

ГЕНЕЗИС ОТЕЧЕСТВЕННОГО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ: ВОЗНИКНОВЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ

И. В. Показаньева

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 17 сентября 2014 г.

Аннотация: в статье дается хронология процесса становления и развития российской телевизионной трэвел-журналистики как нового тематического направления СМИ, в частности жанра телевизионной трэвел-программы. В статье исследуется эволюция трэвел-программ в контексте современных условий дигитализации, конвергенции, конгломерации и унификации телевизионного контента, происходящую сразу в двух измерениях – содержательном и технологическом. Автор исследует современное состояние, проблемы, тенденции и перспективы развития российской научно-популярной журналистики географического направления.

Ключевые слова: трэвел-журналистика; популяризация науки; телевидение; научно-популярная журналистика; путешествие; трэвел-программа.

Abstract: in this article author gives a chronological analyses of the Russian travel journalism, and a genre of travel program in particular. The article examines the modern travel journalism in the context of the current media situation of globalization, convergence and harmonization of journalism, and the evolution of the travel programs at the current stage which occurs in two dimensions – contextual and technological. Author analyses the modern conditions, problems, trends and prospects of Russian geographically oriented popular science journalism.

Key words: travel journalism; science popularization; television; popular science journalism; journey; travel program.

Обращение к истории отечественного научно-популярного телевидения географической тематики позволяет выявить три периода в развитии трэвел-журналистики.

Первый этап (1950–1980 гг.). Первый этап, рамки которого приблизительно можно обозначить 1950–1980 гг., во многом связан с появлением и утверждением на Первом и Втором каналах Центрального телевидения передач, подготовленных Главной редакцией научно-популярных и учебных программ. На этом этапе была создана структура образовательных передач на Третьем канале Центрального телевидения, который охватывал вещанием более половины населения страны. Для телевидения советской эпохи была характерна социально-педагогическая и пропагандистская роль: идеологический ракурс определял верстку новостных и аналитических программ [17].

Программы образовательного телевидения того времени можно разделить на школьные, или учебные, предназначенные для приема непосредственно во время урока в соответствии с учебным планом или факультативно дома; и культурно-просветительские, рассчитанные на несистематический прием и широкую аудиторию, желающую расширить свой кругозор [9].

Пионерами географических передач были циклы документальных фильмов: «Путешествия по СССР» (1946 г.) В. А. Шнейдерова, который был предназначен для школьников и представлял собой нечто вроде факультатива по географии, «Наша Родина» (1948) и «У карты мира» (1948), «Под Южным Крестом» (1961) А. Григоряна и другие.

В 1960 году появляется «Клуб путешественников». Гостями и участниками передачи становятся исследователи-географы, археологи, мореходы, полярники, журналисты, среди которых Жак Кусто, Тур Хейердал, Гарун Тазиев, Жак Майоль и многие другие. Советский «Клуб путешественников» состоял из трёх сегментов по 10–12 минут каждый: первая часть была посвящена городам и республикам СССР, вторая – странам социалистическим странам, в третьей же части разрешалось показывать капиталистические страны. В 1988–1990 гг. выходило приложение к передаче «Клуб путешественников» киноальманах «Вокруг света».

На первом этапе были сформированы основные критерии научно-популярной передачи о путешествиях, согласно которым она должна обладать:

- значимостью для аудитории;
- высокой степенью достоверности (опираться на документальные источники и непосредственные наблюдения);

- яркостью, зрелищностью, динамичностью, драматичностью и интеллигентностью изложения информации;
- авторитетным ведущим – ученым, путешественником или профессионалом-журналистом;
- и наконец, автор должен был быть свидетелем или участником событий, о которых шла речь в данной передаче [10].

Позже к ним добавляются следующие требования:

- передача должна иметь определенную композиционную драматургию: происходящее на экране должно соответствовать принципам замкнутости действия, законченности драматического сюжета;
- передачи должны иметь преемственность между предыдущим и последующим выпусками (принцип *серийности*).

Второй этап (конец 1980–2000 гг.). В первый период российского телевидения конкуренция между каналами и программами не было – лишь несколько научно-популярных передач пользовались безоговорочным успехом у телезрителей, среди которых были «Клуб путешественников» и «В мире животных». Развал Советского Союза, «перестройка» в стране и перераспределение собственности на телевидении привели к глубокому кризису в сфере научно-популярного телевидения [8]. В переходный период на первый план выходят социально-познавательный и оппозиционный ракурсы в подаче информации, реализовавшиеся в открытии ранее запретных тем настоящего и прошлого, на экране появляются новые герои, немислимые в советскую эпоху как медиаперсонажи [17]. Происходит постепенное разгосударствление и децентрализация СМИ, появляются частные телекомпании, которые создают собственные трэвел-передачи. На волне общей тенденции перехода научно-популярное вещание в развлекательный режим, начавшейся в середине 1990-х годов, меняется форма и содержание трэвел-программ – научно-популярный компонент уступает место развлекательному и рекламному.

