

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТВ-ПРОГРАММЕ «БОЛЬШАЯ СТРАНА»

А. Г. Донских

Южный федеральный университет

Поступила в редакцию 15 апреля 2022 г.

Аннотация: в статье рассмотрены особенности передачи «Большая страна» как инструмента продвижения культурно-познавательного туризма в России.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, путешествия по России, телевидение, тревел-журналистика, передача «Большая страна», «Общественное телевидение России».

Abstract: the article analyzes the specific of the «Big Country» program as a tool for promoting cultural and educational tourism in Russia.

Keywords: cultural and educational tourism, travel in Russia, television, travel journalism, «Big Country» program, «Public Television of Russia».

Передачи о путешествиях — самостоятельная и очень востребованная ниша. Такая продукция помимо реализации рекреационных функций стимулирует интерес к культурно-познавательному туризму. Эксперты отмечают, что в современном мире культурно-познавательный туризм занимает лидирующие позиции среди других видов туризма [1, 59] и является одной из главнейших, активно развивающихся отраслей экономики, осуществляющих важную роль в обеспечении устойчивого социально-экономического развития территориальных общностей разного уровня [2, 60].

Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. определяет культурно-познавательный туризм как путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий [3]. Спектр подвидов культурно-познавательного туризма разнообразен. Среди направлений его развития эксперты выделяют: культурно-исторический, культурно-религиозный, культурно-событийный, культурно-экологический, культурно-этнический, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-антропологический [4, 193]. Схожую классификацию предлагает исследователь И. Каменщиков, добавляя такие направления, как литературный и историко-патриотический туризм [5, 25].

Культурно-познавательный туризм активно развивается и в Российской Федерации. На фоне этого процесса выявляются важные и требующие решения проблемы. В центре внимания экспертного сообщества проблема реализации туристического потенциала регионов нашей страны. По данным многочис-

ленных рейтингов, спектр туристических интересов россиян внутри страны однообразен и в основном направлен на крупные мегаполисы, а также курорты Краснодарского края и Республики Крым. Между тем эксперты отмечают, что «в России 1600 малых городов, при этом более двухсот из них и еще большее число сельских поселений обладают уникальными историко-культурными и природными памятниками и объектами, которые способствуют развитию туризма и являются источником социально-экономического развития России» [2, 61]. Обобщая различные исследования, авторы «Стратегии развития туризма» ключевыми конкурентными преимуществами развития туризма в нашей стране называют огромное количество точек притяжения для развития разнообразных видов туризма, ориентированных практически на любые группы потребителей [3]. В России восемнадцать объектов всемирного культурного наследия и одиннадцать объектов всемирного природного наследия ЮНЕСКО. По этим показателям в общемировом рейтинге Россия занимает 10-е и 4-е места соответственно [3]. Стратегия развития туризма относит культурно-познавательный туризм к социально значимым видам, предлагая разнообразные инструменты его стимулирования, среди которых и средства массовой информации.

Рост СМИ туристической тематики в России современные исследователи отмечают во второй половине 1990-х гг. прошлого столетия [6, 171]. В ответ на запросы рынка активно развивалась тревел-журналистика, представленная как отечественной, так и зарубежной продукцией. Телевизионная тревел-журналистика — отдельная динамично развивающаяся отрасль современного медиарынка, являющаяся собой многоуровневую систему, включающую фильмы, передачи о путешествиях, а также специализированные телевизионные каналы [7, 282].

Несмотря на то, что ниша передач о путешествиях почти полностью заполнена, потребность в новых форматах и способах подачи информации перманентна. Особую актуальность она приобретает для формирования интереса аудитории к путешествиям по России. Социально-экономические и политические факторы обуславливают важность интенсивного стимулирования данного направления. Однако, помимо существующих экономических трудностей, среди препятствий на пути развития культурно-познавательного туризма в России исследователи называют слабую информированность россиян о возможностях путешествий внутри страны [8, 45] и, соответственно, немногочисленность самих путешествий [3].

Начиная с 2014 г. российские телевизионные каналы стремятся восполнить данный пробел, предлагая вниманию аудитории разнообразные проекты, посвященные путешествиям по стране и знакомству с ее культурно-историческим наследием. Например, на канале «Россия» с 2014 г. по 2016 г. выходила передача «Россия. Гений места», ведущим которой был действующий в тот период министр культуры Владимир Мединский. Среди проектов-долгожителей можно отметить передачи: «Орел и решка. Россия» на канале «Пятница», «Непутевые заметки с Дмитрием Крыловым» на Первом канале, «Поедем, поедим!» на канале НТВ, «А дома лучше» с Андреем Понкратовым на канале «Моя планета». Каждый из названных проектов отличается собственным уникальным форматом и весьма популярен среди зрителей.

