

Секция «Журналистика»

**«СТАНОВЛЕНИЕ ФОРМАТА «ПОПУЛЯРНОЕ СТРАНОВЕДЕНИЕ» НА  
ОТЕЧЕСТВЕННОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (на примере программ «Клуб  
путешественников», «В поисках приключений» и «Их нравы»)»**

**Шкаликов Дмитрий Николаевич**

*Студент*

*Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический  
институт, Тольятти, Россия  
E-mail: D.Shkalikov@gmail.com*

В глухие советские времена выезд за границу был едва ли не «дантовским» путешествием на тот свет. «И наблюдения очевидцев воспринимались с ненасытной жадностью. Видимо, так же в стародавние времена слушались рассказы какого-нибудь Афанасия Никитина про его хождения за три моря»[12]. Железный занавес рухнул, люди стали ездить по свету. Зритель из «телепутешественника» превратился в путешественника реального, с возможностью выезжать далеко и еще дальше. Он стал интересоваться не только ответами на вопрос, что посмотреть в той или иной стране, но и как это сделать «не по телевизору», сколько стоит еда, общественный транспорт и различные экскурсии. Потребность в получении такой практической информации растет, а отсюда и программы о путешествиях на телевидении не теряют своей актуальности и продолжают быть востребованными, но не только они. По всему миру огромными тиражами выходят журналы о путешествиях («журналы-травелоги»[11]), в глобальной сети Интернет большим успехом пользуются многочисленные сайты о путешествиях, не говоря уже о том, что на телевидении появляются специализированные каналы, такие как «Моя планета», «Телепутешествия» или «National Geographic Chanel», которые целиком посвящены разным странствиям и приключениям.

Нам представляется весьма интересным исследование формата «географических»[10] программ на отечественном телевидении, его основных признаков.

Как отмечает исследователь Глазырина М.А., на протяжении многих лет «формат в российском теории журналистики научной основы не имел, тогда как в практике журналистики формат как комплексный типологический индикатор уже широко распространен и наделен множеством характеристик. Но в последние годы вследствие интеграции теоретических концепций, процессов конвергенции и многочисленных трансформаций в журналистском творчестве исследователи сталкиваются с проблемой «размытости понятий» и своеобразного их сращивания»[2]. Это дает нам основание говорить о том, что в современной науке и теории журналистики наблюдается потребность *теоретического осмысления* формата (при наличии практического осмысления). В нашем случае формата «популярное страноведение»[9].

Пользуясь определением, которое приводит главный редактор компании «ТелеФОРМАТ» и кандидат филологических наук И.Н. Кемарская, отметим, что формат на телевидении – «это совокупность признаков, придающих уникальные черты каждой отдельно взятой телепрограмме»[3].

На основе работ практиков и теоретиков телевидения мы выделили следующие признаки формата «популярное страноведение», которые включают в себя «географические» программы отечественного телевидения в рамках страноведческой журналистики

ки: наличие ведущего (по классификации Н. Баландинского [10] в одном из представленных вариантов: профессиональный телеведущий, просто известная личность, специалист в своей области, непутешественник и неавторитет, непутешественник, но авторитет), тип программы: программа-репортаж (цикл программ о той или иной стране) или программа «журнального типа», оформление студии: тематическое или нейтральное, оформление заставки программы: тематическое или нейтральное, наличие графического и музыкального оформления: тематическое или нейтральное, наличие особого тематического аспекта путешествия, который закладывается в концепцию программы (в общий замысел, идею), наличие авторского стиля (особая подача материала, свой взгляд, позиция) и также строение программы – схема, подбор и расположение материалов на определенной пространственно ограниченной площади.

Из трех рассмотренных программ («Клуб путешественников» (Первый канал), «В поисках приключений» (Россия) и «Их нравы» (НТВ)), самой востребованной среди широкой зрительской аудитории оказалась «В поисках приключений». Согласно «Яндекс статистике ключевых слов» за декабрь 2012 года было зафиксировано 45 136 запросов («в поисках приключений», «смотреть +в поисках приключений», «Михаил Кожухов в поисках приключений»). Несмотря на то, что программа уже не выходит на канале Россия, а съемки закончились в 2006 году, она остается популярной благодаря набору признаков своего формата, что делает ее отличной от других. Перечислим их:

1. Ведущий в роли профессионального телеведущего, который хорошо известен зрительской аудитории.

2. Программа-репортаж (по типу), в которой ведущий самостоятельно участвует в процессе работы, общается со зрителями через экран с места событий.

3. Отсутствие студии.

4. Заставка «В поисках приключений» - это сочетание различных географических указаний, иллюстраций разнообразных отличительных зданий со всего мира (небоскребы и мельницы, греческие колонны и японские крыши домов).

5. Музыкальное оформление вызывает особый интерес, поскольку в большинстве случаев применяются национальные ритмы и мелодии тех стран, про которые рассказывают в программе. Музыка отражает культуру и обычаи определенного народа.

6. В основе проекта три основные позиции — рассказ о профессии, обучение ведущего этой профессии и его самостоятельное участие в процессе работы.

7. Неожиданные стендапы, импровизация в кадре удерживают внимание зрителей. Стиль автора спокойный, размеренный, в меру активный и эмоциональный.

8. Михаил Кожухов приезжает в страну, выбирает редкую профессию, присущую этой стране, рассказывает о ней, обращается с профессионалами, учиться, пробует выполнить работу самостоятельно и получить за этот труд вознаграждение.

Данные признаки будут использованы автором исследовательской работы при подготовке авторского документального фильма.

### Литература

1. Вьюнов Ю. А. Русский культурный архетип. Страноведение России. Характер. Склад мышления. Духовные ориентации. М., 2005.
2. Глазырина М. А. Современная радионная типология и феномен пиратского радио в Великобритании. Санкт-Петербург, 2012.

3. Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. No. 6. С. 66-69.
4. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. No. 6. С. 42-51.
5. Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. М., 2002.
6. Сапожникова Е. Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. М., 2004.
7. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2008.
8. Цвик В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. No. 6. С. 52-55.
9. Блог Григория Кубатьяна: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html>
10. География.ру: <http://www.geografia.ru/index.html>
11. DissersCat — электронная библиотека диссертаций: <http://www.disserscat.com/content/zhurnal-travelogi-v-usloviyakh-globalizatsii-mass-media>
12. Журнал «Питерbook»: <http://www.piterbook.spb.ru>

#### **Слова благодарности**

Особая благодарность за помощь в работе: Таракановой Наталье Ивановне, научному руководителю данной работы, кандидату филологических наук, доценту, заведующей кафедрой «Журналистика и социология» ТГУ. Евдокимовой Ирине Николаевне, консультанту данной работы, главному редактору телестудии ТГУ, старшему преподавателю кафедры «Журналистика и социология» ТГУ. А также Кемарской Ирине Николаевне и Баландинскому Николаю за информационную ориентацию в процессе исследования.