С 12 сентября 1999 года на телеканале НТВ начала выходить программа «Путешествия натуралиста», в которой ведущий Павел Любимцев путешествовал по зоопаркам мира в роли «натуралиста». Программа приобрела познавательный «географический» характер после того, как список зоопарков стал подходить к концу: больше внимания стало уделяться тому, что эти зоопарки окружает – местным жителям, истории, архитектуре. После смены нескольких ведущих (Марина Голуб, Александр Хабургаев) и нескольких телеканалов (НТВ – «Первый» – «Культура») передача была закрыта в 2009 году.

С 1992 г. телеканал ОРТ начал транслировать передачу «Непутёвые заметки» телекомпании «ВИД». Ведущий Дмитрий Крылов в одном из интер-

вью подчеркнул, что его журналистский проект «Непутёвые заметки» – это не научная, и даже не научно-популярная передача [16]. С 2001 года «Непутёвые заметки» стали выпускаться ООО «Путёвые советы» – собственным туристическим агентством Дмитрия Крылова, после чего программа стала более чем наполовину рекламной [12].

Телевидение на втором этапе становится во многом зависимым от рекламы. Культурно-просветительские и научно-популярные программы нацелены на узкую образованную аудиторию, которая не достаточно заинтересована в рекламе, а значит, существование таких программ в сети вещания частных телекомпаний уменьшает количество возможных источников финансирования. Тематическая политика каналов все чаще решается в пользу той тематики, которая приносит материальную выгоду. Программы о путешествиях адаптируются к этой тенденции, образовательный акцент смещается в пользу рекламного, спонсорами выпусков становятся туристические фирмы и агентства стран.

В 1999 году на телеканале СТС выходила 30-минутная программа «Вояж, вояж», представляющая для нас интерес как пример рекламной трэвел-журналистики. Официальный сайт предлагал услуги программы туристическим фирмам за 150 долларов за минуту трансляции [5]. За недолгое время своего существования программа сумела продемонстрировать непрофессионализм журналистского творчества туристических фирм: операторская работа была любительской, впрочем, такими же были и тексты сюжетов.

На втором этапе российская телеаудитория общается к общемировому информационному обмену: российские каналы начинают транслировать передачи иностранного производства телеканалов BBC, Discovery, National Geographic и других. У телезрителей появляется возможность выбора, теперь почти каждый телеканал имеет свою программу о путешествиях. Число российских телевизионных каналов растет, также происходит профилирование, которое на третьем этапе приведет к появлению специализированных телеканалов, полностью посвященных путешествиям.

Современные программы о путешествиях (2000–2014 гг.). Новые экономические условия определяют тип телевизионного контента [3], инфотейнмент становится решающим режимом подачи информации. На этом этапе критически сокращается количество просветительских программ и документальных фильмов о путешествиях, увеличивается количество развлекательных программ и мокьюментари на телевидении. Формируется особый характер современного российского телевидения, управляемого стремлением телекомпаний извлечь наибольшую коммерческую выгоду, а не желанием учесть интересы и потребности общества [1].

В 1998 году на телеканале ОРТ и в 2000–2008 гг. на РТР выходила программа «Вокруг света», которая с 2000 по 2001 гг. называлась «Планета Земля». Съёмочные группы программы побывали более чем в 80 странах мира. Ведущими программы были Дмитрий Захаров, Михаил Кожухов, Андрей Понкратов, Ирина Пудова, Сангаджи Тарбаев, Дарья Субботина, Антон Зайцев [15]. Программа «В поисках приключений» выходила на том же телеканале с 2002 по 2006 год. Ее ведущий Михаил Кожухов до этого участвовал в создании «Международной панорамы» на Центральном телевидении, а в 2001 году создал программу о странах СНГ «Верные друзья» на ОРТ. В основе проекта «В поисках приключений» было три неизменных композиционных элемента – рассказ о профессии, обучение ведущего этой профессии и участие в процессе работы. После закрытия программы и профессионального перерыва Михаил Кожухов создает в 2010 году программу «Охота к перемене мест» на канале «Моя планета» и «Далеко и ещё дальше» на телеканале ТВЗ.

