. Первое видео было загружено 23 апреля 2005 года и носило названное « Я в зоопарке». Соучредитель компании «YouTube» Джавед Карим (под ником «jawed», который он создал в тот же день) совместно со своим школьным другом Яковом Лапицким в зоопарке Сан-Диего перед слонами на их старой выставке в Элефант-Месе. Данное видео до сих пор может быть просмотрено на сайте¹⁹.

Официально запуск «YouTube» состоялся 15 декабря 2005 года, на тот момент сайт получал 8 миллионов просмотров в день, а длительность клипа могла быть не более 30 секунд.

С возрастанием популярности сайта, в июле 2006 года компания объявила, что просмотры в день достигают 100 миллионов в день, к 2010 году эта цифра достигла 14 миллиардов.

В 2013 году «YouTube» запускает пробную программу, которая предлагает смотреть платные каналы по подписке. Данная программа была приостановлена в январе 2018 года, но позже в июне этого же года ее возобновили, но теперь уже за 5 долларов в месяц.

В 2015 году компания выпускает мобильное приложение «YouTube Kids». Это приложения для детей, с более простым интерфейсом и с функцией роди-

¹⁹ Я в зоопарке [Электронный ресурс] // En.wikipedia.org: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Me_at_the_zoo. (дата обращения: 22.01.2021).

тельского контроля.

В феврале 2017 года видеохостинг «YouTube» насчитывает один миллиард часов просмотров и 400 часов видео загружалось ежеминутно. Спустя два года загрузки достигли 500 часов.

В 2009 году на сайте становится возможностью смотреть 3D-видео. В 2015 году видео в формате 360° с разрешением до 4К.

12 ноября 2014 г. «YouTube» объявляет о запуске вещания без рекламы, доступ к эксклюзивному контенту, фоновое и автономное воспроизведение видео на мобильных устройствах, а также доступ к сервису Google Play Music, под названием «YouTube Premium». 28 октября 2015 года сервис перезапустили под названием YouTube Red. На 2016 год сервис насчитывал 1,5 миллиона подписчиков, еще миллион – на бесплатной пробной основе.

В 2017 году «YouTube» объявил о запуске «YouTube TV». Данный сервис предоставляет аудитории США доступ к прямым трансляциям программ из пяти основных вещательных сетей, а также около 40 кабельных каналов.

Так же в 2017 году компания запускает приложение для пользователей Android, призванное упростить доступ к YouTube на мобильных устройствах. «YouTube Go» позволяет обмениваться загруженными видео через Bluetooth и упрощает пользование мобильными данными и разрешения видео.

В 2018 году сервис запускает платформу потоковой передачи музыки под названием «YouTube Music».

На 2021 год сайт «Youtube» занимает первое место по посещаемости в мире. Данные рейтинг составил аналитический ресурс «Ahrefs», именно видеохостинг «YouTube» занимает первое место из ста самых посещаемых сайтов в мире. «YouTube» обогнал такие сайты как: «Facebook», «Wikipedia», «Twitter», «WhatsApp», «Instagram»²⁰.

С появлением и развитием сети Интернет, начал активно развиваться способ передачи информации в форме блога.

Под блогом следует понимать сайт или веб – страницу, представляющие

²⁰ 100 самых посещаемых веб-сайтов по поисковому трафику (2021 г.) URL // Ahrefs.com: офиц. Сайт URL: <https://ahrefs.com/blog/most-visited-websites>. (дата обращения: 22.01.2021).

собой новостную ленту (часто в хронологическом порядке), создаваемую, как правило, обычным пользователем Интернета. Термин дословно переводится, как дневник в сети²¹.

Е. А. Баженова и И. А. Иванова, дают следующую трактовку термину «блог». Они разделяют данный термин на две категории: «широкий» и «узкий» подход к изучению блога. В широком понимании «блог» – это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке и открытые для чтения и комментирования. В узком понимании «блог» – это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи одного автора»²².

В работе «Блоги в системе творческой деятельности журналиста», Е. М. Пак предлагает различные классификации блогов по разным аспектам:

а) наличие автора

- 1) личный (авторский, частный) блог – автор ведет блог один, он же является создателем и оператором;
- 2) «призрачный» блог – ведется от имени неизвестной персоны;
- 3) коллективный (социальный) блог – автором выступает команда людей с определенными ролями в коллективе;
- 4) корпоративный блог – авторами выступают сотрудниками одной компании.

б) по виду мультимедиа:

- 1) обычный (текстовый блог) – блог, основой которого составляет текстовая информация;
- 2) фотоблог – блог, основу которого составляют фотографии;
- 3) музыкальный – блог, где на первый план выходит музыкальное сопровождение;
- 4) подкаст и блогкастинг – блог, в котором большую часть содержания занимают подкасты;

²¹ Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград, 2009. С. 112.

²² Баженова Е.А. Блог как интернет-жанр // Российская и зарубежная филология. 2012. № 4. С. 125.

5) видеоблог (влог, вилог) – блог, основным содержанием, которого является видео.

в) по особенностям контента:

- 1) контентный блог – блог, публикующий авторский контент;
- 2) мониторинговый (ссылочный) – блог, публикующий ссылки на другие блоги или сайты;
- 3) цитатный – блог, основу которого составляют ссылки на цитаты из других блогов;
- 4) тамблелог (сокр. от англ. tumblelog), или тамбллог, или тлог – блог, где главной составляющей является заранее подготовленные материалы определенного формата (цитата, видео, ссылка, песня, разговор и т.д.)²³.

Так же типологизацию Трэвел – блога в своей лекции «Типологизация travel-блога» выдвинул режиссер клипов исполнителей и рекламных роликов Дмитрий Климов. В своей лекции он обозначил разделение Трэвел – блога по:

- географии;
- способу передвижения;
- тематические;
- составу участников;
- цели исследования;
- способу создания контента²⁴.

Первый видеоблог в формате «личного дневника», снятые пользователем на веб-камеру его компьютера появился на видеохостинге (веб – сервис, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, через специальный проигрыватель) «YouTube» 25 апреля 2005 года. Американец Адам Контрас отправил свое видеообращение для всей семьи. Именно его сообщение о том, что он собирается поехать через всю страну в Лос-Анжелес для поиска шоу-бизнеса

²³ Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Язык и литература. 2011. № 2. С. 283.

²⁴ Как путешественнику создать свой travel-блог? [Электронный ресурс] // Mgpu.ru: офиц. сайт. 30.01.1998. URL: <https://www.mgpu.ru/event/kak-puteshestvenniku-sozdat-svoj-travel-blog>. (дата обращения: 23.01.2021).

стал родоначальником такого явления как видеоблогинг. Позже, в ноябре 2000 года так же американец Адриан Майлз наложил видео меняющегося текста на неподвижное изображение, и придумав этому термин «blog»²⁵.

Термин «видеоблог» или «блог» – (англ. Blog, от web blog – интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн дневник) – это веб сайт, основное содержание которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, т, что различия блогов и других областей веб-коммуникации заключается в «легкости публикации и поиска, скорости распространения в социальной значимости, возможности прямой связи и взаимодействия между отдельными блоггерами и всей блогосферой»²⁶.

Качество контента первых видеоблогов было не высоким. Это характеризовалось тем, что пользователи в основном делились видеоматериалами из своей жизни, которые были сняты на любительском уровне.

Массовость популярности данное явление начало приобретать в 2005 году, после основание видеохостинговой платформы «YouTube», которая позволяла любому человеку в домашних условиях снимать видеоролики и выкладывать их на интернет пространство.

В 2006 году на сайте было доступно более 65 тысяч видеороликов разного содержания, а суммарно количество просмотров превысило 1 миллиона. В 2017 году число пользователей видеоблогеров превысило 1,5 миллиарда человек и до настоящего времени эта цифра не перестает расти²⁷.

В России начало развития видеоблогинга приходится на 2005 год, когда появилась русскоязычная локализация площадка по распространению видеоконтента – видеохостинг «YouTube». Первым российским первопроходцем в данной сфере считается Илья Мэддисон (Давыдов): именно он в 2008 году стал обзирать видеоигры с небрежным повествованием. Это был обзор на вышедшую на тот момент игру «Дом-3» от MMORPG²⁸. Наиболее активный

²⁵ Кузнецова К.М. Причины популярности YouTube с точки зрения знаний о поколениях // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2019. № 1. С. 434.

²⁶ Гермашева Т.М. Блог как новый тип дискурса // Лингвистика в образовательном процессе. 2010. № 7. С. 115.

²⁷ Кузнецова К.М. Причины популярности YouTube с точки зрения знаний о поколениях // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2019. № 1. С. 435.

²⁸ MMORPG (массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра) [Электронный ресурс] // Ru.wikipedia.org: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/массовая_многопользовательская_ролевая_онлайн-

пик свой популярности в России видеоблог получил в 2010 году с появлением информационно-развлекательного канала и интернет – телеканала, созданным Максимом Голополосовым, Михаилом Орловым и Дмитрием Ивановым²⁹. Данный канал получил название «CarambaTV.ru»³⁰. Позже права на программы, выходившие, на данной площадке перекупил телеканал «Перец»³¹. Эта интернет-площадка дала старт многим современным популярным блогерам, а также журналистам. С каждым днем затраты вкладываемые в видеоблогинг увеличиваются, тем самым создавая конкуренцию телевидению.

Говоря про функции видеоблога, мы прибегнем к классификации, которую нам предоставил В. Л. Волохонский в своей работе «Психологические механизмы и основания для классификации блогов»:

– на первое место автор ставит «коммуникативную» функцию. Так как общение является основной социальной потребностью человека. В видеоблогах данная функция чаще всего отражается в формировании тематики видеоблога. Чаще всего это аудитория с одинаковыми интересами, схожей идеологией и идентичными взглядами на жизнь;

– на второе место автор ставит функцию «сомопрезентации». Она заключается в презентации автором себя и своих увлечений аудитории;

– следующей функцией автор ставит функцию «развлечения». Данная функция выражается в развлекательном восприятии видеоблога аудиторией. С помощью данной функции аудитория потребления может отвлечься от своих обыденных проблем погрузившись в виртуальную действительность;

– четвертой функцией автор ставит «сплочение и поддержание связей». Видеоблоги могут объединить индивидов с общими интересами, а та же по общим признакам;

– пятой функцией автор ставит функцию «рефлексия». Создавая свой видеоблог, автор изначально формирует идеальный для себя видеоблог, на ко-

игра. (дата обращения: 24.01.2021).

²⁹ Кузнецова К.М. Причины популярности YouTube с точки зрения знаний о поколениях // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2019. № 1. С. 436.

³⁰ Информационно-развлекательный интернет-сайт CarambaTV.ru [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCXJNSKbDUr0ZgXaj7xENmPw> . (дата обращения: 24.01.2021).

³¹ CarambaTV.ru [Электронный ресурс] // Ru.wikipedia.org: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/CarambaTV.ru>. (дата обращения: 24.01.2021).

торый в дальнейшем ориентируется;

– шестая функция, рассматриваемая автором «психотерапевтическая». Эта функция в видеоблоге выражается в возможности автором выплеснуть все свои эмоции;

– седьмой и последней функцией автор ставит «рекламную». В своем видеоблоге автор может продвигать и продавать те или иные товары и услуги, устраивать различные коллаборации с популярными компаниями и брендами и вставлять в свои видео рекламу.³²

Travel – видеоблогинг (трэвелог) – относительно новое явление в Российских медиа. Термин трэвелог (от английского «travelogue») все чаще употребляется в масс-медиа. Однако на сегодняшний день единого произношения у него нет. Существуют разные варианты написания данного термина, некоторые из них мы приведем: «трэвелог», «трэвелог», «трэвелог».

В своей работе И. В. Показаньева выделяет определение «Трэвелог» как: «эквивалент виртуальных дневников состоящем из одного или более постов или записей, созданных на основе общей темы (например, определенное географическое направление или тур вокруг света). Обычно они пишутся туристами, которые информируют друзей и семью о своих приключениях и опытах во время путешествия».

Трэвел – блоги затрагивают такие тема как: экспедиции по малоизвестным, экстремальным, заповедным местам, рассказывают о том, как самостоятельно и бюджетно путешествовать, дают различные советы и рекомендации, делятся опытом проживания за границей.

Кливер Д. А. и И. В. Пьянзина в своей работе «Трэвел – блог как современный аналог телеканала» выделяют следующие секреты популярности формата Трэвел – блогов:

– весь контент создается в едином стиле с единой подачей и уникальностью;

– все наполнение блога имеет познавательную и содержательную функ-

³² Волохонский В.Л. Механизмы психологии и основания для классификации блогов. Блоги: новая реальность. СПб, 2006. С. 33.

