САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**ЛАЗЕБНАЯ Екатерина Григорьевна**

**Образ ведущего, как структурообразующий элемент трэвел-фильмов**

**Профиль магистратуры − «Документальный фильм: творчество и технологии»**

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель −

 к. филол. наук,

доцент Е. П. Почкай

Вх. № \_\_\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГАК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2015

Оглавление

[Введение 3](#_Toc419666379)

[ГЛАВА I. Фильмы о путешествиях: основные этапы развития «трэвелфильма» 8](#_Toc419666380)

[1.1. Зарождение, становление и развитие  жанра экранного путевого очерка  («кинопутешествия», «трэвел-фильма») 8](#_Toc419666381)

[1.1.1. Зарубежный опыт развития документального кино. 11](#_Toc419666382)

[Первые кинопутешествия 11](#_Toc419666383)

[1.1.2. Отечественный опыт развития документального кино 15](#_Toc419666384)

[1.2. Основные тенденции развития жанра «трэвел-фильм» 23](#_Toc419666385)

[1.3. Толерантность в трэвел-фильмах 34](#_Toc419666386)

[ГЛАВА II. Структурообразующие элементы трэвел-фильма 37](#_Toc419666387)

[2.1. Тематическое направление и форматообразующие элементы трэвел-фильма 37](#_Toc419666388)

[2.2. Ведущий в трэвел-фильме 47](#_Toc419666389)

[2.2.1. Роль ведущего и персонификация в структуре 47](#_Toc419666390)

[трэвел-фильмов 47](#_Toc419666391)

[2.2.2. Влияние образа ведущего на стиль передачи 54](#_Toc419666392)

[2.3. Выразительные средства трэвел-фильма/телепередачи 64](#_Toc419666393)

[ГЛАВА III. Роль автора в создании тревел-фильма 73](#_Toc419666394)

[«Минги Тау -сердце Балкарии» 73](#_Toc419666395)

[3.1 Концепция фильма и подготовительный этап 73](#_Toc419666396)

[3.2. Съемочный и монтажный этапы 75](#_Toc419666397)

[3.2.1. Роль ведущего 75](#_Toc419666398)

[3.2.2. Герои фильма «Сердце Балкарии» 77](#_Toc419666399)

[3.2.3. Монтажно-тонировочный этап 78](#_Toc419666400)

[Заключение 81](#_Toc419666401)

[Список источников 86](#_Toc419666402)

[Книги, документы 86](#_Toc419666403)

[Статьи 88](#_Toc419666404)

[Интернет источники 90](#_Toc419666405)

[Видеоматериалы 93](#_Toc419666406)

[Приложение 1. 95](#_Toc419666407)

[Сценарий фильма «Минги-Тау – Сердце Балкарии» 95](#_Toc419666408)

# Введение

Путешествие — это возможность увидеть своими глазами мир, получить новые знания, новые эмоции, новые впечатления. Не зря говорят: порой один день, проведенный в других местах, дает больше, чем десять лет жизни дома.

История человечества с самого своего начала связана с путешествиями: наши предки все время перемещались с места на место, стараясь найти земли, которые пригодны для жизни. Но за всю историю человечества не совершалось столько путешествий как в течение XX-XXIвв., что, несомненно, дало мощный толчок в развитии социально-политической сферы современного общества.

На сегодняшний день путешествие – это, скорее, развлечение, отдых от рутины, поиск новых впечатлений. Наверное, сложно найти человека, который не мечтал бы объехать весь мир. Но воплотить в жизнь это удается немногим, хотя в современном мире это не проблема: есть интернет,  телевидение, и стоит лишь выбрать нужный ресурс или канал – и можно побывать в любом уголке земного шара. Трэвел-фильмы разнообразны по подходам, по отбору изобразительного материала, принципам подачи информации.

В ходе развития документального кино появляются различные изобразительные и выразительные приемы, и зрителю приходится постоянно их осваивать: крупный план, ракурс, параллельный монтаж,  панорамные съемки, флэшбэк, искажение линейной перспективы нестандартной оптикой, интерактивность, изображение, созданное с помощью компьютерных технологий, многовариантное построение сюжета и т.п.

В отличие от других видов искусства, творческие возможности кино, телевидения и любых мультимедийных произведений теснейшим образом связаны с развитием науки и техники, и зритель находится в процессе постоянного обучения декодированию экранной знаковой и эстетической  информации.