В то же время современные исследователи отмечают общую тенденцию, негативно влияющую на содержание передач о путешествиях: доминирование развлекательного начала в ущерб познавательным и аналитическим аспектам [9, 131]. Программа «Большая страна», выходящая на «Общественном телевидении России», выделяется среди всех существующих телепередач о путешествиях по России, реализуя в первую очередь познавательные и образовательные функции. Концепция передачи обусловлена программной политикой ОТР, ориентированной на информационно-просветительскую и аналитическую деятельность, отсутствием рекламы. В то же время заметно, что «Большая страна» находится на стадии поиска собственного уникального формата, отдельные элементы которого уже обрели черты и могут быть изучены, например редакционная политика, тематическое наполнение, способы подачи материала, авторский состав.

В связи с тем, что не все выпуски передачи в упорядоченном виде доступны онлайн, проследить детальную хронологию ее развития сложно. Передача возникла в 2013 г., будучи изначально по формату общественно-политической. Создатели программы готовили выпуски, посвященные гражданским инициативам и развитию гражданского общества, в рамках которых выходили рубрики, посвященные

жизни регионов — «Большая страна: Открытие», их достопримечательностям — «Узнай свою страну». Содержание выпусков отличалось значительным тематическим разнообразием. Со временем формат передачи трансформировался в познавательный, произошло тематическое разделение субботних и воскресных выпусков. Новый формат передачи был официально объявлен в субботнем выпуске от 10 октября 2020 г., когда ведущая Ангелина Грохольская сообщила, что по субботам программа будет выходить под названием «Большая страна. Территория тайн». Почти через год 18 сентября 2021 г. ведущий Павел Давыдов объявил об очередном обновлении субботних выпусков, отныне объединенных общей темой. Воскресные же выпуски стали выходить под названием «Большая страна. Открытие».

Именно в таком виде передача выходит в настоящее время. Вот как сформулирована обновленная концепция на сайте ОТР: «“Большая страна” в субботу — это древние и современные легенды, тайны и загадки. Места силы, территории мистических тайн, инопланетные вторжения. Археологические сенсации, исторические экскурсии и прошлое в лицах. “Большая страна” в воскресенье — это новые авторские маршруты. Познавательный, экстремальный, гастрономический, оздоровительный и прочие виды туризма. Мы не идем проторенными путями, предлагаемыми турагентствами, а открываем неизвестные места и превращаем их в культовые» [10].

По структуре каждый выпуск «Большой страны» включает три-четыре сюжета средней продолжительностью от семи до двадцати минут, а также обязательное участие гостя — эксперта в определенной области, беседа с которым ведется онлайн или непосредственно в студии. В программе два постоянных ведущих, поочередно готовящих выпуски, Ангелина Грохольская и Павел Давыдов. Харизматичные и эрудированные ведущие — одна из сильных сторон передачи, поскольку они заряжают аудиторию энтузиазмом новых открытий и путешествий по России, приглашают интересных, компетентных собеседников, профессионально поддерживают беседы на любые темы с абсолютно разными экспертами. При этом сами ведущие во время программы не покидают пределов студии. Еще одна особенность заключается в том, что все сюжеты создают стрингеры из регионов, снабжая материалы уникальным колоритом, эксклюзивной информацией, обусловленной лучшим знанием родных мест.

В настоящий момент создатели передачи позиционируют ее как «клуб путешественников нового формата». В эту концепцию входит интерактивный компонент: вовлечение аудитории в совместный поиск тем, приглашение к участию в качестве гостя. Фактически аудитория программы, ее ведущие и гости являются членами данного клуба. Заявленный формат имеет сходство с самой популярной на со-

ветском телевидении и самой продолжительной в истории передач «Клубом кинопутешествий», выходящей с 1960 по 2003 гг. Сходство наблюдается и в структуре программы и в подходе к тематическому наполнению. Но есть и существенное отличие. Как известно, «Клуб кинопутешествий» знакомил зрителей в первую очередь с зарубежными странами, которые были недоступны большинству жителей Советского Союза. Тематика «Большой страны» ориентирована целиком на Россию, ее исторические и современные реалии, знакомит успешного повидать мир современника со своей страной.

На сайте «Общественного телевидения России» размещены субботние и воскресные выпуски передачи начиная с 10 октября 2020 г. За этот период 53 из 85 субъектов Российской Федерации хотя бы раз попали в сюжеты «Большой страны». Данное обстоятельство свидетельствует как о богатстве и разнообразии культурно-исторического наследия, так и о мощном туристическом потенциале регионов России. Интересно, что частота появления того или иного региона в вы-

пусках «Большой страны» не привязана к существующим туристическим рейтингам, хотя регионы, где активно развивается туризм, регулярно освещаются. Чаще всего в передаче появляются сюжеты из Алтайского, Ставропольского, Краснодарского краев, Астраханской, Калининградской, Челябинской, Вологодской, Липецкой, Ленинградской, Иркутской областей, республик Горный Алтай, Коми и Крым. Однако регионом-лидером по количеству сюжетов является Пермский край, который не занимает лидирующие позиции в туристических рейтингах.

Для наглядности мы составили таблицу, в которой разместили результаты «Национального туристического рейтинга — 2021», представленного совместным исследованием журнала «Отдых в России» и Центра информационных коммуникаций «Рейтинг» [11], и сопоставили их с количеством сюжетов о регионах в передаче «Большая страна» за тот же период. Поскольку количество сюжетов из некоторых регионов было одинаковым, в таблице мы их поместили на одной позиции.

Таблица 1

Сравнительный рейтинг регионов в передаче «Большая страна» и отраслевом туристическом исследовании

| Частота появления сюжетов о российских регионах в передаче «Большая страна» в 2021 г. | Данные «Национального туристического рейтинга — 2021» о туристической привлекательности регионов России |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Пермский край | 1. Краснодарский край |
| 2. Астраханская область | 2. Московская область |
| 3. Алтайский край, Ленинградская область и Санкт-Петербург | 3. Город федерального значения Москва |
| 4. Липецкая область | 4. Республика Крым |
| 5. Калининградская область | 5. Город федерального значения Санкт-Петербург |
| 6. Республика Крым | 6. Приморский край |
| 7. Вологодская область | 7. Алтайский край |
| 8. Краснодарский край | 8. Республика Татарстан |
| 9. Ставропольский край, Воронежская область, Иркутская область, Орловская область, Челябинская область | 9. Нижегородская область |
| 10. Республика Татарстан, Республика Коми, Приморский край, Белгородская область, Тамбовская область | 10. Самарская область |

В отличие от других передач о путешествиях, выпуски которых обычно охватывают сразу все ключевые достопримечательности территории, сюжеты в «Большой стране» посвящены какому-то одному яркому аспекту или факту. Знакомство с регионами происходит постепенно от выпуска к выпуску. При этом прослеживается интересная закономерность: несмотря на то, что авторы сюжетов в первую очередь делают акценты на ключевые достоинства региона: природные, архитектурные либо культурно-исторические, чем чаще освещается регион, тем больше разнообразной и интересной информации получает аудитория. С одной стороны, зритель погружается в виртуальное путешествие, не выходя из дома, а с другой — получает целую коллекцию уникальных сведений, с помощью которых можно с большей пользой организовать собственное путешествие. Благодаря этому приему формируется узнаваемость региона, по-

степенно выстраиваются разнообразные маршруты, отражающие индивидуальные возможности культурно-познавательного туризма в отдельно взятой местности: экологические, исторические, литературные, археологические, этнографические и другие.

В то же время у зрителя формируется как общее представление о России как о стране с чрезвычайно богатым и уникальным культурно-историческим и природным наследием, так и лучшее понимание особенностей уклада и традиций жителей отдельных территорий, а о каждом регионе складывается своя уникальная мозаика информации, которая от выпуска к выпуску пополняется новыми фрагментами. Например, среди регионов, входящих в Южный федеральный округ, в 2021 г. в «Большой стране» чаще всего освещалась Астраханская область. Из выпусков передачи аудитория узнала, что этот регион не только богат неповторимыми природными объектами, но и отличается

определенным жизненным укладом, традициями, легендами и преданиями, связанными с этими местами. Следы пребывания древних народов и государств, занимавших когда-то территорию современной Астраханской области, являются частью культурного наследия региона, собраны в музейных коллекциях, отображены в интерактивных туристических комплексах, отдельных архитектурных памятниках, а исторически сложившееся национальное многообразие региона, где представлены все мировые религии и существует около тридцати конфессий, формирует его уникальный культурный колорит. Одновременно вниманию аудитории предложена галерея выдающихся деятелей прошлого и современности.

Особенность формата программы «Большая страна» обуславливается творческой свободой и заключается в оригинальном подходе к подаче интересной и познавательной информации. Кажется, что создатели передачи не ограничены жесткими сюжетными рамками, что проявляется и в широком спектре тем, и в авторском составе. Отдельные выпуски, например, могут быть посвящены тайнам подводных лодок и судьбам наиболее известных субмарин, поискам кладов и их исторической ценности, старинным усадьбам и их обитателям, проблеме охраны объектов архитектурного наследия и их истории, знаменитым ученым и забытым именам, великим стройкам века и их участникам, природным ресурсам России и ее оборонной мощи и др. Жанрово-тематическое разнообразие создаваемых региональными корреспондентами сюжетов представлено историческими расследованиями, театрализованными постановками, экскурсиями, реконструкциями, очерками, репортажами, интервью. Многие факты подаются в контексте загадочности и таинственности, что пробуждает любопытство, будоражит воображение, поддерживает внимание и стимулирует интерес зрителя. Вместе с тем авторы избегают мистификаций. Аудитории предлагают поразмышлять над актуальными темами, которые обсуждают в студии ведущие программы и гости, получить полезные практические советы, связанные с путешествиями по России. Развлекательный компонент замещен интригующе-мотивирующим.

Полагаем, что созданный авторами передачи формат оказался новаторским. Его основные черты: свобода от рекламы, обеспечивающая творческую свободу, эксклюзивность информации, обусловленная авторским составом региональных корреспондентов, научно-популярная, просветительская направленность, интерактивность, специфическая подача познавательного материала с ярко выраженным интригую-

щим началом. Программа ориентирована как на увлеченного и думающего зрителя-путешественника, так и на специалиста туристической отрасли. Надеемся, что в ближайшем будущем новый уникальный формат о путешествиях по России, объединяющий познавательную и мотивирующую функции, продолжит свое развитие на отечественном телевидении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Байков Е. А. Инновационные аспекты развития культурно-познавательного туризма в современных условиях / Е. А. Байков // Петербургский экономический журнал. — 2014. — № 2. — С. 58–65.
2. Архипов О. В. Маркетинг дестинаций и проблема продвижения услуг культурно-познавательного туризма / О. В. Архипов, Т. Е. Сиволап, В. И. Терехова // Петербургский экономический журнал. — 2018. — № 4. — С. 57–69.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. — Режим доступа: <http://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 10.01.2022).
4. Колпащикова Т. Ю. Социально-экономические аспекты развития культурно-познавательного туризма в Северо-Западном федеральном округе Российской Федерации: дис. ... канд. эконом. наук / Т. Ю. Колпащикова. — СПб., 2011.
5. Каменщиков И. А. Управление культурно-познавательным туризмом в России: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / И. А. Каменщиков. — М., 2005.
6. Ревенко А. А. Тематическая направленность и целевое назначение программ о путешествиях и туризме на отечественном телевидении / А. А. Ревенко // Таврический научный обозреватель. — 2016. — № 4 (9). — С. 169–176.
7. Соловьев В. А. Особенности функционирования тревел-журналистики в российской медиасреде / В. А. Соловьев, Д. Скобликова // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. — 2017. — Вып. 10 (783). — С. 275–285.
8. Фролова Е. В. Специфика культурно-познавательного туризма в городах Российской Федерации / Е. В. Фролова, Е. Е. Кабанова, М. В. Костина // Материалы Афанасьевских чтений. — М., 2017. — № 2 (19). — С. 42–54.
9. Гегелова Н. С. Тревел-журналистика на российском телевидении / Н. С. Гегелова // Вестник РУДН. Серия Литературоведение. Журналистика. — 2016. — № 2. — С. 128–133.
10. Сайт «Общественного телевидения России». — Режим доступа: <https://otr-online.ru/programmy/bolshaya-strana> (дата обращения: 24.01.2022).
11. Национальный туристический рейтинг — 2021. — Режим доступа: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2021> (дата обращения: 10.02.2022).

Южный федеральный университет
Донских А. Г., кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и практики массовой коммуникации
E-mail: anna_kapustina@mail.ru

Southern Federal University
Donskikh A. G., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Theory and Practices of Mass Communication Department
E-mail: anna_kapustina@mail.ru