цию;

- регулярность выхода нового выпуска. Не реже чем 1 – 2 раза в месяц;
- четко выделенная личность автора;
- присутствие в видео практической информации: места для посещения, цены, гостиницы, интересные кафе и т.д.³³

Причины популярности Тревел – блогов в настоящее время привели В. О. Микрюков и Д. А. Сарисян:

- *приносит доход*. Тревел-блог может приносить его автору деньги через сам блог, а также внешнее спонсорство может приносить прибыль блогеру вне его блога. Это может отражаться в рекламе внутри блога, рекламы продуктов и услуг, или же возможность стать лицом компании, связанной с туризмом;

- *эскапизм*. Или же избегание проблем в реальной жизни. Смотря Тревел – блог, человек абстрагируется от обычной жизни и создает для себя иллюзию путешествия;

- *свежесть контента*. Получение уникального контента дает возможность путешествовать по миру со свежим, интересным контентом;

- *образование*. Возможность узнать об истории, культуре и быте другой страны;

- *поощрение путешествий*. Тревел – блоги помогают простимулировать аудиторию на путешествия;

- *создание для будущего поколения исторических документов*. Возможность зафиксировать какие – либо события для потомков.

Программы о путешествиях развиваются на стыке познавательного (научно-популярного) контента и развлекательного, говоря о тревел – журналистике в Интернете, мы не можем оставить в стороне понятие «Инфотеймент» – феномен современной медиаккультуры, обладающий определёнными атрибутивными характеристиками, возникшими в результате органического синтеза его информационного, коммуникационного и массово развлекательно-

³³ Кливер Д.А. Тревел-блог как современный аналог телеканала // Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева. 2018. № 11. С. 106.

го компонентов; имеет самостоятельный социокультурный статус и носит наднациональный характер. Инфотейнмент представляет собой эстетизированно – развлекательный формат подачи новостных и других видов информации, иногда с элементами театрализации и игрового начала или с различными их оттенками. Инфотейнмент характерен для различных видов СМИ: ТВ, пресса, радио и Интернет³⁴.

Инфотейнмент как феномен на ТВ отличается многожанровостью и многообразием форматов: информационное шоу, ток – шоу, утреннее шоу, судебное шоу, медицинское шоу, тележурнал, телеигра, докудрама, и многие другие.

Основное преимущество «YouTube» перед ТВ заключается в том, что аудитория может в любой момент получить нужную ему информацию.

И.В. Показньева в своей работе классифицирует Тревел – блоги по:

- определенному региону мира (Восточная Азия, Южная Америка и т.д.);
- способу передвижения (самолет, ж/д, корабль, велосипед и т.д.);
- тематические: (кулинарные, экстремальные, экологические («зеленые»), религиозные);
- по количеству людей: (индивидуальные, семейные, групповые).

Подводя итоги данного, параграфа, мы пришли к выводу, что нам удалось сформулировать понятие «блог» и рассмотреть классификацию блогосферы. Мы выяснили, что массовость видеоблога началась с появлением в 2005 году видеохостинга «YouTube». Так же мы привели функции виеоблога, его типологизацию, а так же причины популярности Трэвел – блогов. Давая определение понятию «Инфотейнмент», мы пришли к выводу, что это неотъемлемая часть современной медиакультуры, которая представляет собой развлекательные новости и другую информацию подобного типа, с элементами театрализации, игрового начала и подобными оттенками.

1.3 Специфика и различия Трэвел-журналистики и Трэвел-блога

На современном этапе развития трэвел – журналистики существует разде-

³⁴ Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: специальность 24.00.01 «теория и история культуры (культурология)». М., 2015. С. 45.

ление понятий «трэвел – журналист» и «трэвел – блогер». Схожесть данных понятий заключается в наличие автора, повествующего аудитории о путешествии.

Однако в Интернет – пространстве так же очень часто приравнивают блогера к журналисту. Мы решили проанализировать схожесть и различие между данными аспектами.

В первую очередь, у журналиста в отличие от блогера есть **четко разработанные права и обязанности**, которые закреплены в таких официальных документах как:

- Закон РФ «О средствах массовой информации»;
- Декларация принципов поведения журналистов. Международной федерации журналистов;
- Международные принципы профессиональной этики в журналистике принятые ЮНЕСКО.

Любой журналист несет ответственность:

- перед обществом в целом;
- перед аудиторией телезрителей;
- перед героями передач и фильмов;
- перед сообществом журналистов, которое он представляет;
- перед телекомпанией, от имени которой обращается к зрителям;
- перед самим собой³⁵.

Блогер же в отличие от журналиста более независим в данном аспекте. Он вправе рассказывать своей аудитории практически любые материалы, более свободен в выражении своих мыслей и принципов.

В работе А. В. Муха и В. В. Кихтан «Блоги и СМИ: сходство и различие» авторы приводят различия и сходство между СМИ и блогами. Так, отличительной особенностью является то, что у блогов и СМИ **разные поставленные цели**. СМИ, делают акцент на привлечение аудитории, для которых они выпускают материалы. Блогеры же не ставят своей целью привлечение аудитории,

³⁵ Кузнецов Г.В. Журналист на экране. М., 1985. С. 77.

чаще всего они просто выражают свое мнение³⁶.

Разница в **манере подачи информации** – так же является отличительным признаком между журналистом и блогером. Профессиональный журналист в силу своих навыков владеет набором жанровой палитрой и композицией. Блогер выпускает материал без соблюдения жанров и законов композиции.

В отличие от блогов, СМИ – это социальный институт, который несет социальную миссию перед обществом, а блоги создаются по интересам автора блога.

Для определения отличительных признаков между видеоблогингом («YouTube») и традиционным телевидением М. В. Михайловой было проведено исследование, включающее в себя определение факторов конкурентоспособности и сравнение видеоблогинга («YouTube») с традиционным каналом коммуникации. Она выделила факторы конкурентоспособности интернет-коммуникаций: аудитория, охват просмотров за месяц, количество просмотров в день, посещаемость, интерактивность, индивидуальность, перспектива, коммуникация с другими СМИ, контроль за контентом.

Анализ основных факторов исследования, мы опишем подробнее. Относительно фактора **аудитория** отличительный признак заключается в возрастной категории, у традиционного телевидения автор выделяет аудиторию возрастом от 12 до 65 лет, в тот момент, когда аудитория «YouTube» составляет от 18 до 44 лет.

Фактор **охват за месяц** по данным исследования у традиционного телевидения составляет 71 % населения, охват у «YouTube» 99 % населения.

Следующий фактор **количество просмотров в день** у традиционного телевидения в своем исследовании автор описывает как 120 роликов, на одном канале трансляции за день, у «YouTube» автор выделяет 6 миллиардов роликов за один день.

Посещаемость как фактор автор выделяет в отдельную категорию, по данным исследования у традиционного телевидения посещаемость составляет око-

³⁶ Муха А.В. Блоги и СМИ: сходства и различия // Международный студенческий научный вестник. 2014. № 1. С. 39.

ло 11 миллионов посетителей, у «YouTube» около 30 миллионов посетителей.

Одним из факторов в своем исследовании Михайлова выделяет **интерактивность**. «YouTube» в данной категории автор считает, может позволить аудитории комментировать контент, который размещается на видеохостинге. У традиционного телевидения отсутствует данная функция, а также нет двухсторонней коммуникации с аудиторией.

Индивидуальность, как следующий фактор автор разделяет следующим образом, в традиционном телевидении индивидуальность подвергается цензуре, у «YouTube» индивидуальность выражается в большей свободе в высказываниях, тиражировании.

Фактор **перспектива** у традиционного телевидения состоит в том, что актуальность просмотра телепередач значительно снижается, в то время как «YouTube» набирает популярность среди всех возрастных групп населения и является популярнее ТВ.

Коммуникацию с другими СМИ автор выделил в отдельную категорию, в которой Михайлова считает, что традиционное телевидение пользуется услугами «YouTube» для рекламирования своих программ. «YouTube» же не использует телевидение, ему не требуется «подпитки» своей популярности на сторонних сервисах.

Не маловажным фактором автор считает **контроль за контентом**. У традиционного телевидения контроль за выпускаемым контентом контролируется государством. У «YouTube» же контроль за контентом осуществляют владельцы транслируемого канала, а также рамки закона, установленные в государстве³⁷.

Ссылаясь на работу В. М. Горохова «Основы журналистского мастерства» мы выделили следующие личные качества, которые должны присутствовать у ТВ-журналиста:

– характеристики внешности (презентабельный внешний вид, общительность, обаяние);

³⁷ Михайлова В.М. YouTube как канал коммуникации // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 12. С. 126.

- коммуникативные характеристики (безупречная дикция, умение выражать свои мысли точно и понятно; умение держаться перед камерой);
- личностные характеристики (смелость, объективность, выносливость, стрессоустойчивость, работоспособность и трудолюбие);
- профессиональные характеристики (умение анализировать события и явления, умение выполнять работу быстро и в срок, оперативность, коммуникабельность, умение работать в команде, инициативность).

Трэвел-журналист несет ответственность за продукт своих путешествий. Журналист, работающий в данном жанре, не должен забывать, что в современном обществе остро стоит проблема воспитания терпимости к чужим культурам.

Типологию ведущих для трэвел – передачи предложил известный российский путешественник Николай Баландинский³⁸:

- профессиональный телеведущий, хорошо известный, легко входящий в новое амплуа;
- известная личность (музыкант, шоумен и т.п.), человек, чье лицо хорошо знакомо зрителю;
- специалист заслуживший авторитет и известность в определённых кругах, это может быть географ, путешественник, ученый и др.;
- не путешественник и не авторитет;
- не путешественник, но авторитет с необходимыми интеллектуальными и энциклопедическими знаниями.

Трэвел – блогер – это пользователь Интернета, занимающийся описанием своих путешествий. В отличие от трэвел – журналиста он информирует аудиторию о своем путешествии, своем опыте, своем восприятии места назначения. Материалы Трэвел-блогеров намного «персональнее» журналистских – это дневники авторов³⁹.

Специфика формата видеохостинга «YouTube» позволяет трэвел – блоге-

³⁸ Баландинский Н.В. Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? [Электронный ресурс] // Geografia.ru: офиц. сайт. 13.01.2003 URL: <http://www.geografia.ru/npprogr.html>. (дата обращения: 20.01.2021).

³⁹ Показаньева И.В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста // Universum: филология и искусствоведение. 2015. № 3. С. 2.

рам выходить за рамки, которые зритель привык видеть при просмотре ТВ передач про путешествия. В выпусках трэвел – блогов зритель не увидит четко прописанный текст, не будет постановочных кадров, а так же нет четкой схемы построения выпуска. Данная специфика обеспечивает более живую подачу материала.

Так же обратим внимание на хронометраж. Если в ТВ передачах есть четко регламентированный хронометраж выпуска, то в выпуске трэвел – блога хронометраж выпуска не имеет рамок.

Не маловажной частью выпуска как передачи на ТВ, так и на «YouTube» является съемка программы, монтаж и публикация на канале, либо вывод в эфир.

В работе Т. Ю. Розинкина приводит основные методы съемки:

- синхронная съемка – это такая съемка программы, при которой звуковая дорожка записывается сразу, одновременно с кадром;
- не синхронная съемка – это съемка программ, при которой звуковая дорожка не записывается;
- фонограммная съемка – это съемка программ, при которой звуковая дорожка записывается отдельно и позже в студии сопоставляется с видео.

Главная задача журналиста, режиссера, оператора и других творческих работников состоит в обеспечении аудитории видео и аудио информацией, ознакомить ее с происходящими событиями в мире и стране, используя при этом профессиональные особенности телевидения. Блогер же в силу своей направленности, является универсальным специалистом, если он хочет добиться высокого рейтинга ему приходится уметь и сочетать в себе умения оператора, маркетолога, специалиста по PR и рекламе, режиссера, сценариста и т.д.

В данном параграфе, мы рассмотрели ключевые аспекты соприкосновения и различия журналистики и видеоблогинга и пришли к выводу, что различия между блогингом и журналистикой кроется их целях и задачах. Так же, все вышеизложенные факторы различий дают нам основание предположить, что видеоблогинг, как и журналистика имеет право на предоставление аудитории

качественного контента.