Что же касается трэвел-фильмов, то техническая и технологическая составляющая играют здесь особую роль. Например, без специальной оптики мы не имели бы возможность снять крупным планом диких животных или  продемонстрировать, как на наших глазах распускается цветок, несутся облака и т.п. В последнее время появились уникальные приспособления для съемок, например, с помощью квадрокоптера операторы могут запечатлеть панорамы с воздуха, с помощью различных стабилизаторов (стедикам, ролнин) снимать плавные панорамы, в том числе с вертолета, с помощью камеры GoPro  снимать в экстремальных ситуациях и даже под водой и т.д.

А главное – ведущий смог появиться в трэвел-фильме только благодаря техническому прогрессу – появлению видеокамер, где предельно облегчен процесс синхронизации изображения и звука. Сегодня практически нет ни одного видеофильмах о путешествии, где бы не было ведущего. Он определяет логику повествования, композиционный строй фильма или передачи, способен вносить в рассказ о посещаемых им местах определенные стилистические краски.

**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, на телевидении – видовой фильм и путевой очерк, 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 формирования 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, такие как фильмы производства «BBC», программы «Непутевые заметки» с Дмитрием Крыловым, «Орел и решка», «Шнур Вокруг Света» и многие другие.

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, оно предоставляет массовой аудитории информацию про путешествия, а также касается тем географии, истории, искусства, культуры, этики, туризма, философии и другие. Поэтому к анализу трэвел-передач 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.

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

В первой главе описан исторический опыт развития зарубежных и отечественных кинопутешествий, а также рассматриваются современные тенденции развития трэвел-фильмов.

Во второй главе данной магистерской работы исследуется роль телеведущего в работе над трэвел-фильмом/передачей, его имидж, толерантность, а так же выявлены связи между образом ведущего и структурой программы.

В третье главе анализируется опыт работы над авторским трэвел-фильмом «Минги Тау -.сердце Балкарии».

# ****ГЛАВА I. Фильмы о путешествиях: основные этапы развития «трэвелфильма»****

## 1.1. Зарождение, становление и развитие  жанра экранного путевого очерка  («кинопутешествия», «трэвел-фильма»)

Как и многие жанры документального фильма, жанр экранного путевого очерка имел своего предшественника в литературе и журналистике. Это, прежде всего, путевой очерк, который можно встретить у Л. Стерна, Г. Гейне, А. Радищева, А. Пушкина и других писателей XVIII и XIX века. В ХХ веке, когда значительно совершенствуются способы передвижения и люди получают возможность за достаточно короткое время перенестись в любую точку земного шара, жанр путевого очерка получает широкое распространение в литературе, журналистике и на телевидении.

Поскольку сегодня принято в ряде случаях использовать английскую терминологию, то в последние годы в обиход вошли термины «трэвел-журналистика», «трэвел-райтер» и «трэвел-журналист», которые используются не всегда точно и корректно, что приводит порой к путанице понятий как в научных трудах исследователей, так и в профессиональной журналистской среде.

В отличие от путевых очерков, создаваемых писателями, журналистский путевой очерк создается более оперативно и, как правило, четко ориентирован на определенную читательскую или зрительскую аудиторию. Для него характерна броскость описания, акцент на наиболее интересных и необычных объектах, динамичность повествования. При создании телевизионного путевого очерка авторы используют репортажные методы и приемы съемки, но при этом стремятся к тому, чтобы изображение было эстетичным и передавало атмосферу того места, о котором идет речь в передаче или фильме. Текст, сопровождающий телевизионный путевого очерк, тоже отличается от текста телерепортажа – он не только сообщает факты и дает познавательную информацию, но и включает в себя образные сравнения, аналогии, эмоциональную оценку ведущего, который играет существенную роль. Поэтому нередко зрители отдают предпочтение тем передачам о путешествиях, которые ведет интересный ведущий, умеющий увлечь телезрителя своим рассказом. Именно ведущий в хорошем путевом очерке становится центром, структурообразующим стержнем, вокруг которого как бы кристаллизуются соответствующие факты, явления, объекты, события. Его эмоциональные оценки, его интонация, умение акцентировать внимание на наиболее интересных объектах, включать в ткань повествования интересных собеседников, размышлять об увиденном - во многом определяют успех или неуспех телепрограммы.

Понятие, связанное с визуальным отражением впечатлений о каких-то странах и континентах, – travelogue было введено американским путешественником и фотографом Бертоном Холмсом (это он в 1901-1909 гг. он сделал множество документальных снимков, проехав всю Российскую Империю от западной границы до Дальнего Востока).

Как уже было сказано, жанр путевого очерка имеет давнюю историю.