Программа «Их нравы» впервые вышла в эфир 7 сентября 2003 года на телеканале НТВ. Это программа журнального типа: каждый выпуск программы состоит из трех частей, посвященных той или иной стране [13]. Репортажи в программе, также как и в «Непутевых заметках» Дмитрия Крылова, делаются в журналистском стиле. 17 сентября 2006 года на том же канале началась демонстрация цикла из 16 передач «Шнур вокруг света», концепцией которого стало развенчивание различных этнографических мифов, созданных туристическими агентствами, глянцевыми журналами и кассовыми фильмами. В проекте не было места журналистской объективности: то, что происходило на экране интерпретировалось музыкантом и фронтменом группы «Ленинград» Сергеем Шнуровым.

С 11 февраля по 26 мая 2008 года на «Первом» канале выходила программа «Одноэтажная Америка» Владимира Познера и Ивана Урганта об их 60-дневном путешествии по Соединенным Штатам Америки. Они повторяли автомобильное путешествие советских авторов И. Ильфа и Е. Петрова от Восточного до Западного побережья США и обратно, предпринятое ими в 1935 году и описанное в книге «Одноэтажная Америка». Герои программы – В. Познер в роли Ильфа, И. Ургант в роли Петрова, и их американский гид Брайан Ган в роли мистера Адамса – сравнивают современную Америку с Америкой времен Ильфа и Петрова. Каждая серия программы – это фрагмент путешествия по определенным штатам США [11].

Заслуживают нашего упоминания новейшие программы отечественного телевидения. Одна из которых – «Магия приключений» Сергея Ястржембского, которая начала транслироваться на телеканале «Россия 2» 23 января 2011 г. В рамках первого сезона в эфире было показано 10 документальных

фильмов из цикла «Вне времени», снятого кинокомпанией «Ястреб-Фильм». На данный момент существует уже три сезона программы «Магия приключений». Эти фильмы рассказывают о нравах, обычаях, традициях и судьбах редких, малочисленных и исчезающих народов.

В августе 2014 года «Первый» канал начал демонстрировать документальный цикл фильмов «По следам великих русских путешественников». Автор фильмов – член Русского географического общества Этнограф Леонид Круглов. Выпуски программы посвящены известным русским путешественникам и их маршрутам, по которым прошли современники – эти экспедиции проходили на верблюдах, собачьих и оленьих упряжках, на ледоколах, паруснике и т. д. Съёмки всего цикла передач заняли 8 лет [7].

Таким образом, третий период характеризуется бурным ростом количества трэвел-программ. Культурно-просветительские передачи постепенно переходят на узкоспециализированные эфирные и тематические кабельные и спутниковые телеканалы. Растет и количество специализированных трэвел-каналов не только зарубежного, но и российского производства: в настоящий момент существует более десяти трэвел-каналов – «Телепутешествия», «Travel Channel», «Russian Travel Guide», «Моя планета», «Ocean-TV», «Viasat Explorer», «Nat Geo Wild», «Discovery Travel & Living», «Outdoor Channel», «Viasat Nature», «Nautica Channel» и др.

По данным «TNS Россия» в топовой десятке неэфирных каналов 2009 года представлены четыре познавательных – «Discovery Channel», «Animal Planet», «National Geographic Channel» и «Охота и рыбалка». Из них абсолютный лидер – «Discovery Channel» со среднемесячным охватом аудитории в 9442 тыс. зрителей. «Animal Planet» в этом рейтинге занимает 2 место с охватом в 7787 тыс. зрителей. В лидирующей десятке также телеканал «National Geographic Channel», занимающий 7 место с 4387 тыс. зрителей. В рейтинге по среднесуточному охвату аудитории также лидирует «Discovery Channel» с 3105 тыс. зрителей. Также в десятку вошел телеканал «Animal Planet» с общим охватом в 2169 тыс. зрителей, что ставит его на 3 место [14].

Кратко приведя основные исторические этапы эволюции российской телевизионной трэвел-журналистики, мы предпринимая попытку характеристики ее современного состояния, проблем, тенденций и перспектив. Мы полагаем, что приведенная история телевизионной трэвел-журналистики в России позволяет нам выявить некоторые общие закономерности в контексте современного телевидения, которые могут быть применимы и к зарубежной телевизионной трэвел-журналистике.