Таким образом, подводя итоги первой главы, мы пришли к выводу, что трэвел – журналистика как и трэвел – блогинг представляет широкое поле для творчества и исследований. Из этого следует, что журналисты и видеоблогеры, работающие в данном направлении имеют большой пласт жанров и тем для своих материалов. Следовательно, данные материалы могут собрать вокруг себя разнообразную аудиторию.

Что касается журналистики, трэвел – материалов выпускаемы как на ТВ, так и на видеохостнге «YouTube», они имеют важные черты: насыщенность контента, присутствие образа повествующего автора, факты.

2 АНАЛИЗ ТЕМЫ ЖУРНАЛИСТИКА ПУТЕШЕСТВИЙ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ Ж.БАДОВОЙ «ЖИЗНЬ ДРУГИХ» И АВТОРСКОГО ПРОЕКТА А. ПТУШКИНА

Программы о путешествиях выпускались на протяжении всего периода существования ТВ и видеохостинга «YouTube». Исследуемые нами медиапродукты являются популярными Российскими проектами.

Российская компания – разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей в режиме реального времени «Медиалогия» составила рейтинг трэвел – каналов в YouTube за сентябрь 2020 года. По данным рейтинга выбранные нами медиапродукты занимают первое (видеоблог Антона Птушкина) и седьмое место (программа Жанны Бадоевой «Жизнь других») из 20 трэвел-каналов России⁴⁰.

Для анализа нами были выбраны два проекта: на видеохостинге «YouTube» мы взяли авторский проект Антона Птушкина, относительно ТВ передачи, мы выбрали программу «Жизнь других» выходящую на Первом канале.

Программа «Жизнь других» на Первом канале. Выбор был обусловлен тем, что на данный момент «Жизнь других» является одной из самых популярных передач о путешествиях на российском телевидении.

Анализ программы проводился на основе выпусков, вышедших в эфир в период с 17 февраля 2019 года по 06 декабря 2020 года. Всего нами было проанализировано 61 выпуск.

Авторский проект Антона Птушкина. Выбор был обусловлен тем, что на данный момент данный проект является одним из самых популярных в Российском видеоблогинге.

Анализ видеоблога проводится на основе выпусков, вышедших в эфир в период с 18 сентября 2018 года по 13 апреля 2021 года. Всего нами было проанализировано 20 выпусков.

⁴⁰ ТОП-20 YouTube-каналов о путешествиях за сентябрь [Электронный ресурс] // Mlg.ru: офиц. сайт. 15.12.2002. URL: https://www.mlg.ru/blog/smm_ratings/7831. (дата обращения: 24.01.2021).

2.1 Анализ и характеристика программы «Жизнь других» и медиапродукта «Антон Птушкин»

Первый проект – авторская программа Жанны Бадоевой «Жизнь других».

Первый сюжет передачи «Жизнь других» появился на Первом канале 17 февраля 2019 года. Последний выпуск датирован 10 мая 2021 года. Съемки передачи начались осенью 2018 года, и продолжаются по настоящее время. Периодичность выпусков 3 – 4 раза в месяц.

Всего шоу насчитывает 77 полных выпусков. Средний хронометраж одного выпуска составляет 40 – 50 минут. Рабочий состав передачи состоит из ведущей, одного профессионального оператора и продюсера. На сегодняшний день, выпуски передачи выходят на Первом канале и на официальном канале на видеохостинге «YouTube». Порядок выпусков, дата и населенные пункты представлены в приложении А.

Авторам и ведущими проекта выступила Бадоева Жанна Осиповна, известная зрителям как бывшая ведущая программы «Орел и Решка», которой она стала в 2011 году, так же она была ведущей таких передач как: «Мастер Шеф», «Битва Салонов», «#Жаннапожени», «Опасные гастроли», «Жаннапомоги».

В своем интервью на YouTube канале «А поговорить» Жанна Бадоева, рассказала, как появилась идея программы «Жизнь других»: « Эта идея зародилась и зрела у меня 1,5 года и в итоге, мы сняли пилотный выпуск который мой муж и по совместительству продюсер Василий Мельничин начал продавать. Мы сразу решили попробовать проект на телевизионные каналы, а не в YouTube. Так он и появился на столе генерального директора «Первого канала», Константина Эрнста. Константину Львовичу понравился выпуск, и он предложил нам контракт»⁴¹.

Шоу «Жизнь других» рассказывает о жизни страны не с точки зрения туризма, его главная цель показать жизнь страны изнутри. Иными словами – никаких достопримечательностей, национальных блюд, традиций, фото на память

⁴¹ Жанна Бадоева: о скандале с Нателлой Крапивиной, муже из Италии и работе на «Первом» [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=nxF_k-2SI2U. (дата обращения: 25.01.2021).

и сувениров. Вместо этого – будни простых людей, стоимость школы или сада, цены на коммунальные услуги и прочие особенности жизни и быта иностранцев.

«Меня всегда интересовала жизнь иностранцев изнутри. Что у местных в холодильнике, какие у них больницы, сколько они тратят на свет и воду в месяц, как живется их пенсионерам. Этой простейшей информации нет нигде» – делиться в своем интервью создатель проекта Жанна Бадоева.

Суть телепередачи заключается в том, что «Жизнь других» является трэвел-шоу для людей, которые любят путешествовать и открывать для себя новое и необычное. Для людей, которым интересно вникать в жизнь страны с разных ее сторон. По данным первого канала, целевая аудитория данного медиапроекта – это люди, в возрасте от 14 – 59 лет. Данная возрастная группа людей была приведена, ссылаясь на основную аудиторию канала, на котором транслируют шоу.

До поездки редакторы программы проводят подготовительную работу: находят героев программы локации, договариваются о посещении мест для съемок.

Фактором, который отличает данное шоу, является искренность подачи материала. Ведущая при помощи эффекта полного погружения в жизнь людей, помогает зрителю понять все традиции и нюансы страны. Аудитория должна быть уверена в том, что все случившееся с ведущей происходит на самом деле, так как зачастую она становятся участником событий и ситуаций, в которых она должна незамедлительно принимать решение. Лексика, используемая ведущей в передачи обычно разговорная, свободная.

Так же отличительная черта данного шоу является то, что на первый план выходит не ведущий, а простые жители, которые рассказывают зрителю о своей жизни.

Стоит отметить, что у программы есть свой стиль. Для названия, в заставке разработан уникальный дизайн, который также отображается в выпусках. Логотип выполнен в оранжевом, желтом, розовом и белых тонах. Для самого логотипа с названием программы, авторы используют белый цвет на фоне розо-

вого фона. Спокойная комбинация нежных оттенков, классическое сочетание, которое всегда смотрится выигрышно. Оно ассоциируется у зрителя с чем-то романтическим и мягким. При взгляде на данные цвета хочется расслабиться и отдохнуть. Оранжевый цвет используют на белом фоне для обозначения страны, о которой будет выпуск. Таким контрастным сочетанием авторы привлекают внимание и оставляют положительное впечатление у зрителя. Яркий оранжевый отлично совместим со спокойным и базовым белым. Именно благодаря такому сочетанию оранжевый и выглядит более выразительным и современным.

Изучив все выпуски, мы сделали вывод, что авторы придерживаются одной структуры. Каждый выпуск программы строится по определенной сконструированной схеме:

- подводка ведущей к стране или городу;
- заставка «Жизнь других»;
- стенд ап ведущей на фоне одной из главных достопримечательностей страны;
- представление героев программы и краткая их характеристика;
- интервью с героями программы;
- рассказ о жизни страны;
- экскурсия по локациям;
- впечатление ведущей в конце программы.

По данным рейтинга проведенного исследовательской компанией АО «Медиаскоп», в разделе « Телевидение. Регион: Москва. Неделя: 07/12/2020 – 13/12/2020 Отчет: Программы-лидеры по жанрам Жанр: Познавательные программы», исследуемая нами программа занимает 4 место из 10. При этом, не обогнав такую передачу как: «Чудо техники с Сергеем Малоземовым», но обогнав такую передачу как: «Мир наизнанку».

Цель программы «Жизнь других» показать путешествия в страну с точки зрения ее жителя. Жанна Бадоева показывает телезрителям «обратную сторону», «изнанку» жизни других стран и континентов. Она целенаправленно избегает туристических мест. Как правило, туристы не могут видеть реальное и

объективное положение в таких местах. Передача открывает новые горизонты и дает понять: путешествие по стране это не всегда рассказ об ее достопримечательностях и где хорошо отдохнуть в ней, это так же может, быть полная погруженность в быт и культуру страны.

Данные рейтинга мы предоставляем на рисунке 1.

Телевидение. Регион: Москва. Неделя: 07/12/2020 - 13/12/2020 Отчет: Программы-лидеры по жанрам Жанр: Познавательные программы								
№	Дата	Название	Начало	Конец	Канал	Аудитория, тыс. чел.	Рейтинг, %	Доля, %
1	12.12.2020	Живая еда с Сергеем Малоземовым	10:59	11:58	НТВ	339.9	2.3	14.1
2	13.12.2020	Чудо техники с Сергеем Малоземовым	10:56	11:53	НТВ	292.9	2.0	11.1
3	12.12.2020	Главная дорога	10:20	10:59	НТВ	285.7	1.9	12.2
4	13.12.2020	Жизнь других	10:15	11:15	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	263.9	1.8	10.8
5	08.12.2020	О самом главном	09:57	10:59	РОССИЯ 1	239.5	1.6	14.8
6	13.12.2020	Мир наизнанку	20:42	21:52	ПЯТНИЦА	214.8	1.5	4.5
7	13.12.2020	Первая передача	10:21	10:56	НТВ	210.5	1.4	8.8
8	09.12.2020	Жить здорово	09:50	10:55	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	210.0	1.4	13.7
9	12.12.2020	Доктор Мясников	12:35	13:40	РОССИЯ 1	206.6	1.4	7.7
10	13.12.2020	Непутевые заметки	09:18	09:59	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	166.5	1.1	9.8

Отчет: Программы-лидеры по жанрам Жанр: Познавательные программы

Рисунок 1 – Телевидение. Регион: Москва. Неделя: 07/12/2020 – 13/12/2020

Второй проект – это авторский проект Антона Птушкина.

Первый выпуск видеоблога о путешествиях на Youtube-канале «Антон Птушкин» появился 18 сентября 2018 года. Последний выпуск датирован 13 апреля 2021 года. Съёмки передачи начались осенью 2018 года, и продолжают-ся по настоящее время. Периодичность выпусков один раз в месяц, бывает, что автор делает перерывы в 1 – 2 месяца между выпусками. Это обусловлено тем, что Антон Птушкин в силу своих технических возможностей сам монтирует выпуски видеоблога.

Всего шоу насчитывает 20 полных выпусков. Средний хронометраж од-

ного выпуска составляет 40 – 50 минут. Рабочий состав передачи состоит из ведущего в лице Антона Птушкина, он же является оператором, продюсером, режиссером, монтажником. На сегодняшний день, выпуски передачи выходят на официальном канале на видеохостинге «YouTube». Порядок выпусков, дата и населенные пункты представлены в приложении Б.

Автором и ведущим проекта выступил украинский радиоведущий, телеведущий, диджей, видеоблогер, заслуженный журналист Украины 2020 года, Птушкин Антон Юрьевич, известный зрителям как бывший ведущий программы «Орел и Решка», которым он стал в 2017 году⁴². Во время съемок передачи Антон продолжал самостоятельно снимать небольшие сюжеты о странах и выкладывать их на Ютуб.

В своем интервью на YouTube канале «вДудь» Антон Птушкин, рассказал, как появилась идея создания собственного проекта на видеохостинге «YouTube»: «В процессе съемки передачи «Орел и Решка» я много смотрел за работой съемочной команды и в один из моментов, я понял, что мне, наверное, было это интересно. И в какой-то момент я задумался: «А смог ли я потянуть все это сам?». И я вложил последние 10 тысяч долларов, которые заработал на проекте в первый выпуск блога»⁴³.

В своем авторском проекте, Антон рассказывает о жизни страны не с точки зрения туризма, его главная цель показать жизнь страны изнутри. Иными словами никаких достопримечательностей, национальных блюд, традиций, фото на память и сувениров. Вместо этого – будни простых людей, автор рассказывает любопытные детали о тех городах и странах, которые посещает, делится субъективными впечатлениями и лайфхаками, которые могут быть полезны туристам.