Одним из первых русских авторов, описавших свои впечатления, был, как известно, тверской купец Афанасия Никитина, живший в XV веке и совершивший поездки в Византию, Литву, Молдавию, Крым, впечатления от которых описал в «Хождении за три моря»[[1]](#footnote-1). Путешествуя А.Никитин делал путевые заметки, фиксируя свои впечатления «о жизни народов Персии, Индии, обращая внимание на религию и государственный строй посещаемых стран и красочно описывая экзотических животных – змей, обезьян, про птицу «гукук» и др.» Афанасий Никитин наблюдал также за бытом и нравами жителей, описывал все до мелочей. В его текстах уже можно видеть элементы создания образа страны через описание населяющих ее людей, через образы живописной природы, животных и т.п.[[2]](#footnote-2) То есть уже тогда, в далеком XV веке был заложен фундамент будущей отечественной трэвел-литературы.

Прямым предком современной трэвел-журналистики является жанр путевых заметок, который фактически ознаменовал становление отечественной журналистики. В основе таких заметок были различных события, встречи, происшествий, с которыми столкнулся человек во время своей поездки в далекие страны. Из известных авторов, которые прославили путевой очерк как жанр, нельзя не упомянуть А.С. Пушкина с произведением «Путешествие в Арзрум», рассказ А.Н. Радищева «Путешествие из Петербурга в Москву»; из советских авторов - И.А. Ильфа и Е.П. Петрова, И.Г. Эренбурга и др.[[3]](#footnote-3) Если говорить о зарубежных путевых очерках XX в., то следует вспомнить «Сентиментальное путешествие по Франции и Италии» Л. Стерна, «Путевые картины» Г. Гейне, а также Пола Теру и Билла Брайсона. Сейчас очень редко в штате газет и журналов есть очеркисты, которые пишут о путешествиях, «в наше время этим занимаются журналисты и фрилансеры»[[4]](#footnote-4).

Кинопутешествие является наиболее понятной и доступной даже начинающему кино- и видеолюбителю формой фильма. Сценарий такого фильма фактически диктует сама жизнь, дающая авторам новые впечатления в ходе маршрута путешествия. Но далеко не все кинопутешествия получаются интересными. Многое зависит от взгляда журналиста-путешественника. Еще до начала своего путешествия автор должен узнать что-то об этнографических и географических особенностях региона или страны, куда он отправляется, о разнообразии ландшафтов, животного мира, местных жителях и пр. То есть информационная наполненность фильма и увлекательность изложения напрямую зависят от того, как подготовился к съемкам журналист.

В наше время документальное кино стоит на грани между журналистикой и кинематографом.

Для того чтобы понять феномен трэвел-фильма, рассмотрим исторические предпосылки зарождения и развитие жанра кинопутешествия.

### 1.1.1. Зарубежный опыт развития документального кино.

### Первые кинопутешествия

Людей, чья профессия связана с кинематографом, всегда интересовали экзотика, происшествия, этнография, стихийные бедствия, война, светская жизнь, новинки техники, научные открытия, полеты на самолетах, гонки. Все**,** что необычно и является сенсацией, все, что может привлечь публику, интересовало уже самых первых кинематографистов. Они путешествовали по миру в поисках интересных сюжетов, порой подвергая себя и съемочную группу опасности. Вспомним историю о кинооператоре, который продолжал крутить ручку камеры до тех пор, пока лев его не убил.

28 декабря 1895 братьями Люмьер на бульваре Капуцинов, впервые были показаны зрителям документальные ленты: прибытие поезда на станцию Ла Сиота, выход работниц с фабрики, кормление ребенка и т.п.[[5]](#footnote-5) В этом же году, братьями Люмьер был снят первый видовой фильм (вначале трэвел-фильмы имели именно такое название), то есть фильм, показывающий на экране особенности природы, ландшафтов, жизнь людей и пр. И первой панорамой в истории кино стала панорама, снятая оператором Люмьеров А. Промио в Венеции с плывущей гондолы.

Первые видовые фильмы создавались в основном как немые съемки пейзажного материала, с пояснением в виде титров, также использовали музыкальное сопровождение. Со временем «название «видовой фильм» было заменено на фильм-путешествие — кинорассказ»[[6]](#footnote-6).

Вскоре игровое и неигровое кино начнут формировать каждый свой собственный язык. И хотя иногда документальные картины имитируют реальность (известно, что «Жорж Мельес в 1902 году выдал репетицию коронации во Вестминстерском аббатстве короля Эдуарда VII с участием актеров в костюмах за настоящую коронацию, которую зрители восприняли с полным доверием, а Эдуард VII даже узнал себя в мельесовском опусе»[[7]](#footnote-7)), тем не менее, основным отличием документального кино от игрового является подлинность реальных объектов и явлений. Но у различных видов кино и телевидения много общего: монтаж, позволяющий производить смену крупности планов, особенности освещения, съемка в ракурсе, с движения и т.п.

Одно из основных достоинств неигрового кино в том, что зрителю предоставляется возможность увидеть то, что сам бы он вряд ли смог увидеть. Например, не каждый мог присутствовать на коронации императора Николая II, но данный процесс запечатлел французский кинооператор и журналист Камилл Серф в 1896 году[[8]](#footnote-8); не каждый обыватель смог бы увидеть Ниагарский водопад или увидеть диких зверей в Африке, побывать у Льва Толстого в гостях в его усадьбе «Ясная поляна». Кстати, первая съемка великого писателя, была осуществлена А. Дранковым методом «скрытой камеры»(1908), после чего уже писатель разрешил фиксировать его жизнь на кинопленку.

В 10-х - 20-х гг. наиболее популярными были фильмы о живой природе Л. Булы, Р. Оменьи и Ж. Пенлеве. Чтобы добавить зрелищности и занимательности**,** простая съемка картин природы сменилась на тщательный отбор материала и более непринужденной формой его интерпретации (к примеру, цикл фильмов «Секреты природы» 1919 г. режиссера П. Смита). Внимание кинематографистов привлекали такие области природы, в которых присутствует драматическое столкновение, авторов интересовало поведение животных, схожее с человеческим, с помощью этого, зачастую, создавался комический эффект.

Впоследствии в кинокартины о природе приглашали актеров, создавали приключенческие сюжеты. Такие фильмы были условны, но, тем не менее, были познавательными, и были промежуточными между художественными и научно-популярными фильмами, например, фильм «80 тысяч лье под водой», 1922 года.[[9]](#footnote-9)

Документальное кино обрело свое особое место в искусстве кинематографа благодаря Дзиге Вертову и Роберту Флаэрти. Их рассматривают как антиподов, это два идеолога абсолютно разных направлений кинодокументалистики, тем не менее, в творчестве обоих присутствуют элементы полярных, но взаимодополняющих начал. Например, Роберт Флаэрти «конструировал» образ Нанука, и сделал из холостого охотника, каким был герой на самом деле - человека с женой и детьми. В свою очередь**,** Вертов, при всей откровенной идеологичности ряда его фильмов, показал такими как есть советские города и села, передал на экране характеры бетонщицы Марии Белик[[10]](#footnote-10) и парашютистки в фильме «Колыбельная»[[11]](#footnote-11), которые рассказывали в интервью о своих надеждах и переживаниях.

Родоначальник этнографического фильма Роберт Флаэрти до работы в кинематографе был горным инженером, исследовал Канадское Заполярье в 1910-х годах. Однажды в экспедицию он взял с собой киноаппарат и начал снимать сюжеты из жизни эскимосов. Но, к сожалению, негативы съемки были уничтожены по неосторожности. Следующая съемка была запланированной, и уже осенью 1919 года Роберт Флаэрти отправился на съемки будущего фильма «Нанук». Автор выбрал героя-эскимоса и всю картину строил вокруг него. Фильм «Нанук с Севера», рассказывающий об эскимосе, ведущим борьбу за жизнь с суровой природой, имел грандиозный успех у зрителей. Автор показал не только северную экзотику, но и потрясающую человечность, фильм пронизан огромной теплотой к герою. Именно в этом фильме представители малой народности впервые были показаны самобытно, такими, какими они сами себя видят. Данный фильм по праву можно назвать первым этнографическим фильмом. Стоит отметить, что в данном случае впервые использовался метод длительного наблюдения.

Главной темой в творчестве Роберта Флаэрти, конечно, всегда оставалась тема «человека в мире природы». Вспомним, один из его шедевров – «Человек из Арана». Это своеобразный рассказ об обитателях небольшого острова, которые добывают пропитание благодаря охоте на акул[[12]](#footnote-12). И, конечно же, его «Луизианская история» оставила след в истории документального кино.

В своих картинах, а их всего не более десятка, Флаэрти снимал героев в привычных для них местах, обстоятельствах, именно поэтому их поведение было естественным. Это был основной принцип работы кинематографиста. В отечественной кинодокументалистике это направление начало развиваться в 1930-е годы и получило наибольшее развитие после 60-х гг. в телевизионных программах.

### 1.1.2. Отечественный опыт развития документального кино

Сергей Эйзенштейн в своей статье «Освобожденная Франция» пишет следующее: «Когда-то в двадцатых годах хроника и документальный фильм вели наше киноискусство. На многих фильмах зарождавшейся тогда художественной кинематографии лежал несомненный отпечаток того, что создавала тогдашняя документальная кинематография. Острота восприятия и факта; острота зрения и остроумие в сочетании увиденного; внедрение в жизнь и действительность и еще многое, многое внес документальный фильм в стиль советской кинематографии»[[13]](#footnote-13).

Хотя творчество Дзиги Вертова, который по праву считается основоположником отечественного документального кино и чье творчество известно и признано во всем мире, не имеет прямого отношения к жанру трэвел-фильма, заложенные им принципы фиксации и трактовки окружающей действительности в значительной мере оказали влияние на отечественных операторов и режиссеров, снимавших видовые и этнографические фильмы и картины о растительном и животном мире планеты. Как и многие режиссеры, пришедшие в кинематограф после революции, Дзига Вертов до этого не занимался творчеством. Он учился в Психоневрологическом институте, и, возможно, именно отсюда его стремление к пониманию психологии восприятия, поиски путей активного воздействия на зрителя. В числе его картин такие новаторские фильмы, как «Шестая часть мира» - рассказ о народах СССР; нашумевший «Человек с киноаппаратом» - своеобразное возведение на пьедестал кинокамеры, которая повсюду проникает и рождает понятный для всех киноязык. Его художественные открытия, творческие поиски, приемы намного опережали свое время, и востребованы до сих пор в современном документальном кино - это и новые возможности видеомонтажа, и метод наблюдения и пр.[[14]](#footnote-14).

В истории отечественного документального кино жанр кинопутешествия зародился несколько позже, чем в зарубежном кинематографе. Первыми советскими видовыми фильмами были «По Узбекистану», «По Самарканду», «Великий перелет», снятые в 1925 году В.А. Шнейдеровым. Многие кинопутешествия снимались в научно-исследовательских экспедициях научными работниками, но это были любительские трэвел-фильмы. Кроме Шнейдерова, который первым в СССР начал снимать фильмы о путешествиях, важное место в данной сфере занял этнографический фильм, снятый в 1928 год А.А. Литвиновым «Лесные люди». Зачастую к научным экспедициям присоединялись операторы, например, «экспедицию в Антарктику Р.Ф. Скотта запечатлел Г. Понтинг еще в 1911- ом; в 1914 –ом Н. Пинегин снимал о путешествии лейтенанта Г.Я. Седова на Северный полюс»[[15]](#footnote-15).

И.В. Показаньева в своей статье «Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение трэвел-журналистики» предлагает рассматривать становление отечественного кинопутешествия и «развитие трэвел-журналистики в контексте трех временных периодов:

1). 1946 - 1980 гг.;

2). 1980 – 2000 гг.;

3). 2000 – 2014 гг.»[[16]](#footnote-16)

Рассмотрим первый этап. В конце 40-х годов телевидении утверждаются и появляются учебные и научно-популярные программы, после чего были созданы образовательные передачи. Первыми трэвел-передачами советской эпохи можно считать документальные географические фильмы, такие как «Путешествие по СССР» (1946) В.А. Шнейдерова, «У карты мира» и «Наша Родина» (1948) А. Григоряна и др.

 С 1965 года образован Третий учебно-образовательный канал, охват его вещания распространялся более чем на половину населения СССР.

В то время для образовательных программ «было характерно разделение на школьные, или по-другому – учебные фильмы, которые демонстрировались во время урока, и культурно-просветительские, которые были рассчитаны на широкую аудиторию, предназначены для расширения кругозора»[[17]](#footnote-17).

В начале 60-х годов появляется программа «Клуб путешественников», в которой рассказывалось о городах и регионах Советского Союза, о социалистических странах, реже – о капиталистических. Гостями программы были Жак Кусто, Гурн Тазиев, Тур Хейрдал и другие географы, исследователи, археологи, полярники, журналисты, мореходы. После Шнейдерова долгое время передачу вел Юрий Сенкевич.

Несколько позже, в качестве приложения в 1988 году появляется киноальманах «Вокруг света», до сих пор существует и одноименный журнал.

Критерии оценки к подобным программам выдвигались более жесткие, чем сегодня. Например, ведущими такого рода программ могли быть только ученые, путешественники или профессиональные журналисты, в современных программах все немного иначе.

Также были сформированы основные требованиями к географическим передачам:

1. высокая степень достоверности;
2. зрелищность, динамичность, драматичность;
3. интеллигентность изложения;
4. высокий интерес для аудитории;
5. «автор должен сам быть свидетелем или участником событий, происходящих на экране»[[18]](#footnote-18).

Позже появляются и другие требования:

1. в программе должна присутствовать композиционная драматургия;
2. принцип серийности (серии передачи должны быть связаны с каждой последующей).

В это время конкуренция между различными российскими каналами и программами отсутствовала, но безоговорочными лидерами среди передач о путешествиях у зрителей были «Клуб путешественников» и «В мире животных».

Следующий этап развития отечественной трэвел-журналистики начинается после распада СССР. « «Перестройка» в стране, а также перераспределение собственности привели телевидение к кризису в области научно-популярного телевидения»[[19]](#footnote-19).

Происходит децентрализация СМИ, появляются коммерческие частные телестудии, которые снимают собственные трэвел-передачи. На волне общей тенденции к расширению круга передач развлекательного характера меняется содержание, подача и форма научно-популярных программ, в том числе, и рассказывающих о путешествиях: над научно-популярным компонентом верх берет развлекательный и рекламный.

В 1999 году появляется в эфире телеканала «НТВ» программа Павла Любимцева «Путешествия натуралиста». Вначале ведущий в роли «натуралиста» посещал зоопарки разных стран, затем, когда тема зоопарков была исчерпана, внимание ведущего переключилось на то, что окружает эти зоопарки – на историю, архитектуру, местных жителей и программа стала географическо-познавательной. За все время существования передача кочевала по нескольким каналам и сменила ряд ведущих ( журналист – натуралист Александр Хабургаев, актриса Марина Голуб) и в последствие была закрыта в 2009 г.

В 1992-ом году на ОРТ появляются «Непутевые заметки» телекомпании «ВИД». В скором времени программа «стала выпускаться собственным туристическим агентством Дмитрия Крылова, который и был ведущим, в связи с этим контент программы стал более чем на половину рекламным»[[20]](#footnote-20).

Во времена «перестройки» телевидение во многом стало зависеть от рекламы. Научно-популярные программы перебираются на телеканал «Культура», на остальных каналах уменьшается время на их вещание. Поскольку данные программы нацелены на узкую образованную аудиторию, которая не слишком заинтересована в рекламе – финансирование таких передач существенно уменьшается. И, конечно, тематика каналов меняется в пользу тех тем, которые способны привлечь рекламодателя. Именно в данный период трэвел-программы смещают акценты с образовательного на рекламный, спонсорами выпусков становятся различные турфирмы. Особенно ярким примером рекламной трэвел-журналистики является «программа «Вояж, вояж», выходившая на телеканале СТС. На рекламном сайте программы были указаны цены для туристических агентств за трансляцию»[[21]](#footnote-21). Программа просуществовала недолго, но успела продемонстрировать низкий уровень операторской и журналистской работы туристических фирм.

Российские телеканалы начинают транслировать программы иностранных каналов, таких как «*NationalGeographic*», «*BBC*», «*Discovery*» и др. То есть у зрителя появляется возможность сравнивать отечественные рекламные кинопутешествия и иностранные с минимальным количеством рекламы. Телеканалов становится в данный период все больше и больше, что приводит к тому, что начинают появляться специализированные телеканалы, в том числе и о путешествиях : «**Russian Travel Guide»**, «Discovery HD Showcase», «Travel-adventure», «**Travel Channel», «Моя Планета», «**National Geographic Channel», **«Сарафан-ТВ», «Кухня ТВ»,** «Nat Geo Wild», «Animal Planet» и пр.

Сложившаяся экономическая ситуация в годы «перестройки» в России диктует и тип контента на телевидении, «инфотеймент становится главным в подаче информации»[[22]](#footnote-22). Культурно-просветительские и научно-популярные программы быстро уходят с телеэкранов, включая и документальные фильмы о путешествиях; взамен им появляются новые развлекательные программы. «Телекомпании стремятся извлечь максимальную коммерческую выгоду, поэтому значительно падает культурная составляющая телевизионного контента»[[23]](#footnote-23).

В 2000-е годы, учитывая феномен бурного развития международного туризма, отечественное телевидение начинает постепенно возрождать интерес к передачам в жанре «трэвел-фильм». С [2000](https://ru.wikipedia.org/wiki/2000) по [2008](https://ru.wikipedia.org/wiki/2008_%D0%B3%D0%BE%D0%B4) год выходила в эфире телеканала «Россия» программа «Вокруг света», которая сначала носила название «Планета Земля». Съёмочные группы проекта посетили больше 80-ти стран, но постоянно меняли свой состав, так же, как и ведущих – Дмитрий Захаров, Антон Зайцев Андрей Панкратов, Михаил Кожухов и другие.

Программа «Их нравы» вышла в эфир на НТВ в 2003 году. Выпуски программы состояли из трех блоков, которые были посвящены той или иной стране. Подача материала программы в информационном журналистском стиле.

С целью развенчать различные этнографические мифы турфирм, глянцевых журналов и кассовых лент в 2006 году НТВ выпускает цикл передач «Шнур вокруг света». Вел программу не самый корректный медийный персонаж, который в своей скандальной манере комментировал и интерпретировал все, что происходило на экране, вокалист группы «Ленинград» - Сергей Шнуров.

Позже на «Первом» канале появляется программа Ивана Урганта и Владимира Познера «Одноэтажная Америка». Ведущие отправились по Соединенным Штатам, повторяя путешествие советских писателей И. Ильфа и Е. Петрова 1935 года, которое было описано в одноименной книге «Одноэтажная Америка». Ведущие программы - Владимир Познер в роли Ильи Ильфа и Иван Ургант в роли Петрова ведут сравнение современной Америки с Америкой тех времен. В каждой серии герои путешествуют по определенным штатам[[24]](#footnote-24).

Появилась в это время и программа «Орел и решка», в каждом выпуске которой два ведущих в игровой форме, а именно путем подбрасывания монеты определяют, с каким бюджетом каждый из них, будет путешествовать. Одному ведущему достается 100$, а другому неограниченный финансовый запас. Таким образом, программа позволяет узнать, как провести время в той или иной стране, людям с разными финансовыми возможностями. В программе сменилось несколько пар ведущих: Алан и Жанна Бадоевы, Леся Никитюк и Андрей Бедняков, Евгений Синельников, Анастасия Короткая, Регина Тодоренко, Коля Серга.

В 2010 году появилась программа Леонида Парфенова «Хребет России», программа стала особенно популярной на Урале, среди туристов, местных жителей и жителей других регионов. Телевизионная парфеновская стилистика, глубокая изученность темы писателем из Перми Алексеем Ивановым, и, конечно, бесстрашие и экстремальные трюки Юлии Зайцевой – создали уникальное, увлекательное исследование Урала на телеэкране. Каждый из данных выпусков максимально нагружен информацией и фактами. Следовали исследователи со своими экспедициями по пути Ермака.[[25]](#footnote-25)

С 2003 по 2010 гг. свою нишу на телевидении заняла программа «Дикий мир» с Тимофеем Баженовым, имеющая свой, отличный от других передач такого рода вектор. Это выпуски про охоту, рыбалку, выживание в диких условиях и пр. Съемочная группа отправляется в различные экспедиции, для того, чтобы показать зрителю диких животных и их естественную среду обитания. Данную программу можно назвать синтезом реалити-шоу и трэвел-программой о животных. Ну, и конечно, незатейливая, приятельская манера поведения ведущего Тимофея Баженова настраивает зрителя на легкий просмотр.

В 2010-ом появляется программа «Человек мира» с Андреем Панкратовым, который является опытным путешественником и в свое время уже вел программу «Вокруг света». Идея проекта в том, что куда бы не приехал, автор пытается смешаться с местными жителями: пробует их еду, примеряет одежду, обучается ремеслам и постигает традиционные знания.

В 2014 году Первый канал запустил цикл документальных фильмов «По следам великих русских путешественников», автором которых стал член Русского географического сообщества этнограф Леонид Круглов. Серии передачи посвящены известным русским мореплавателям, путешественникам. Съемочная группа отправляется в экспедиции по их маршрутам на верблюдах, ледоколах, оленьих и собачьих упряжках, на парусниках и пр. «Съемки всего цикла длились 8 лет»[[26]](#footnote-26).

Из выше сказанного назревает следующий вывод: в последний период замечен бурный рост количества передач и фильмов о путешествиях.

Также растет число специализированных трэвел каналов, как российского, так и зарубежного производства. Охват аудитории таких каналов очень высокий.

## 1.2. Основные тенденции развития жанра «трэвел-фильм»

Кинопутешествия аудиовизуально рассказывают о различиях культур и наций, стараясь поддерживать уже имеющиеся социокультурные представления или открывая для зрителей что-то новое. В зависимости от драматургии повествования, способа контакта с местными жителями и природы передаваемых данных формат программы может варьировать от трэвел-игры до зарисовки-монолога. Трэвел-фильмы комбинируют в себе элементы многих жанров, но зачастую одна из сторон выбранного жанра преобладает. Это касается коммуникативных особенностей ведущего, структуры и способа повествования, и, в целом, атмосферы передачи. В зависимости от намерений журналиста, кинопутешествия могут быть документальными, развлекательными, потребительскими, либо могут владеть всеми данными характеристиками одновременно: обучить, развлечь или помочь.

Рассмотрев в предыдущем параграфе основные исторические этапы развития отечественных кинопутешествий, мы выявили некоторые закономерности, присущие и современному телевещанию. В данном параграфе попытаемся исследовать современное состояние трэвел-фильмов, проблемы и тенденции их развития в дальнейшем.

В современных кинопутешествиях можно выделить несколько характерных тенденций:

1. *Ориентир на конкретную целевую аудиторию* (молодежь, подростки, дети, домохозяйки и пр.), отсюда и определенный формат программы. Например, выпуски «Охотники за адреналином» интересны экстремалам, так как в них важно не столько путешествие, сколько покорение, скажем, высоких гор, или поездка на горном велосипеде по крайне опасным маршрутам. Фильм «Прыжок с Эвереста», в котором главным героем является спортсмен base-джампинга Валерий Розов (кстати, он и является ведущим программы «Охотники за адреналином») не столько о самом путешествии, сколько об экстриме, опасности, преодолении. Или, например, программа «Орел и решка» интересна людям, которые планируют поезду для отдыха куда-либо, поскольку данная программа рассказывает о том, что посмотреть и как развлечься на определенную сумму денег. Программа «Танцующая планета» нацелена на танцоров и на тех, кому интересна танцевальная культура различных стран. Профессиональный танцор, ведущий программы, Александр Пухов, путешествует по миру и в каждом выпуске изучает новый танец, посещая его родину.
2. *Персонификация программы*. В данном случае внимание зрителя приковано к ведущему программы, поэтому на эту роль, обычно, выбирают именитых актеров, бизнесменов, шоуменов, политиков. К примеру, программу «Шнур Вокруг Света» везет известный музыкант Сергей Шнуров. Иван Ургант и Владимир Познер ведут передачу «Многоэтажная Америка», То есть уже факт того, что программу ведет известная/ популярная в чем-то личность – привлекает внимание зрителя.
3. *Связь с индустрией туризма*. Во время бума «конвейерного» туризма в конце прошлого столетия, резко выросло количество путешественников. Поэтому исследование кинопутешествий в контексте туризма позволяет наилучшим образом понять современные процессы в общественной, культурной, политической жизни, и, конечно, в СМИ. Такая, довольно, специфическая форма деятельности, как туризм, возникла довольно давно. За последнее десятилетие туризм стал массовым развлечением. Отсюда увеличился поток деловых туристов, беженцев и мигрантов, большое количество людей полагаются на информацию средств массовой информации. «Туризм оказал большое влияние на мировую экономику, благодаря этому феномену ВВП, в среднем, растет на 4% в год во всем мире с 1975 года. Индустрия туризма влияет на социальные и культурные процессы, чем вызывает огромный интерес ученых социологов и антропологов»[[27]](#footnote-27).
4. *Глобализация*. В настоящее время появляется единая медиасреда, что способствует общедоступности, а это и есть глобализация СМИ. Современность российского кинопутешествия переходит на тот уровень, когда пользователь Интернет-сети сам может выложить программу, участвовать в ее создании. «Благодаря глобализации в сфере средств массовой информации и в мире, в целом, межгосударственные и географические границы становятся легко преодолимыми»[[28]](#footnote-28). Происходит постоянный обмен различного рода информацией о странах и континентах. Если рассматривать такое явление, как туризм, то он «включает в себя путешествия с целью получения удовольствия, либо для построения бизнеса, на нем сфокусирована туристическая индустрия, которая является одной из крупнейших отраслей мировой экономики»[[29]](#footnote-29). В.М. Межуев рассматривает глобализацию как «процесс в контексте культурных норм, который связывает народы и страны такими отношениями, в которых индивиды, в независимости от того, к какой нации принадлежат и где проживают, обладают одинаковыми возможностями в духовном развитии и имеют доступ к богатствам мировой культуры» [[30]](#footnote-30). Следовательно, в подобном срезе подобная коммуникация между культурами является непрерывным процессом взаимного обмена ценностными установками, ценностями, в ходе взаимодействия между различными представителями культур, которыми являются отдельные индивиды, группы социума, страны, цивилизации[[31]](#footnote-31).
5. *Толерантность* – основа для преодоления преград в межкультурной коммуникации. В нее входит понимание и уважение представителей чужой культуры, признание прав другого индивида, уважительное отношение к мнению партнера по коммуникации, развитие качеств личности, таких как готовность не гиперболизировать недостатки собеседника, попытки  определять реакцию собеседника заранее, стремиться быть услышанным и слышать собеседника. