

виступати, як така, що призводить до відсутності такого різновиду. По-третє, відсутність фотографії, як окремого жанру також можна пояснити неможливістю редакції реалізувати подію у зображальному матеріалі.

Отже, ми дійшли висновку, що фотографія на сторінках щотижневої районної суспільно-політичної газети Токмацького району «Таврія» посідає чільне місце у побудові номеру. Фото використовується у цьому виданні, як додатковий канал передачі інформації, а також, як ілюстрування правдивості тексту, написаного журналістами.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. О газете [Електронний ресурс] // Официальный интернет-портал еженедельной районной газеты «Таврия». – Режим доступу до ресурсу : <http://www.tavria-news.ru/about.html>
2. Холланд П. Фотожурналистика. «Прямое обращение к взгляду?». Фотография и пресса. // Медиа. Введение : учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям и 63 специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама» / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер с англ. Ю. В. Никуличева. – М., 2005. – С. 510–522.
3. Черняков Б. І. Зображальна журналістика в друкованих засобах масової інформації : Ілюстрована періодика від виникнення до середини ХІХ століття : [монографія] / Борис Іванович Черняков; Київ. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : Центр вільної преси, 1998. – 115 с.

**Голованова Н. О.,**  
студентка,  
Запорізький національний  
технічний університет

### **РІЗНОВИДИ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМ**

Журналістський матеріал жанру «тревел» представляє інформацію про туризм, подорожі, круїзи, орієнтовану на зацікавлену в цій темі аудиторію. Тематичний контекст напрямку досить великий: географія, культура, історія, гастрономія, етнографія, туризм тощо. На сьогодні відсутня єдина класифікація тревел-програм. Дослідники пропонують диференціювати такі програми за різноманітними ознаками. Зокрема, за метою подачі І. Лапіна виокремлює такі тревел-програми:

- 1) новинні (звичайний випуск новин);

- 2) пригодницькі;
- 3) освітні;
- 4) спортивні;
- 5) наукові;
- 6) дитячі;
- 7) розважальні;
- 8) інші [3].

Дослідниця І. Показаньєва вважає, що тревел-програми можуть мати документальний, розважальний або споживчий характер залежно від комунікативних намірів автора: навчити, розважити або допомогти. Найбільш поширеними є розважальні тревел-програми, вони аудіовізуально передають культурні та національні відмінності, пропонують і підтримують готові соціокультурні конструкти. Залежно від типу контакту з місцевим населенням, від драматургії розповіді й характеру переданої інформації формат передачі може коливатися від авторської замальовки-монологу до тревел-вікторини або гри [5].

В останні роки телепрограми у жанрі тревел-шоу почали зараховувати до типу тревел-журналістики, в якій можуть бути представлені різні види програм за метою їх створення. Наприклад, такий жанр, як травелог є важливим джерелом для вивчення ментальності, етносу, ідентичності та соціокультурних стереотипів. Травелог – це звіт про подорож, який виражається в інформативній та виразній формі ментального картографування «чужого» і «свого» культурного простору.

Російський дослідник П. Лебедев поділяє травелоги на чотири типи: масові програми (зокрема, продукція телеканалів «Discovery» і «Моя планета»); спеціалізовані (програми для рибалок, які поєднують улюблене хобі з подорожами, програми про екстремальний спорт на прикладі телеканалу «Русский экстрим», кулінарні програми про подорожі, як-от: «Кулінарні мандри» на каналі «1+1» та «Світ на смак» на каналі «Україна»); галузеві спеціалізовані (для робітників туристичної сфери і клієнтів тур-фірм на прикладі програми «Феєрія мандрів» на «Першому національному» та програми каналу «Турбюро»); бортове відео (так зване inflight-відео авіакомпаній) [4].

Науковець говорить про те, що тревел-журналістика характеризується варіативністю спектрів висвітлення основної теми – подорожей, тому дослідник вважає доречним класифікувати травелоги відповідно й до їх тематики:

- залежно від гендерної належності аудиторії;
- згідно з специфічними захопленнями, хобі, інтересами аудиторії та автора;

- відповідно до віку й сімейного стану споживача інформації;
- бізнес-напрямку;
- вирішення гостроактуальних проблем сфери подорожей [4].

Приміряючи запропоновану дослідником тематичну класифікацію на програми телевізійного виробництва, можна сказати, що подібний поділ не завжди відповідає наявним реаліям. Сьогодні ведучі програм разом зі знімальною групою при створенні програми подорожньої тематики намагаються показати якомога більше аспектів життя в іноземній країні, таким чином надаючи їй загальну характеристику. Тому одна програма може охоплювати широкий тематичний спектр.

П. Лебедев також пропонує поділ тревел-журналістського матеріалу відповідно до форми подачі, серед яких він виділяє:

- «дружні» рекомендації;
- форму відповідної специфічної тематики (термінологія, сленг та ін.);
- енциклопедичну, при якій матеріал має науково-пізнавальний характер [4].

Подібна класифікація сьогодні є виправданою, адже вона охоплює усі наявні типи тревел-програм.

У тревел-журналістиці є велика кількість різновидів тревел-програм, які представлені у різних аспектах і можуть об'єднувати у собі декілька жанрів. Дослідник Н. Баландинський виділяє два різновиди формату про подорожі. Це програма-репортаж або цикл програм про ту чи іншу країну. Кожній країні присвячений один чи декілька випусків програми. Інший вид – програма «журнального типу», або «путівник». Кожний випуск програми поділяється на 3–4 частини, присвячені тій чи іншій країні, події або науковій проблемі [2]. Оскільки на сьогодні програми, один випуск яких може включати в себе розповідь про декілька країн, не зустрічаються, то така класифікація не є актуальною для реалій сучасного телебачення. Натомість дослідниця О. Бабак пропонує диференціювати тревел-програми за такими критеріями:

- за внутрішньою ієрархію типового порядку, а саме: масові програми, спеціалізовані, галузеві;
- за цільовим призначенням: науково-популярні, розважальні, туристичні телепрограми, програми, які мають за мету навчити, розважити або прорекламувати відповідно;
- за формою подачі: ті, що, складаються з самостійних передач про окремі країни, продовжувані, що складаються з циклів випусків про одну країну [1].

Науково-популярний тип програм у вітчизняному телепросторі витісняють програми розважального типу, які іноді трансформуються в тревел-шоу, наприклад, як «Орел і решка» на телеканалі «Інтер». Останнім часом телепрограми подібної тематики почали відносити до типу тревел-журналістики, в якому можуть бути зібрані різні види програм за метою створення.

Крім того, журналістикознавці диференціюють такі типи, як «краєзнавчі» і «країнознавчі» програми. Такі терміни ідейно і змістовно відображають сутність програм подорожньої тематики, але майже не використовуються серед науковців.

Також дослідники виокремлюють такі тревел-програми, як шоу-вар'єте і вікторина-вар'єте – це адаптації зарубіжних форматів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бабак О. Поняттєвий апарат дослідження телевізійних програм про подорожі / О. Бабак // Український інформаційний простір : наук. журнал. – 2014. – Ч. 3. – С. 292–298.
2. Баландинский Н. Географические проекты российского ТВ : кто есть кто и что есть что? [Электронный ресурс] / Н. Баландинский // География – путешествия, экспедиции, путевая журналистика, картография, география. – Режим доступа : <http://www.geografia.ru/npprogr.html>.
3. Лапина И. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения : дис. ... кандидата филол. наук / И. Лапина. – М., 2005. – 127 с.
4. Лебедев П. Типологическая структура российской путевой прессы [Электронный ресурс] / П. Лебедев // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы». – М., 2011. – Режим доступа : [http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10\\_11\\_part1.pdf](http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10_11_part1.pdf).
5. Показаньева И. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства [Электронный ресурс] / И. Показаньева // Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Серия «Медиаконвергенция». – 2013. – № 3. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/?q=node/1385>.