Итак, на современном этапе открываются новые возможности для трансляции трэвел-контента – теперь передачи симулятивно выходят на разных

медиа, в том числе сети Интернет, совершенствуются творческие и технические возможности телевидения. В данной статье автор отмечает, что революция в трэвел-журналистике происходит сразу в двух измерениях – содержательном и технологическом. Современная трэвел-журналистика подвергается содержательному изменению ввиду нескольких специфических процессов, главные из которых:

1. Изменение вектора дестинаций трэвел-программ (от отдаленных к близким или местным).

2. Обусловленность предпочтительных мест для съемок туроператорами и поставщиками туристических услуг.

3. Стереотипизация образа определенных культур, которая зачастую сопровождается изображением превосходства одной из культур над другой («высших» над «низшими»).

4. Заимствование жанровых элементов из телепрограмм других жанров для привлечения внимания массового зрителя (прежде всего, реалити-шоу, юмористических, кулинарных, игровых программ).

Трэвел-журналистика, подобно многим другим телевизионным направлениям СМИ, подвержена влиянию инфотейнмента как особого приема передачи информации, реализуемого в:

1. Драматизации сюжета, которая заключается в превращении медийной продукции в шоу, своего рода спектакль [18]. Программы в стиле «инфотейнмент» апеллируют к эмоциям слушателей и зрителей, вызывая чувство сопереживания экранным героям.

2. Имитации спонтанности, при которой текст и действия героев заранее прописаны в сценарии, однако реализуются в стиле «лайв» – режиме реального времени.

3. Персонификации, при которой информация преподносится с точки зрения одного человека, через частную историю, на основе которой делаются обобщения [6]. Персонификация также проявляется в выборе ведущих и героев программы: популярность ставится выше профессионализма. Таким образом, интерес к личной жизни человека становится самодовлеющим, демонстрационным [4].

4. Бытовизации телевизионной реальности, проявляющей себя обилием потребительского контента (сувениры, отели, гардероб).

Во многом эволюция отечественного научно-популярного телевидения географической тематики обусловлена технологическими и структурными изменениями СМИ. Технологические изменения, произошедшие за последнее десятилетие с телевизионной трэвел-журналистикой, носят глобальный характер. Итак, современная трэвел-журналистика характеризуется несколькими процессами.

Первый процесс – это *дигитализация*, то есть переход СМИ в цифровой формат, при котором информационный продукт передается по каналам электронной коммуникации. Дигитализация устра-

няет различия между отдельными видами СМИ и в какой-то мере ведет к конвергенции.

Второй процесс – это *конвергенция*, который характеризуется процессами схождения и взаимоподобления медиа. Процесс конвергенции реализуется в интеграции информационных и коммуникационных технологических платформ, а также унификации передаваемых ими информационных продуктов [2]. Конвергенция в будущем сможет стереть различия между отдельными видами СМИ: на одной платформе можно будет получить любые виды информационных услуг. Уже сейчас подобная модель СМИ реализована на портале телеканала «Моя планета»: в одном месте можно смотреть, слушать, общаться с другими путешественниками, загружать свой материал (после регистрации).

Третий процесс – это *конгломерация*, обозначающий слияние и сосредоточение существующих медийных средств в руках относительно небольшого числа владельцев. Одновременное владение несколькими СМИ обеспечивает тиражирование и высокую доходность продукта (например, «Вокруг Света», «Моя планета», «National Geographic» и т. д.). Владельцы географических СМИ комбинируют традиционные и электронные медиа – программа, телеканал, журнал, веб-сайт с интернет-материалами по подписке, реже – радиопрограмма и подкаст.

Нельзя не отметить процесс глобальной *унификации* телевизионного контента, произошедшего благодаря повсеместной интернетизации. В настоящее время Интернет заполнен нелегальным контентом от известных производителей, например, телеканалов BBC, National Geographic и др. Этот процесс неизбежно будет происходить и дальше, вплоть до осуществления полного юридического, в том числе и международного, контроля за нелегальным содержанием Интернет ресурсов подобных thepiratebay.se, rutracker.org, vk.com и многих других.

Появление единой информационно-коммуникационной среды выдвигает перед профессиональным сообществом проблему *содержательного и выразительного наполнения контента*. После появления возможности публикации новых трэвел-медиапродуктов в сети Интернет их содержательное наполнение становится довольно сложно контролируемым. Модерация таких материалов приобретает особое значение в современных условиях существования трэвел-журналистики.

Таким образом, кратко охарактеризовав самые знаковые трэвел-программы, мы проследили путь становления жанра телевизионной трэвел-программы. Несомненно, трэвел-программ было больше, однако мы выделили наиболее существенные для данного исследования. Приведенная история телевизионной трэвел-журналистики в России позволяет нам выявить некоторые закономерности развития, проблемы и тенденции современной трэвел-

журналистики. Мы выяснили, что в настоящее время формируется единая мультимедийная среда, в которой могут свободно циркулировать потоки медиаконтента вне зависимости от страны производства. Общедоступность этой среды, и в частности функционирование Интернета как социальной трибуны, доступ к которой есть у каждого, и есть реализованная *глобализация* в сфере СМИ. Современная российская трэвел-журналистика находится на пороге перехода на новый этап развития, когда пользователь телевидения сам по желанию сможет не только составить собственную телепрограмму, но и участвовать в ее создании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникина М. Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению / М. Е. Аникина // СМИ в меняющейся России / [под ред. Е. Л. Ватановой]. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 336 с.
2. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие / Е. Л. Вартанова. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
3. Демина И. Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – № 1. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19424115>.
4. Демина И. Н. Ценности в жизни общества: характеристика социальной роли / И. Н. Демина // Массмедиа и ценностные отношения общества : сб. науч. ст. / [под ред. Г. В. Лазутиной]. – М. : МедиаМир, 2013. – С. 17-25.
5. Для туристических фирм // v-v--narod.ru: сайт телепрограммы «Вояж, вояж». – 2007. – Режим доступа: <http://v-v.narod.ru/pricevoyage.html>.
6. Ерёмина Д. А. Тенденция к развлекательности современных массмедиа в контексте философской традиции / Д. А. Ерёмина // Вестник МГОУ. Серия «Философские науки». – 2013. – № 4. – Режим доступа: <http://www.vestnik-mgou.ru/Articles/View/5132>.
7. Жизнь в Аватаре. На Первом канале выходит цикл «Семь великих русских путешественников» [Электронный ресурс] // Rg.ru: Интернет-портал «Российской газеты». 2014. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/07/03/puteshhestvenniki.html>.
8. Константинова Е. Г. Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления [Электронный ресурс] / Е. Г. Константинова // Медиаскоп. – 2009. – № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/290>.
9. Лапина И. Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения : дис. ... канд. филол. наук / И. Ю. Лапина. – М., 2005. – 127 с.
10. Муратов С. А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса / С. А. Муратов. – М. : Логос, 1997. – 276 с.
11. Одноэтажная Америка [Электронный ресурс] // Litblog.ru: книжные новинки и рецензии на книги. 2008. – Режим доступа: <http://www.litblog.ru/odnoetazhnaya-amerika>.
12. ООО «Туристическое агентство «Путевые советы» [Электронный ресурс] // allinfo24.ru: AllInfo24 – информация об организациях России. 2010. – Режим доступа: http://allinfo24.ru/company/ooo-turisticheskoe-agentstvo-putevye-sovety_id1101487.html.
13. Программа «Их нравы» с Дмитрием Захаровым [Электронный ресурс] // geografia.ru: страноведческая журналистика. 2006. – Режим доступа: <http://www.geografia.ru/intv.html>.
14. Телевидение в России 2009 : Состояние, тенденции и перспективы развития : Доклад / [под общ. ред. А. Ю. Романченко, Е. Л. Вартановой, В. П. Коломийца]. – М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2009. – 252 с.
15. Телепрограмма «Вокруг света» [Электронный ресурс] // vokrugsveta.ru: Издательство «Вокруг света». – Режим доступа: <http://www.vokrugsveta.ru/tv/vs/>.
16. Телепутешествия [Электронный ресурс] // tripadvisors.narod.ru: Туристический путеводитель. 2010. – Режим доступа: <http://www.tripadvisors.narod.ru/teleputeshestviya.html>.
17. Фролова Т. И. Проблемы социальной сферы в телевизионной журналистике / Т. И. Фролова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – № 2. – Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19037>.
18. Schöbi K. Infotainment. – Luzern: PHZ Luzern, 2012. – 24 pp. – Режим доступа: http://themen.zembi.ch/infotainment/AktualisierungBuch_Version08a_24Seiten.pdf.

*Санкт-Петербургский государственный университет
Показаньева И. В., аспирант кафедры телерадиожурналистики факультета журналистики
E-mail: inna_pokazanyeva@yahoo.com*

*St-Petersburg State University
Pokazaneva I. V., Post-graduate Student of the Television and Radio Journalism Department
E-mail: inna_pokazanyeva@yahoo.com*