**Аннотация магистерской диссертации**

**Лазебной Екатерины Григорьевны**

**«Образ ведущего, как структурообразующий элемент трэвел-фильма»**

**Н. рук. – Почкай Елена Петровна, доцент, кандидат филологических наук.**

**Направление подготовки - Журналистика**

**Профиль - Документальный фильм: творчество и технологии**

**Ключевые слова:** кинопутешествия, путевой очерк, трэвел, ведущий телепрограммы .

**Key words:** travel film, travel story, travelogue, TV reporter..

**Актуальность** магистерской диссертационной работы «Образ ведущего, как структурообразующий элемент трэвел-фильма» обусловлена необходимостью обобщения существующего практического опыта кино- и видеопутешествий, выявления роли ведущего в организации структуры передач и формировании их стиля.

**Новизна исследования** заключается в том, что в работе впервые не только представлена краткий история становления такого жанра как кинопутешествие, видовой фильм и путевой очерк на телевидении, но и систематизирован тематический спектр современных трэвел-фильмов, а также отечественных и зарубежных телепрограмм. Значительное внимание в диссертации уделено анализу функции и роли ведущего в формирования стиля и структуры программы о путешествии в зависимости от тематической и идейно-художественной направленности трэвел-фильма.

**Цель** магистерской диссертации – определить специфику работы автора-журналиста над передачей/фильмом о путешествии и его роль в в формировании образа страны или региона, о которых рассказывается в трэвел-фильме.

Поставленная цель определила следующие **задачи**:

1. систематизировать исторические сведения о развитии жанра «тревел-фильм» (фильм о путешествии) как в России, так и за рубежом;
2. выявить основные тенденции развития трэвел-контента в современном информационном мире;

3) определить, каким образом глобализация влияет на трэвел-журналистику и позицию ведущего тревел-программы;

4) выявить связь образа ведущего с тематикой программы, предложить типологию продуктивных образов для различных видов трэвел-программ;

5) рассмотреть основные принципы структурирования ведущим программы/передачи о путешествиях и формирования изобразительной стилистики трэвел-фильма на примере собственного авторского фильма «Минги Тау -.сердце Балкарии».

**Объект** исследования – трэвел-фильмы в программах отечественного и зарубежного телевидения.

**Предмет** исследования – методы и приемы деятельности тележурналиста/ведущего, используемые для формировании структуры трэвел-фильма и его стилистической доминанты.

**Научно-теоретическую базу** магистерской работы составили труды В.Ф. Познина, И.В. Показаньевой, С.А. Муратова, Д.А. Ереминой, В.Р. Мединского, Д.А. Долинина. Исследование было бы неполным без обращения к опыту известных режиссеров, ведущих работавших в области трэвел-программ/кинопутешествий.

**В качестве эмпирического материала** были использованы в основном современные отечественные и зарубежные трэвел-фильмы, транслируемые на отечественных и зарубежных телеэкранах.

Методология исследования предполагает комплексный подход, который объединяет теоретические и эмпирические **методы**:

* историко-хронологический метод;
* метод эмпирического анализа;
* метод сопоставительного анализа;
* метод системного анализа;
* метод типологизации;
* анализ контента.

**Степень исследованности и разработанности научной темы.** Кино- и видеопутешествие – это особое направление документалистики, которое предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии и другие. Поэтому к анализу трэвел-программ обращались в учебных пособиях, посвященных мастерству журналиста, соискатели ученой степени, исследующие проблемы глобализма, взаимодействия культур, проблемы развития международного туризма, а также процессы конвергенции СМИ и жанровые особенности научно-познавательных фильмов, включая трэвел-фильмы. Гораздо меньше внимания уделялось работе тележурналиста при создании трэвел-фильма, его роли и функции в создании трэвел-фильма.

**Рабочая гипотеза исследования** заключается в том, что в современном мире существует множество различных программ о путешествиях, что тесно связанно с глобализацией и появлением информационно связанного мира. Стремительный количественный рост такого рода передач и фильмов, казалось бы, должен был привести к созданию одинаковых программ, мало отличающихся друг от друга. Однако работа автора-журналиста в кадре и за кадром, во многом определяющая структуру трэвел-фильма, способствовала стилистическому и жанровому трэвел-передач. Трэвел-журналистика, с появлением сети Интернет, с каждым годом становится масштабнее, переходит в блоги, профайлы, и путешественник, который размещает для всеобщего доступа впечатления о путешествии, фото, видео, отчасти становится трэвел-журналистом. Но при этом важно иметь в виду, что подобные публикации не всегда корректны, и это может искажать восприятие другой страны, региона.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения, фильмографии и библиографии.

Первая глава посвящена историческому опыту развития зарубежных и отечественных кинопутешествий, а также современным тенденциям развития трэвел-фильма.

Во второй главе рассматривается роль телеведущего в работе над трэвел-фильмом/программой, его имидж, толерантность, а так же выявлены связи между образом ведущего и структурой программы. В третьей главе описан опыт автора данной работы в роли ведущего-журналиста.

В третье главе анализируется собственный опыт автора диссертации, создавшего трэвел-фильм «Минги Тау -.сердце Балкарии».

**Положения, выносимые на защиту:**

* глобализация современного мира повлияла на бурный рост трэвел-программ, что в свою очередь отразилось и на их качестве;
* появились определенные четкая тематические направленность в жанре кинопутешествий: фуд-трэвел, трэвел-гид, программы о животном мире, о национальностях и др.;
* трэвел-фильмы в современном мире очень персонифицированы, и образ ведущего в значительной мере определяет формат, стиль, а также рейтинг программы;
* трэвел-журналистике часто не хватает независимости, поскольку тур-агентства являются спонсорами многих трэвел-программ, либо сами создают свои передачи о путешествиях, благодаря чему кинопутешествия теряют былую познавательность, и все больше носят развлекательно-рекламный характер.