«Моя задача как ведущего, быть для зрителя неким «камертоном, я должен зарядить зрителя на те эмоции, которые я как человек, который приехал в ту или иную страну получил от нее» – делиться в своем интервью создатель

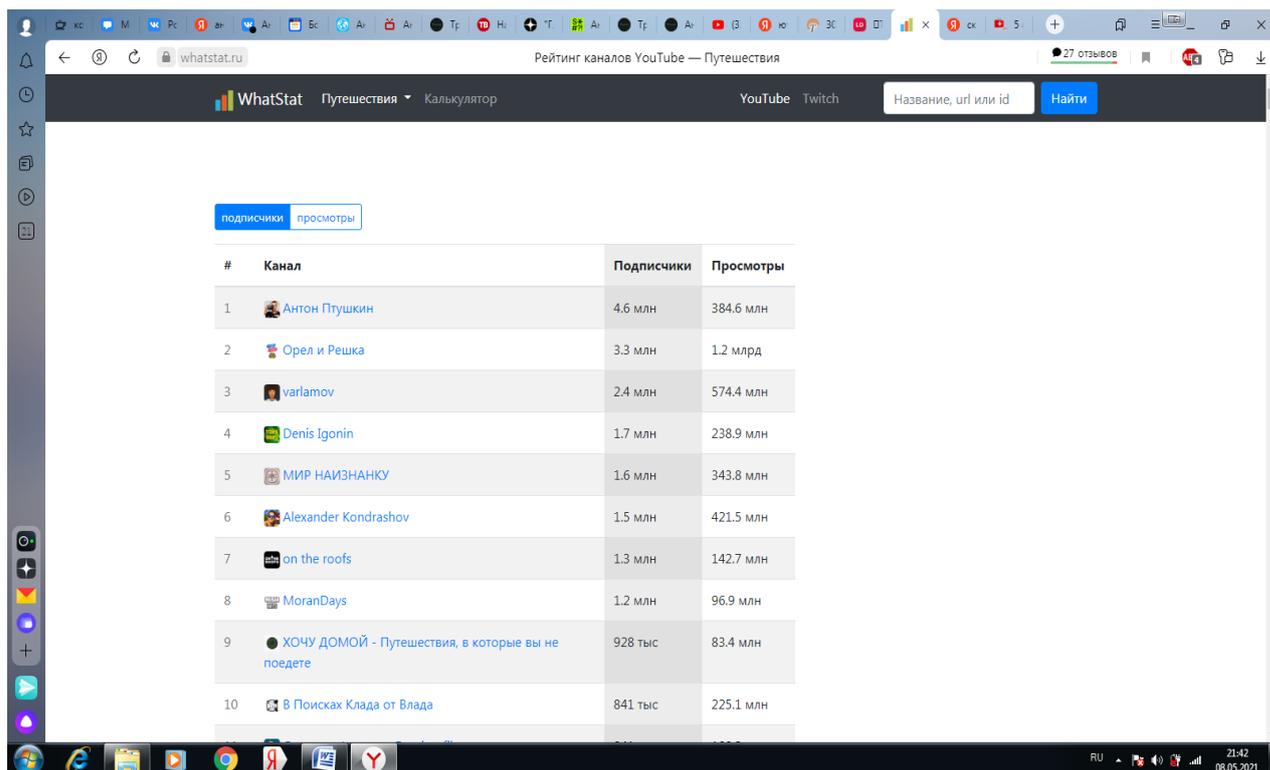
⁴² Антон Птушкин [Электронный ресурс] // Srsly.ru: офиц. сайт. 13.08.2019. URL: <https://srsly.ru/person/show/679>. (дата обращения: 27.01.2021).

⁴³ Птушкин – главный путешественник ютуба [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=recHRnvwAaY>. (дата обращения: 28.01.2021).

проекта Антон Птушкин.

По данным рейтинга проведенного исследовательской компанией «WhatStart», в разделе « YouTube.Отчет: Программы – лидеры по жанрам Жанр: Путешествия», исследуемый нами канал занимает 1 место из 500. При этом обогнав такие каналы как: «Орел & решка», «Жанна Бадоева. Жизнь других» и др.

Данные рейтинга мы предоставляем на рисунке 2.



#	Канал	Подписчики	Просмотры
1	Антон Птушкин	4.6 млн	384.6 млн
2	Орел и Решка	3.3 млн	1.2 млрд
3	varlamov	2.4 млн	574.4 млн
4	Denis Igonin	1.7 млн	238.9 млн
5	МИР НАИЗНАНКУ	1.6 млн	343.8 млн
6	Alexander Kondrashov	1.5 млн	421.5 млн
7	on the roofs	1.3 млн	142.7 млн
8	MoranDays	1.2 млн	96.9 млн
9	ХОЧУ ДОМОЙ - Путешествия, в которые вы не поедете	928 тыс	83.4 млн
10	В Поисках Клада от Влада	841 тыс	225.1 млн

Рисунок 2 – YouTube.Отчет: Программы-лидеры по жанрам Жанр: Путешествия

Цель исследуемого нами видеоблога показать путешествия в страну с точки зрения туриста. Антон Птушкин в своих пусках совмещает как туристическую сторону той или иной страны, так и через диалоги с местными жителями показывает зрителям жизнь страны изнутри. Передача открывает новые горизонты и дает понять: путешествие по стране это не всегда рассказ об ее достопримечательностях и где хорошо отдохнуть в ней, это так же может, быть полная погруженность в быт и культуру страны.

Лексика, которую использует ведущий разговорная, свободная.

До поездки автор программы проводит подготовительную работу: нахо-

дит локации для программы, договаривается о посещении мест для съемок, составляет маршрут своего путешествия.

Не маловажным фактом отличающий данный проект является то, что помимо основного канала на русском языке, у автора есть параллельные YouTube – каналах, которые Антон ведет на других языках: их на данный момент два – английский и китайский. На них Антон выкладывает такие же ролики, как и на основном канале.

Говоря о технической стороне вопроса, блогер объяснил, что в среднем тратит на работу над одним выпуском полтора месяца: от семи до десяти дней уходит на съемки, а на монтаж – от двух недель до месяца. Один только поиск подходящей музыки может занимать у него несколько дней. К монтажу Антон относится крайне трепетно: он убежден, что другой человек не сможет на основе одного лишь просмотренного материала воссоздать его эмоции и передать их зрителю.

Изучив все выпуски, мы сделали вывод, что автор придерживается одной структуры. Каждый выпуск видеоблога строится по определенной сконструированной схеме:

- подводка ведущего к стране или городу;
- прайс лист поездки;
- стенд ап ведущего на фоне одной из главных достопримечательностей страны;
- присутствие на протяжении всего выпуска закадрового голоса;
- вставки с видео с квадрокоптера с видом страны;
- впечатление ведущего в конце программы.

Съемка одного выпуска занимает примерно полтора месяца работы. В это время входит подготовка, организация, а также технические тонкости – как, например, подбор музыки в ролик. Сами съемки занимают обычно 5 – 7 дней.

7 декабря 2019 года на Церемонии вручения призов в области веб-

индустрии ⁴⁴ в номинации «Онлайн тревел-шоу года» победил авторский проект Антона Птушкина.

2.2 Тема журналистики путешествий на примере телевизионной передачи «Жизнь других»

В основе сюжета – показать жизнь страны изнутри, ее быт, обычаи, повседневную рутину.

Каждая серия «Жизни других» – это путешествия по миру ведущей, за время которого она посетит дома, школы, больницы, полицейские участки и многое другое.

Обычно, в каждой серии ведущая посещает одну страну или город и рассказывает о быте местных жителей и их жизни. Она общается с местными жителями, а также высказывает (закадровым голосом Бадоевой) свое мнение об увиденном зрителю, задает наводящие вопросы, и сравнивает жизнь в той или иной стране и в России.

Изучение выпусков программы «Жизнь других» позволило нам выделить несколько отличительных признаков и тенденций, которые свойственны шоу. Для анализа мы выбрали выпуск № 1, № 29, № 77. Жанна Бадоева стала не только ведущей программы, но и её сценаристом, а так принимала участие в монтаже программы.

При анализе выпусков телепроекта о путешествиях прослеживается, что телеведущая Жанна Бадоева в процессе съемок пользуется различными методами сбора информации, характерными для телевизионной журналистики. Перед тем, как ехать, Жанна обдумывает самые яркие события той страны, в которых будет происходить съемка.

Для подробного анализа программы, мы выбрали первый от 17.02.2019 Венеция (Италия), от 01.12.2019 Лос-Анджелес (США) и последний выпуск от 10.05.2021 Сараево. Критерии анализа мы взяли на основе диссертации Ю.А. Оганесовой «Выразительные средства телевизионных программ культурно-

⁴⁴ Церемония вручения призов в области веб-индустрии [Электронный ресурс] // Premia-w.ru: офиц. сайт. 19.11.2018. URL: <http://premia-w.ru>. (дата обращения: 28.01.2021).

просветительской тематики»⁴⁵.

Несмотря на свой небольшой период выхода, программа имеет ряд особенностей: постановка кадра, цветовое решение программы, стиль повествования, хронометраж, языковые особенности, техническая поддержка, рассказ о жизни страны.

Далее мы рассмотрим каждую из них более подробно:

– хронометраж: продолжительность первого выпуска составляет 42 минуты 18 секунд. Продолжительность выпуска № 29 – 44 минуты 43 секунды. Продолжительность последнего выпуска – 44 минуты 45 секунд;

– постановка кадра: во всех трех выпусках присутствуют такие приемы кадра как: непрерывное следование за ведущим на общем плане, непрерывное следование за ведущим на крупном плане, переключение камеры с персонажа на то место, куда он стремится. Так же мы отметили, что в программе присутствуют дальние и панорамные планы, съемка высокоскоростной камерой;

– языковые особенности: лексика у ведущей обычно разговорная, свободная;

– техническая поддержка: присутствие профессионального оператора с камерой, наличие петлички у ведущей, профессиональный свет для интервью или съемки на улице;

– рассказ о жизни страны: рассказ о стране, во всех выпусках шоу, происходит через призму полного погружения в ее жизнь. Ведущая ест национальную пищу в гостях у людей, участвует в обрядах, посещает дома. Телеведущая делает обзор жизни страны, опираясь на повседневную жизнь её жителей.

Так же анализ обоих выпусков мы сделали по схеме, которую составили в первом параграфе второй главы.

Подводка ведущей к стране или городу.

В первом выпуске программы подводка к городу проходить в форме Стенд ап ведущей на главной площади (Венеции): *«Если бы я родилась в Венеции, что бы я умела делать, где бы я училась, где бы я работала, как бы я раз-*

⁴⁵ Оганесова Ю.А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис ... канд. филол. наук. Воронеж, 2014. С. 61.

влекалась, любила и как бы встретила свою старость. Сегодня мы зайдем туда, куда не заходит не один турист. Это «Жизнь других...»⁴⁶.

В выпуске про Лос-Анджелес подводка к стране, о которой пойдет речь в выпуске, разделена на две части. В первой части, ведущая рассказывает закадровым голосом об одном из героев, а далее на экране появляется сама Жанна на фоне одной из главных достопримечательностей города: *«Сегодня выходной, поэтому Рик весь день планирует просто бродить по улицам Беверли-Хиллз, сидеть в ресторанах, пить кофе и фотографировать. И не смотря на то, что он выглядит как обычный турист с самой обычной камерой, одна его фотография может стоить и 20, и 50, и 60 тысяч долларов. Рик – профессиональный папарацци...»*.

«Добро пожаловать в Лос-Анджелес, это жизнь других...» данное приветствие снято на фоне памятного знака на Голливудских холмах в Лос-Анджелесе⁴⁷.

В последнем выпуске, где страной для посещения была Босния и Герцеговина, подводка к стране происходит закадровым голосом ведущей в повествовательной форме на фоне главных героев: *«Каждое утро жена Мон Амира готовит ему прекрасный сытный завтрак, тщательно гладит рубашку, помогает завязать галстук и обязательно целует на прощание. Ну, а Амир каждый день добирается на работу по дороге вдоль красивых гор..... Добро пожаловать в Варшаву, это «Жизнь других...»⁴⁸.*

Заставка «Жизнь других».

Заставка программы появляется в каждой программе в начале выпуска и от 3 до 5 раз за весь эфир, чаще всего это зависит от рекламных пауз на транслируемом канале. Так, в выпуске № 1 заставка присутствует 4 раза на 1, 14, 44, 36 минутах выпуска⁴⁹. В выпуске № 29 – 3 раза на 1, 13, 33, минутах выпуска⁵⁰. А в

⁴⁶ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. Сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

⁴⁷ Лос-Анджелес. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TZmbWAQI9K0>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁴⁸ Сараев – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁴⁹ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

выпуске № 77, так же как и в первом 4 раза на 1, 16, 28, 37 минутах выпуска⁵¹.

Стенд ап ведущей на фоне одной из главных достопримечательностей страны.

Стенд ап ведущей как мы уже отметили ранее, начинал первый выпуск программы: *«Если бы я родилась в Венеции, что бы я умела делать, где бы я училась, где бы я работала, как бы я развлекалась, любила и как бы встретила свою старость. Сегодня мы зайдем туда, куда не заходит не один турист. Это «Жизнь других...»*⁵². Данный стендап Жанна Бадоева записывала на центральной площади Венеции «Piazza San Marco».

В выпуске про Лос-Анджелес стенд ап ведущей так же был в начале выпуска: *«Жизнь в Лос-Анджелесе похожа на голливудский блокбастер: яркая, насыщенная интересная. Но и за каждым блокбастером стоят сотни обычных людей, в чьих жизнях нет ни фантастических пришельцев, ни репетиций, ни дублей. И именно про таких людей, мы сегодня и узнаем...»*⁵³. В этом выпуске стендап ведущей был на смотровой площадке на фоне памятного знака на Голливудских холмах в Лос-Анджелесе.

В выпуске про Сараево (последнем выпуске, вышедшем на телеэкраны) стенд ап ведущей отрывал эфирное время программы: *«Что мы знаем о Боснии и Герцеговине? Тут родился Эмир Кустурица, тут красивые горы и говорят тут вкусная и сытная кухня. Вот, пожалуй, и все. Давайте же все остальное сегодня и узнаем...»*⁵⁴. В данном выпуске стендап ведущей был записан на главной торговой площади Сараево под названием «Площадь Башчаршия».

Представление героев программы и краткая их характеристика.

⁵⁰ Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵¹ Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵² Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵³ Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵⁴ Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

В анализе трех выпусков программы мы проследили закономерность, что представление героев и их краткая характеристика происходит последовательно. Ведущая, для каждого выпуска отбирает 3 героев – это люди, разных социальных положений и рассказывает о них поочередно.

В первом выпуске программы «Жизнь других», Жанна Бадоева представила зрителю трех главных героев. Ими стали: владелец лавки карнавальных масок – Джорджио Галазко, потомственная герцогиня – Элеана Каппиниди Сорио, многодетная семья чемпионки по гребле – Глории Рольяни⁵⁵.

В выпуске от 01.12.2019 Лос-Анджелес главными героями стали: Моника и Марио Галлегос – семья профессиональных актеров, Самер Сакка – официант и начинающий актер, Эрик Робертс – знаменитый актер, номинант на премию «Оскар» и «Золотой глобус»⁵⁶.

Героями выпуска про Сараево стали: среднестатистическая семья Сараево – Сенка и Алмир Курт, ученики гимназии – Фариз и Ена, президент ассоциации таксистов – Енвер Сулягич⁵⁷.

Рассказ о жизни страны.

В выпуске от 17.02.2019 Венеция (Италия) ведущая, так же как и в выпуске от 01.12.2019 Лос-Анджелес и как в выпуске от 10.05.2021 Сараево рассказывает о жизни страны постепенно, на протяжении всего эфира. Это выражается в таких составляющих выпуска как: интервью с героями, показ школ, больниц, полиции, проулка по городу, общение с людьми разных профессий, посещение домов жителей.

Пример интервью с героями вы возьмём из выпуска про Венецию с владельцем лавки карнавальных масок – Джорджио Галазко:

– *«я знаю, что в Венеции очень большие налоги люди платят», – комментирует ведущая»;*

⁵⁵ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵⁶ Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵⁷ Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

– «да, шестьдесят процентов заработанного нам приходится отдавать государству. Такие у нас налоги», – отвечает Джорджио Галазко;

– «ну, ведь это же очень много, вас это возмущает?», – спрашивает ведущая;

– «конечно, нам очень жалко, но у нас нет другого выхода. Хочешь, меть свой бизнес, плати налоги, тут не скроешься...»⁵⁸.

Показ школ, больниц, полиции присутствует в каждом выпуске. К примеру, мы возьмем показ роддома в выпуске от 01.12.2019 Лос-Анджелес: «При входе в обычный роддом Лос-Анджелеса вполне может стоять рамка металлоискателя, а сумку посетителя могут поверять охранники, строго и внимательно, как в аэропорту. В остальном же клиника и сами роды практически не отличаются от Европейских. Просторные палаты, вежливые врачи и никакой диеты...»⁵⁹.

Проулка по городу присутствует в каждом выпуске передачи «Жизнь других». Для примера мы приведем отрывок из третьего анализируемого нами выпуска, а именно Сараево (Босния и Герцеговина): «Прекрасная погода, солнце, горы, птички поют. Вот так вот, вышел, а тут такой свежий воздух, гуляй с собаками и просто получай удовольствие...»⁶⁰.

Общение с людьми разных профессий является одной из главных составляющих выпуска передачи. Так, в выпуске про Венецию, ведущая Жанна Бадоева смогла поговорить с такими людьми как: владелец лавки карнавальных масок, чемпионка по гребле, врач скорой помощи, главным врачом роддома, преподаватель урока религии, спасателем и даже директором кладбища⁶¹.

Посещение дома жителей мы возьмем пример из выпуска про Лос-Анджелес, а именно посещение ведущей дома известного актера Эрика Роберт-

⁵⁸ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

⁵⁹ Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁶⁰ Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁶¹ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

са: *«Хозяйина этого дама, вы все прекрасно знаете по сотням голливудских фильмов и номинаций на «Оскар» и пока он заканчивает свои дела, а его жена Элайза работает, я пройдуь по их дому, и посмотрю так ли живут звезды Голливуда, как мы себе это представляем...»*.

«Это вот салон. Диван, кресло, телевизор. Так, идем дальше. Это очевидно рабочий стол, за которым люди работают, читают сценарии...»⁶².

Экскурсия по локациям.

В данную характеристику мы включили места посещения ведущей в стране. Это такие локации как: школа/университет, больница, полиция, дома местных жителей, род дом, детский сад. Такие места встречаются во всех выпусках программы.

Впечатление ведущей в конце программы.

Каждая программа заканчивается впечатлением ведущей о стране. В выпуске от 13.12.2019, Венеция, данный критерий был сформирован в форме стендапа ведущей: *«Если бы я родилась в Венеции, я бы умела управлять лодкой, я бы расписывала карнавальные маски, вышла бы замуж за гондольера, рыбака, пожарного. Жила бы до старости со своими детьми, внуками их женами мужьями, собаками, кошками. Никуда бы не спешила, в старости я бы играла в покер со своими подружками. Но этого мы никогда не узнаем, потому что это не моя жизнь а жизнь других...»⁶³*.

В выпуске от 01.12.2019 Лос-Анджелес, ведущая поделилась своими впечатлениями с помощью закадрового голоса на фоне достопримечательностей города: *«В Лос-Анджелесе, даже обычная жизнь подчиняется законам драматургии. Тут любой официант уже завтра может стать звездой с мировым именем, а простой таксист свергать голливудской улыбкой. И где как не в Элэй мне скажут, что американская мечта это...»⁶⁴*.

⁶² Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. (дата обращения: 28.01.2021).

⁶³ Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. (дата обращения: 28.01.2021).

⁶⁴ Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbt>

В выпуске от 10.05.2021 Сараево, своим впечатлением Жанна поделилась при помощи закадрового голоса: *«После самого темного времени всегда наступает рассвет. Местные жители об этом знают как никто. Именно поэтому они ценят мир и готовы бороться за него каждый день. Они независимо от религии, возраста, профессии гордятся своей маленькой страной потому что...»*⁶⁵.

Для полного рассмотрения формирования положительного образа ведущей в программе, мы опирались на приведенные нами в первой главе личностные качества.

Характеристики внешности (презентабельный внешний вид, общительность, обаяние).

На экране Жанна Бадоева представлена как энергичный телеведущий, энтузиаст, всегда находящийся в активном движении и хорошем настроении.

В процессе съемок ведущая держится свободно, но не развязно. Она уверена в каждом произнесенном слове. Стоит заметить, что на протяжении всех выпусков трэвел – проекта о путешествиях «Жизнь других» внешний облик телеведущего оставался без изменений.

Трэвел – журналист обладает хорошими коммуникативными навыками. Узнаваемый внешний облик телеведущего, и манера подачи материала телеведущим делают программу привлекательной для зрителя.

Коммуникативные характеристики (безупречная дикция, умение выражать свои мысли точно и понятно; умение держаться перед камерой).

Если сравнивать чтение текста за кадром и в кадре, то оно (с точки зрения лексического, грамматического, а также этического аспектов) не отличается от речи телеведущего в кадре. Тембр голоса телеведущего подчеркивает своеобразие информационного материала той или иной тематики. Голос, звучащий в подводках к сюжетам, узнаваем и грамотен. Такая форма подачи текста помо-

GNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5. (дата обращения: 28.01.2021).

⁶⁵ Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WXXK0Ak&t=81s>. (дата обращения: 28.01.2021).

гает делать формат трэвел – проекта более познавательным.

Относительно способа подачи материала, а именно речевых особенностей телеведущая четко проговаривает текст, имеет правильную дикцию, обладает хорошими языковыми навыками. Жанна Бадоева заранее готовит подводки к сюжету, звучащие за кадром, для которых характерно верное произношение слов и правильная расстановка ударений.

Личностные характеристики (смелость, объективность, выносливость, стрессоустойчивость, работоспособность и трудолюбие).

На начальном этапе создания программы характерной особенностью ведущей было активное участие в том, что было показано на экране. Знание иностранных языков со стороны ведущей вызывает еще больший интерес аудитории.

Профессиональные характеристики (умение анализировать события и явления, умение выполнять работу быстро и в срок, оперативность, коммуникабельность, умение работать в команде, инициативность).

Ссылаясь на профессиональные характеристики, Жанна Бадоева выступает как профессионал своего дела. Так как она является и в ведущей, и продюсером, а так же принимала активное участие в монтаже программы.

Так же Жанна, сама выбирает страну для посещения и маршрут, по которому будет идти съемочная группа.

Анализ выпусков авторского проекта Жанны Бадоевой «Жизнь других» о путешествиях показал, что телепрограммы формата «Трэвел – журналистика» отличаются необычностью и экзотичностью тематик, значимостью сообщаемого материала, жанровым своеобразием и представляют познавательную ценность.

2.3 Тема журналистики путешествий на примере видеоблога Антона Птушкина

В основе сюжета – показать путешествия в страну с точки зрения туриста. Антон Птушкин в своих выпусках совмещает как туристическую сторону той или иной страны, так и через диалоги с местными жителями показывает зрителям жизнь страны изнутри. Передача открывает новые горизонты и дает по-

нять: путешествие по стране это не всегда рассказ об ее достопримечательностях и где хорошо отдохнуть в ней, это так же может, быть полная погруженность в быт и культуру страны.

Каждый выпуск – это путешествия в какую – то страну, за время которого Антон покажет все интересные места, обучит лайфхакам в той или иной стране, и посетит дома, школы, больницы и многое другое.

Обычно, в каждом выпуске ведущий посещает одну страну или город и рассказывает о быте местных жителей и их жизни. Он общается с местными жителями, а также высказывает (закадровым голосом) свое мнение об увиденном зрителю, с технической помощью трех дронов (квадрокоптеров), ведущий открывает зрителю виды на те места, которые не увидеть с земли, так же Антон дает полезные советы по посещению страны.

Изучение выпусков видеоблога Антона Птушкина позволило нам выделить несколько отличительных признаков и тенденций, которые свойственны блогу. Для анализа мы выбрали выпуск № 1, № 10, № 22. В анализируемом нами видеоблоге, Антон стал не только ведущем выпусков, но и сценаристом, а так же монтажником, звукорежиссёром и режиссером.

Перед тем, как ехать, Антон четко продумывает самые яркие события той страны, в которых будет происходить съемка. Чаще всего автор производит съемку в традиционной для видеоблога манере: Антон одной рукой держит камеру. Съемка выпусков чаще всего происходит в общих и средних планах. Для записи общения с жителем страны, автор ставит камеру на поверхность напротив себя и интервьюируемого, тем самым, снимая сразу двух человек со стороны.

Для подробного анализа программы, мы выбрали первый от 18.09.2018 Исландия, от 09.07.2019 Канада и последний выпуск от 13.04.2021 Гавайи. Критерии анализа, так же как и для программы «Жизнь других», мы так же взяли на основе диссертации Ю.А. Оганесовой «Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики»⁶⁶.

⁶⁶ Оганесова Ю.А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис ... канд. филол. наук. Воронеж, 2014. С. 64.

Несмотря на свой небольшой период выхода, программа имеет ряд особенностей: постановка кадра, цветовое решение программы, стиль повествования, хронометраж, языковые особенности, техническая поддержка, рассказ о жизни страны.

Далее мы рассмотрим каждую из них более подробно:

– хронометраж: продолжительность первого выпуска составляет 45 минуты 48 секунд. Продолжительность выпуска №10 – 56 минуты 53 секунды. Продолжительность последнего выпуска – 45 минуты 28 секунд;

– постановка кадра: во всех трех выпусках присутствуют такие приемы кадра как: непрерывное следование камеры за персонажем на общем плане, непрерывное следование камеры за персонажем на крупном плане, переключение камеры с персонажа на то место, куда он стремится. Так же мы отметили, что в программе присутствуют дальние и панорамные планы, съемка высокоскоростной камерой. Съемка с помощью трех дронов (квадрокоптер). Большинство кадров в выпуске снято общим и средним планом;

– языковые особенности: лексика у ведущего обычно разговорная, свободная, иногда у ведущего присутствует абсценная лексика;

– техническая поддержка: присутствие профессиональной камеры у ведущего, наличие петлички у ведущего;

– рассказ о жизни страны: рассказ о стране, во всех выпусках шоу, происходит через призму полного погружения в ее жизнь. Ведущий ест национальную пищу людей, участвует в обрядах, посещает дома. Телеведущий делает обзор жизни страны, опираясь на повседневную жизнь её жителей.

Так же анализ обоих выпусков мы сделали по схеме, которую составили в первом параграфе второй главы.

Подводка ведущего к стране или городу

В первом выпуске блога подводка к городу проходить в форме Стенд ап ведущего, Антон Птушкин снимет себя сам на камеру и рассказывает зрителю о стране, в которую отправился. В данном выпуске про Исландию, ведущий начинает свой видеоблог с фразы, которая совмещает в себе приветствие со

зрителем и подводку к стране: *«Пять дней в пути, две тысячи двести километров по дорогам Европы, а потом еще черт знает сколько вплавь, и вот мы в Исландии...»*⁶⁷.

В выпуске про Канаду подводка к стране, о которой пойдет речь, происходит закадровым голосом ведущего на фоне живописных видов, которые автор снял: *«Канада – огромная и красивая страна, я ехал сюда с небольшим скептицизмом, а оказалось совершенно зря, здесь есть, что посмотреть и, что показать...»*⁶⁸.

В выпуске про Гавайи подводка к стране происходит аналогично с первым анализируемым выпуском, ведущий сам снимает себя на камеру и рассказывает причину выбора данной локации для съемок: *«Давайте начнем сначала. Это – я, привет. В декабре 2020 года я приехал на Гавайский остров Оаху и проехал его вдоль и поперек.... В общем, если делать короткий вывод по Оаху, то это такой Sample Paks Гавайских островов, но в случае с Гавайями, одним островом не ограничишься. Тут вообще семь обитаемых островов, и я долго думал уда же ехать и решил. Дамы и господа, добро пожаловать на Большой Остров...»*⁶⁹.

Прайс лист поездки

Прайс – лист поездки появляется в каждой программе. Чаще всего это происходит на протяжении всего выпуска, ведущий делится ценами для зрителя и показывает, что и сколько будет или уже стоит. Так, в выпуске № 1 прайс-лист присутствует на протяжении всего выпуска, а именно на 5 минуте выпуска, ведущий показывает зрителю цены на еду в супермаркете: *«Я приехал в супермаркет и это не простой супермаркет. Это – супермаркет скидок, то есть все, что вы сейчас увидите, самая низкая цена по рынку...»*.⁷⁰ На 18 мину-

⁶⁷ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vYsPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁶⁸ Канада: легалайз, эмиграция, красоты. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hMPMUDydTtQ>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁶⁹ Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_-k. (дата обращения: 30.01.2021).

⁷⁰ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vYsPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

те, автор рассказывает о ценах на жилье в Исландии: *«Ну, а теперь самое интересное. Цены на жилье. Я не буду здесь ничего комментировать, просто знайте, что все, что вы видите это не цены на гостиницы, а цены на гестхаусы...»*⁷¹. На 32 минуте, Антон озвучивает цены на поход в достопримечательность Исландии – горячи источники: *« Минимальный билет стартует с 50 евро, но в этот день, я нашел билеты только за 70 и 90 евро. Желающих приехать сюда толпы и билеты и бронировать билеты обязательно нужно за пару дней...»*⁷².

В выпуске № 10 прайс – лист поездки ведущий озвучивает в начале выпуска, уже в начале выпуска ведущий озвучивает цены на билеты до Канады: *«Сейчас наша любимая рубрика «Почем билеты, касатик?» билеты туда и назад мне обошлись в 850 долларов, еще примерно 300 долларов это внутренние перелеты, итого 1150 долларов...»*⁷³. На 22 минуте выпуска, Антон Птушкин посещает Национальный парк Канады: *«Въезд в Национальный парк платный, 30 долларов. За эти деньги ты получаешь пропуск, путеводитель по достопримечательностям, отличные дороги с эстакадами и многое другое...»*⁷⁴. На 42 минуте, Птушкин показывает цены на бюджетные отели в Ванкувере: *«Я взял себе самый бюджетный вариант из тех, что были в центре. И вот, что мне это стоило, а имен 800 долларов. Средняя стоимость квартир в Ванкувере составляет 815 тысяч долларов...»*⁷⁵.

В выпуске № 20 – ведущий вообще обошёлся без прайс-листа.

Стендап ведущего в начале выпуска на фоне одной из точек съемке в стране

Стендап ведущего как мы уже отметили ранее, начинал первый выпуск видеоблога, а именно про Исландию. В данном выпуске свой стендап Антон Птушкин записал после перехода границы страны: *«Ну, как обычно все не так*

⁷¹ Там же.

⁷² Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vvYSPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁷³ Канада: легалайз, эмиграция, красоты. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hMPMUDydTtQ>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁷⁴ Там же.

⁷⁵ Там же.

как я себе представлял. Я думал Исландия будет триумфальная, с фанфарами встречать странника, который приехал из далека. Но нет, ребята посмотрели на меня и сказали: «Проезжай ка дружок, на второй гейд, там с тобой хотят поговорить...»⁷⁶.

В выпуске про Канаду стендап ведущего так же был в начале выпуска, после подводки к месту путешествия, в данном выпуске, ведущий сделал свой стендап в игровой форме, а именно решил, проверит знание зрителей о столице Канады. Антон Птушкин предложил зрителю выбрать правильный ответ на вопрос: *«Друзья, давайте в начале выпуска проверим ваши знания по Канаде и ответим на один простой вопрос. Столица Канады это... Ванкувер, Монреаль или Торонто? Правильный вариант ответа это не Ванкувер, не Монреаль и даже не Торонто. Это Оттава...»⁷⁷.*

В выпуске про Гавайи стенд ап ведущего и открывал выпуск и закрывал эфирное время программы: *«Давайте начнем сначала. Это – я, привет. В декабре 2020 года я приехал на Гавайский остров Оаху и проехал его вдоль и поперек... В общем, если делать короткий вывод по Оаху, то это такой Sample Paks Гавайских островов, но в случае с Гавайями, одним островом не ограничишься. Тут вообще семь обитаемых островов, и я долго думал уда же ехать и решил. Дамы и господа, добро пожаловать на Большой Остров...»⁷⁸.* В конце выпуск как нами уже было отмечено, ведущий закрывал выпуск своим стендапом: *«Если есть возможность хотя бы раз в жизни полететь на Гавайи, то это сто процентов нужно делать. Здесь есть действительно уникальные вещи, но я на самом деле путешествовал по островам с мыслью «Как просто стало путешествовать», а смысл в том, что я когда готовился к выпуску, читал историю Гавайских островов, понимал, что люди еще сто лет назад, уже путешествовали, но для того, чтобы доплыть до Гавайи, нужно было прове-*

⁷⁶ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vYsPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁷⁷ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vYsPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁷⁸ Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_-k. (дата обращения: 30.01.2021).

сти на корабле несколько месяцев... Сейчас даже в такое отдаленное место, как Гавайи можно добраться за полтора дня...»⁷⁹.

Присутствие на протяжении всего выпуска закадрового голоса

При анализе трех выпусков видеоблога мы увидели закономерность, что присутствие закадрового голоса, присутствует на протяжении всего выпуска блога. Ведущий, следуя за кадровым изображением, рассказывает зрителю о стране.

Один из пример закадрового голоса в выпуске про Исландию мы приведем: *«Уже в самые первые часы Исландия влюбляет в себя, своими лугами, водопадами и бескрайними просторами по которым хочется ехать и ехать...»⁸⁰.*

Из Канадского выпуска мы также приведем один пример: *«Вот, где-то там, за слоем брызг и находится Ниагарский водопад, самый мощный водопад в Северной Америке, в высоту он 53 метра, а в ширину почти 80. Несмотря на довольно частые сообщения Ниагарский водопад замерзал лишь дважды в своей истории в 1848 и 1912 годах...»⁸¹.* Данный закадровый голос сопровождал картинку съемки Ниагарского водопада.

В выпуске про Гавайи: *«Кратер вулкана Килауэа огромный, около километр в диаметре. Килауэа – это щитовой вулкан, визуально он сильно отличается от вулканов конической формы, которые мы привыкли видеть. Вот так выглядит кратер Килауэа спустя несколько дней после извержения...»⁸².* Закадровый голос на этом кадре сопровождается картинкой вулкана Килауэа.

Вставки с видео с дрона (квадрокоптера) с видом страны

В данную характеристику мы включили отличительную черту видеоблога Антона Птушкина. Присутствие съёмки пейзажей на дрон (квадрокоптер) прослеживается в каждом анализируемом нами выпуске.

Так в выпуске под номером 1 (Исландия), такой прием съемки использо-

⁷⁹ Там же.

⁸⁰ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vvYSPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁸¹ Там же.

⁸² Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_-k. (дата обращения: 30.01.2021).

вался на 1, 3, 17, 23, 37, 39 минутах выпуска⁸³.

В выпуске про Канаду съемка с дрона прослеживается на 1, 10, 20, 23, 26, 27, 30, 32, 41, 44, 45, 48, 53, 55 минутах⁸⁴.

Исследуемый нами выпуск про Гавайи также включал в себя данную съемку, она наполнял выпуск на 6, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 21, 24, 28, 33, 35 минутах⁸⁵.

Впечатление ведущего в конце программы

Каждый выпуск видеоблога Антона Птушкина заканчивается впечатлением ведущего о стране. В выпуске от 18.09.2018, Исландия данный критерий был сформирован в форме Стендапа ведущего: *«Сейчас, я когда ехал, я понял, что это одна из самых красивых стран, в которых я был. Исландия – это такое, все в одном месте для туриста. Хочешь озера? Да, пожалуйста. Океан? Да у нас океанов много. Вулканы? Пожалуйста. Ледники? Пожалуйста.... Здесь есть практически все в этом смысле Исландия поражает, мне кажется, что хотя бы раз в жизни, человек, который путешествует должен сюда приехать. Исландия полностью оправдывает то, что от нее ожидаешь. Это очень крутая страна и я думаю было бы классно, если бы вы сюда приехали»⁸⁶.*

В выпуске от 09.07.2019 Канада, ведущий поделилась своими впечатлениями с помощью закадрового голоса на фоне достопримечательностей города: *«Когда я летел в Канаду, я естно переживал, что мне нечего будет здесь снимать и я очень рад, что ошибся. «Банф и Джаспер» – это прям лобзиком по сердцу, а самым неожиданным открытием стал Ванкувер, очень клевый город. Но так как Канада – это вторая по размерам страна в мире, то в этом выпуске, я не показал и процента того, что в ней есть, так что приезжайте. Здесь есть, на что смотреть и от чего кайфовать. И вообще путешествуйте, оно того стоит»⁸⁷.*

⁸³ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vvYSPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁸⁴ Там же.

⁸⁵ Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_k. (дата обращения: 30.01.2021).

⁸⁶ Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vvYSPEU>. (дата обращения: 29.01.2021).

⁸⁷ Там же.

В выпуске от 13.04.2021 Гавийи, своим впечатлением Антон поделился при помощи стендапа: *«Если есть возможность хотя бы раз в жизни полететь на Гавайи, то это сто процентов нужно делать. Здесь есть действительно уникальные вещи, но я на самом деле путешествовал по островам с мыслью «Как просто стало путешествовать», а смысл в том, что я когда готовился к выпуску, читал историю Гавайских островов, понимал, что люди еще сто лет назад, уже путешествовали, но для того, чтобы долететь до Гавайи, нужно было провести на корабле несколько месяцев... Сейчас даже в такое отдаленное место, как Гавайи можно добраться за полтора дня...»*⁸⁸.

Подводя итоги главы, мы пришли к выводу, что анализ таких проектов как: авторский проект Антона Птушкина и программа Жанны Бадоевой «Жизнь других» о путешествиях показал, что существуют схожие и различные аспекты в журналистике путешествий на ТВ и видеохостинге «YouTube».

Сходство в данных проектах мы определили в необычности и экзотичности тематик, значимости сообщаемого материала, жанровым своеобразием и познавательной ценностью. Так же, мы пришли к выводу, что сходство обеих медиапродуктов заключается в наличии темы популяризации темы путешествия. Здесь имеется ввиду съемка, как туристических маршрутов, так и вовсе не туристических мест (районов, улиц, кварталов). На основе анализа проектов, мы выявили, что основная цель проектов – ознакомить аудиторию с историей, традициями и бытом населения той или иной части мира, а так же предложить туристам варианты отдыха.

В ходе сравнительного анализа выбранных нами медиапродуктов мы выявили отличительные черты между программами, о путешествиях выходящими на ТВ и на видеохостинге «YouTube». На основе данного анализа, мы составили перечень критериев, на которые мы будем ссылаться:

– хронометраж: в телевизионной программе «Жизнь других» есть четко установленный телевизионный регламент программы, который не должен превышать одного часа эфирного времени. В отличие от ТВ программы, у видеоб-

⁸⁸ Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. 15.03.2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_-k. (дата обращения: 30.01.2021).

лога Антона Птушкина нет временных рамок выпуска, поэтому его продолжительность может достигать любого времени;

- основная задача: ТВ программа «Жизнь других» ставит своей основной задачей показать зрителю жизнь страны «изнутри», в то время как видеоблог Антона Птушкина – это показ жизни страны с точки зрения туриста;

- количество городов в стране за один выпуск: в своем проекте Жанна Бадоева за один выпуск посещает только одну страну за выпуск, в тот момент, когда Антон Птушкин за один выпуск своего видеоблога может показать путешествие по целой стране или нескольким городам страны, в которой проходят съемки;

- наличие команды: команда проекта «Жизнь других» насчитывает оператора, ведущую, продюсера, сценарист, монтажер, звукооператор. В отличие от проекта Первого канала, у видеоблога Антона Птушкина нет команды, Антон сам является ведущим, режиссером, продюсером, монтажером, звукооператором;

- лексика ведущего: в обоих проектах лексика у ведущих свободная разговорная, единственный момент отличия видеоблога Антона Птушкина в том, что он использует обсценную лексику в эмоциональных моментах;

- техническая поддержка: программа «Жизнь других» в своем арсенале имеет профессионального оператора с камерой, для улучшения звука в кадре у ведущей есть петличка, для улучшения картинки используется профессиональный свет. Техническая поддержка видеоблога Птушкина состоит из профессиональной камеры, на которую ведущий сам записывает видео, для улучшения звука ведущий использует петличку, для съемки с высоты или панорамных видов у Антона есть профессиональных дрона (квадрокоптер) для съемок;

- аудитория: аудитория программы «Жизнь других» составляет людей в возрасте от 14 до 59 лет, данная группа людей выделена в соответствии с аудиторией канала, на котором идет вещание программы. Аудитория видеоблога Антона Птушкина не имеет возрастных рамок, данную категорию людей обозначил сам создатель канала;

– периодичность: Авторский проект Жанны Бадоевой выходит с определенной периодичностью, а именно 3 – 4 раза в месяц. У проекта Антона Птушкина нет устоявшейся периодичности;

– количество выпусков: Оба проекта начали выходить почти одновременно, однако у «Жизнь других» на момент анализа вышло 77 выпусков, а у видеоблога Антона Птушкина только 20;

– концепция проекта: концепция проекта «Жизнь других» заключается в показе всех нюансов и интересных мест определенного участка мира. Концепция видеоблога Антона заключается в формировании у аудитории желания путешествовать по миру;

– способ трансляции: основная трансляция и размещение программы «Жизнь других» происходит на официальном канале «Первого канала». Основная трансляция и размещение видеоблога Птушкина происходит на видеохостинге «YouTube»;

– язык на котором выпускается программа: программа жизнь других выходит на одном официальном языке – русском. Авторский проект Антона Птушкина выходит на трех разных языках – русский, английский, китайский.

Таким образом, мы приходим к выводу, что исследуемые нами проекты, не смотря на то, что выпускаются в одной направленности, имеют ряд отличительных черт.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день направление трэвел – журналистики является востребованным и популярным среди широкой аудитории, но его изучению уделяется недостаточно внимания в научных и исследовательских работах. В последние годы популярность трэвел – передач возрастает, это обусловлено увеличением числа аудитории потребляющей трэвел – контент.

Типология современной журналистики обозначила новый взгляд, позволяющий рассматривать такой жанр как трэвел – журналистика.

Несмотря на то, что данный вид журналистики является сравнительно новым явлением, ее предшественник – путевая журналистика – возник еще в конце XIX века. Журналистика путешествий попала на экраны телезрителей в различных форматах, которые со временем трансформировались и обосновались как в печати, так и на телевидении.

Итак, трэвел – журналистика – особое направление в массмедиа, предоставляющее информацию о жизни, быте и истории в контексте разработки тем, связанных с туризмом. Это широкая специализация, включающая в себя историю, искусство, этнографию народов и многое другое.

В современном медийном пространстве существует много проектов, посвященных путешествиям. Нами же были отобраны два медиапроекта. Это телепрограмма «Жизнь других» и авторский проект Антона Птушкина, в практической части работы мы изучили данные проекты.

Рост популярности трэвел – проектов привел к появлению различий между трэвел-программами выходящими на телевидении и программами выпускаемыми на видеохостингах. Данные причины обусловили цель нашего исследования – провести сравнительный анализ двух медиaproектов, YouTube – канала «Антон Птушкин» и трэвел – шоу «Жизнь Других» и выявить отличительное своеобразие журналистики путешествий на ТВ и во влогах видеоблогеров.

Для исследования нами были выбраны по 3 выпуска каждого проекта.

Для достижения цели исследования мы выполнили следующие задачи:

- рассмотрели понятие «трэвел – журналистика» и его историю становления на ТВ;
- проанализировали роль журналиста в трэвел – передачах;
- рассмотрели понятие «трэвел – журналистика» и становление в видеоблогах видеоблогинга;
- проанализировали авторский проект Антона Птушкина выпускаемый на видеохостинге «YouTube»;
- проанализировали программу «Жизнь других»;
- выявить сходства и различия проектов, выпускаемых для традиционно телевидения и для «YouTube».

В первой главе мы рассмотрели и дали определение понятию «трэвел-журналистика». Изучив терминологию тождественную с нашей темой мы также дали определение таким понятиям как: «путешествие» и «путевой очерк». Из этого мы сделали вывод, что данное направление в журналистике дает аудитории информацию о повседневной жизни, быте, культуре, истории и других сферах, касающихся жизни людей других стран. Так же рассмотрели историю становления трэвел – передач на разных этапах и составили классификацию жанровых материалов, в рамках которых могут создаваться материалы на тему путешествий. Мы изучили и проследили роль журналиста в передачах о путешествиях.

Мы проследили историю развития платформы «YouTube» и выяснили, что благодаря появлению данной платформы образовалось такое явление как видеоблогинг. Нами были проанализирована классификация видеоблогов по различным аспектам, среди которых были: наличие автора, вид мультимедиа и особенность контента. Для исследования популярности данного явления мы проанализировали классификацию функции видеоблогов, которую нам предоставил В.Л. Волохонский. Также мы определили понятие «Трэвелог» и пришли к выводу, что данное понятие затрагивает такие тема как: экспедиции по малоизвестным, экстремальным, заповедным местам, рассказывает о том, как самостоятельно и бюджетно путешествовать, дает различные советы и рекоменда-

ции, делится опытом проживания за границей.

Мы проанализировали выпуски авторского проекта Антона Птушкина, и выяснили, что Антон в съемке своих выпусков прибегает к использованию различных приемов в постановке кадра. Все его выпуски отличаются манерой повествования, которую ведущий создается помощью языковых особенностей, а именно свободным стилем подачи материала, и интонации повествования. Также в съемке выпусков Антон использует различную профессиональную техническую поддержку, а именно профессиональную камеру, петличку для записи звука, в арсенале Антона имеется три дрона для съемки с высоты. Любой рассказ, о стране ведущий осуществляет через полное погружение в жизнь страны, ведущий ест национальную пищу людей, участвует в обрядах, посещает дома.

Нами были изучены выпуски трэвел – шоу «Жизнь Других», автором, которого выступает Жанна Бадоева. В процессе исследования выпусков мы проследили, что данная трэвел – передача построена по формату программ для телевидения: хронометраж не превышает одного часа эфирного времени, каждый выпуск программы строится по одной схеме (подводка ведущей к стране или город, заставка «Жизнь других», стенд ап ведущей на фоне одной из главных достопримечательностей страны, представление героев программы и краткая их характеристика, рассказ о жизни страны, экскурсия по локациям, впечатление ведущей в конце программы), наличие профессионального оператора, режиссера и монтажера, имеют одинаковую речевую структуру.

В ходе сравнительного анализа выбранных нами медиапродуктов мы выявили, что продукты, создаваемые на тему журналистика путешествий, выходящие на ТВ и видеохотинге «YouTube» имеют как схожие, так и различные черты. Различия заключаются в таких аспектах как: хронометраж, основная задача, количество городов в стране за один выпуск, наличие команды, лексика ведущего, техническая поддержка, аудитория, периодичность, количество выпусков, концепция проекта, способ трансляции, язык на котором выпускается программа. Схожесть данных проектов заключается в необычности и экзотич-

ности тематик, значимости сообщаемого материала, жанровым своеобразием и познавательной ценности, популяризации темы путешествия. Так же вы выяснили, что основная цель проектов – ознакомить аудиторию с историей, традициями и бытом населения той или иной части мира, а так же предложить туристам варианты отдыха.

Таким образом, мы выполнили все задачи и достигли главной цели исследования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 100 самых посещаемых веб-сайтов по поисковому трафику (2021 г.) [Электронный ресурс] // Ahrefs.com: офиц. сайт. – 25.11.2010. – Режим доступа : <https://ahrefs.com/blog/most-visited-websites>. – 22.01.2021.
- 2 Амурское областное телевидение: провинциалки [Электронный ресурс] // Amurobl.tv: офиц. сайт. – 02.10.2015. – Режим доступа : <https://amurobl.tv/rubrics/68-provintsialki>. – 22.01.2021.
- 3 Антон Птушкин [Электронный ресурс] // Srsly.ru: офиц. сайт. – 13.08.2019. – Режим доступа : <https://srsly.ru/person/show/679>. – 27.02.2021.
- 4 Бабенко, В. А. Эволюция жанра путевой очерк в документальной публицистике / В. А. Бабенко // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 1. – С. 94-98.
- 5 Баженова, Е. А. Блог как интернет-жанр / Е. А. Баженова, И. А. Иванова // Российская и зарубежная филология. – 2012. – № 4. – С. 125-131.
- 6 Баландинский, Н. В. Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? [Электронный ресурс] // Geografia.ru: офиц. сайт. – 13.01.2003. – Режим доступа : <http://www.geografia.ru/npprogr.html>. – 20.01.2021.
- 7 Венеция. Жизнь других. Выпуск от 17.02.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=JNVTF_8zuzQ&t=9s. – 28.02.2021.
- 8 Волохонский, В. Л. Механизмы психологии и основания для классификации блогов. Блоги: новая реальность / В. Л. Волохонский. – СПб. : Петербургский университет, 2006. – 195 с.
- 9 Гавайи. Большой Остров и извержение вулкана [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?v=zo86Zk7T_-k. – 30.02.2021.
- 10 Гегелова, Н. С. Трэвел-журналистика на российском телевидении / Н. С. Гегелова // Литературоведение, журналистика. – 2016. – № 2. – С. 128-132.

11 Гермашева, Т. М. Блог как новый тип дискурса / Т.М. Гермашева // Лингвистика в образовательном процессе. – 2010. – № 7. – С. 115-120.

12 Драгун, Е. М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: специальность 24.00.01 «теория и история культуры (культурология)» / Е.М. Драгун. – М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. – 164 с.

13 Ермолаева, С. Ю. Типологическая модель телепередач в условиях современных тенденций развития российской журналистики (на примере трэвел-журналистики) / С.Ю. Ермолаева, В.Ю. Чермышенцев // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 8. – С. 80-96.

14 Жанна Бадоева: о скандале с Нателлой Крапивиной, муже из Италии и работе на «Первом» [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=nxF_k-2SI2U. – 25.01.2021.

15 Информационно-развлекательный интернет-сайт CarambaTV.ru [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCXJNSKbDUp0ZgXaj7xENmPw>. – 24.01.2021.

16 Исландия на автомобиле. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=wb84vvYSPEU>. – 29.02.2021.

17 Как путешественнику создать свой travel-блог? [Электронный ресурс] // Mgpru.ru: офиц. сайт. – 30.01.1998. – Режим доступа: <https://www.mgpru.ru/event/kak-puteshestvenniku-sozdat-svoj-travel-blog>. – 23.01.2021.

18 Канада: легалайз, эмиграция, красоты. Большой выпуск [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=hMPMUDydTtQ>. – 29.02.2021.

19 Кливер, Д. А. Тревел-блог как современный аналог телеканала / Д.А. Кливер, И.В. Пьянзина // Национальный исследовательский Мордовский госу-

дарственный университет им. Н.П. Огарева. – 2018. – № 11. – С. 105-109.

20 Кузнецов, Г. В. Журналист на экране / Г.В. Кузнецов. – М.: Искусство, 1985. – 208 с.

21 Кузнецова, К. М. Причины популярности YouTube с точки зрения знаний о поколениях / К.М. Кузнецова // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2019. – № 1. – С. 434-446.

22 Литке, М. В. Предметное поле познавательного журнала «Вокруг света» / М.В. Литке // Актуальные проблемы журналистики. – 2011. – № 6. – С. 43-47.

23 Лос-Анджелес – Голливуд – США. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=RhG-1NgsPbk&list=PLWqcxHwCtyCbtGNakXWOQgAonLXwDo0ci&index=5>. – 28.02.2021.

24 Лос-Анджелес. Жизнь других. Выпуск от 01.12.2019 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=TZmbWAQI9K0>. – 28.02.2021.

25 Лутовинова, О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О.В. Лутовинова. – Волгоград: ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.

26 Медиапотребление в России-2020 [Электронный ресурс] // Deloitte.com: офиц. сайт. – 20.04.1995. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>. – 20.01.2021.

27 Михайлов, В. Эволюция жанра путешествия в произведениях русских писателей XVIII – XIX вв.: дис ... канд. филол. наук / В. Михайлов. – Волгоград: Зеркало, 1999. – 224 с.

28 Михайлова, В. М. YouTube как канал коммуникации / В.М. Михайлова, М.С. Фицурина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 12. – С. 126-130.

29 Муха, А. В. Блоги и СМИ: сходства и различия / А.В. Муха, В.В. Ких-

тан // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 1. – С. 39.

30 Оганесова, Ю. А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис ... канд. филол. наук / Ю.А. Оганесова. – Воронеж: Зеркало, 2014. – 170 с.

31 Пак, Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста / Е.М. Пак // Язык и литература. – 2011. – № 2. – С. 283-292.

32 Показаньева, И. В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике / И.В. Показаньева // Филология и искусствоведение. – 2014. – № 8. – С. 1.

33 Показаньева, И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного пространства / И.В. Показаньева // Медиаскоп. – 2013. – № 3. – С. 45-48.

34 Показаньева, И.В. Теоретическое осмысление основ трэвел-блогинга. Функциональные отличия трэвел-блогера и трэвел-журналиста / И.В. Показаньева // Universum: филология и искусствоведение. – 2015. – № 3. – С. 1-18.

35 Птушкин – главный путешественник ютуба [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=recHRnwvAaY>. – 28.02.2021.

36 Путешествие [Электронный ресурс] // Trends.google.ru: офиц. сайт. – 12.05.2004. – Режим доступа: <https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU&q=%2Fm%2F014dsx>. – 20.01.2021.

37 Сараево – Босния и Герцеговина. Жизнь других. Выпуск от 10.05.2021 [Электронный ресурс] // Youtube.com: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=g-K84WХK0Ak&t=81s>. – 28.02.2021.

38 Скибина, О. М. Путевой очерк: синкретизм жанра (на примере русской публицистики XIX века) / О.М. Скибина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 4. – С. 88-97.

39 Соловьев, В.А. Особенности функционирования трэвел-журналистики

в российской медиасреде / В.А. Соловьева, Д. Скобликова // Гуманитарные науки. – 2017. – № 10. – С. 275-285.

40 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособ. / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

41 Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс] // Slovarozhegova.ru: офиц. сайт. – 17.09.2008. – Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=35777>. – 22.01.2021.

42 ТОП-20 YouTube-каналов о путешествиях за сентябрь [Электронный ресурс] // Mlg.ru: офиц. сайт. – 15.12.2002. – Режим доступа: https://www.mlg.ru/blog/smm_ratings/7831. – 24.01.2021.

43 Троценко, Л. А. Типологические и формально-содержательные особенности программ о путешествиях на Российском телевидении / Л.А. Троценко // Ученые заметки ТОГУ. – 2017. – № 1. – С. 231-234.

44 Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка. Том. 3 / Д.Н. Ушаков. – М.: Советская энциклопедия, 1940. – 539 с.

45 Церемония вручения призов в области веб-индустрии [Электронный ресурс] // Premia-w.ru: офиц. сайт. – 19.11.2018. – Режим доступа: <http://premia-w.ru>. – 28.02.2021.

46 Черепанова, Н. В. Путешествие как способ измерения культурного пространства / Н.В. Черепанова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2006. – № 7. – С. 65-71.

47 Число выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж (Росстат) [Электронный ресурс] // Tourism.gov.ru: офиц. сайт. – 25.09.1997. – Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislo-vyezdnykh-turistskikh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-za-rubezh-rosstat>. – 20.01.2021.

48 Шачкова, В. А. «Путешествие» как жанр художественной литературы: вопросы теории / В.А. Шачкова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 3. – С. 277-281.

49 Штейман, М. С. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ / М.С. Штейман, А.В. Покачалова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – № 1. – С. 129-146.

50 Я в зоопарке [Электронный ресурс] // En.wikipedia.org: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Me_at_the_zoo. – 22.01.2021.

51 CarambaTV.ru [Электронный ресурс] // Ru.wikipedia.org: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/CarambaTV.ru>. – 24.01.2021.

52 MMORPG (массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра) [Электронный ресурс] // Ru.wikipedia.org: офиц. сайт. – 15.03.2000. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/массовая_многопользовательская_ролевая_онлайн-игра. – 24.01.2021.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Порядок выпусков, дата и населенные пункты

Таблица А.1 – Порядок выпусков, дата и населенные пункты

Номер выпуска	Дата выпуска	Страна/город
1	2	3
Выпуск № 1	17.02.2019	Венеция (Италия)
Выпуск № 2	24.02.2019	Сингапур
Выпуск № 3	03.03.2019	Израиль
Выпуск № 4	10.03.2019	Монако
Выпуск № 5	17.03.2019	Токио(Япония)
Выпуск № 6	31.03.2019	Афины (Греция)
Выпуск № 7	05.04.2019	Амстердам
Выпуск № 8	07.04.2019	Сейшелы
Выпуск № 9	14.04.2019	Барселона
Выпуск № 10	21.04.2019	Апулия
Выпуск № 11	12.05.2019	Малайзия
Выпуск № 12	19.05.2019	Вьетнам
Выпуск № 13	26.05.2019	Стамбул
Выпуск № 14	02.06.2019	Иордания
Выпуск № 15	09.06.2019	Хельсинки
Выпуск № 16	16.06.2019	Париж
Выпуск № 17	08.09.2019	Женева
Выпуск № 18	15.09.2019	Дели
Выпуск № 19	22.09.2019	Лиссабон
Выпуск № 20	29.09.2019	Сеул
Выпуск № 21	06.10.2019	Вена
Выпуск № 22	13.10.2019	Гавана
Выпуск № 23	20.10.2019	Пекин
Выпуск № 24	27.10.2019	Кипр
Выпуск № 25	02.11.2019	Будапешт
Выпуск № 26	10.11.2019	Непал
Выпуск № 27	17.11.2019	Мехико
Выпуск № 28	24.11.2019	Маракеш
Выпуск № 29	01.12.2019	Лос-Анджелес
Выпуск № 30	08.12.2019	Берлин
Выпуск № 31	15.12.2019	Доминикана
Выпуск № 32	22.12.2019	Нью-Йорк
Выпуск № 33	02.02.2020	Лондон
Выпуск № 34	09.02.2020	Бали
Выпуск № 35	16.02.2020	Исландия
Выпуск № 36	24.02.2020	Тунис
Выпуск № 37	01.03.2020	Прага
Выпуск № 38	15.03.2020	Брюссель
Выпуск № 39	22.03.2020	Буэнос-Айрес
Выпуск № 40	29.03.2020	Тайланд

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

1	2	3
Выпуск № 41	05.04.2020	Рио-Де-Жанейро
Выпуск № 42	12.04.2020	Венеция (на карантине)
Выпуск № 43	19.04.2020	Майами
Выпуск № 44	26.04.2020	Сан-Франциско
Выпуск № 45	03.05.2020	Италия (COVID-19)
Выпуск № 46	30.05.2020	Мюнхен
Выпуск № 47	06.09.2020	Рим
Выпуск № 48	13.09.2020	Стокгольм
Выпуск № 49	20.09.2020	Прованс
Выпуск № 50	27.09. 2020	Мальта
Выпуск № 51	04.10. 2020	Копенгаген
Выпуск № 52	11.10. 2020	Анталия
Выпуск № 53	18.10. 2020	Люксембург
Выпуск № 54	25.10. 2020	Канарские острова
Выпуск № 55	01.11. 2020	Милан
Выпуск № 56	08.11. 2020	Каир
Выпуск № 57	15.11. 2020	Хорватия
Выпуск № 58	22.11. 2020	Мальдивы
Выпуск № 59	29.11. 2020	Осло
Выпуск № 60	06.12. 2020	Дубай
Выпуск № 61	13.12.2020	Варшава
Выпуск № 62	20.12. 2020	Танзания
Выпуск № 63	27.12.2020	Франция
Выпуск № 64	07.02.2021	Австрия
Выпуск № 65	14.02.2021	Кения
Выпуск № 66	21.02.2021	Словения
Выпуск № 67	28.02.2021	Коста-Рика
Выпуск № 68	07.03.2021	Сан-Марино (Италия)
Выпуск № 69	14.03.2021	Франция
Выпуск № 70	21.03.2021	Колумбия
Выпуск № 71	28.03.2021	Андорра
Выпуск № 72	04.04.2021	Сицилия
Выпуск № 73	11.04.2021	Панама
Выпуск № 74	18.04.2021	Мадрид
Выпуск № 75	25.04.2021	Греция
Выпуск № 76	02.05.2021	Португалия
Выпуск № 77	10.05.2021	Сараево

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Порядок выпусков, дата и населенные пункты

Таблица Б.1 – Порядок выпусков, дата и населенные пункты

Номер выпуска	Дата выпуска	Страна/город
Выпуск № 1	18.09.2018	Исландия
Выпуск № 2	16.10.2018	Фарерские острова
Выпуск № 3	05.11.2018	Майами (США)
Выпуск № 4	24.12.2018	Дубай
Выпуск № 5	01.02.2019	Швеция
Выпуск № 6	20.03.2019	Австралия
Выпуск № 7	16.04.2019	Япония
Выпуск № 8	07.05.2019	Новая Зеландия
Выпуск № 9	20.06.2019	Чернобль
Выпуск № 10	09.07.2019	Канада
Выпуск № 11	23.09.2019	Европа
Выпуск № 12	15.10.2019	Швейцария
Выпуск № 13	19.11.2019	Сиетл
Выпуск № 14	02.01.2020	Бали
Выпуск № 15	18.02.2020	Азорские острова
Выпуск № 16	14.04.2020	Саудовская Аравия
Выпуск № 17	22.09.2020	Франция
Выпуск № 18	05.11.2020	Швеция
Выпуск № 19	23.02.2021	Гавайи
Выпуск № 20	13.04.2021	Гавайи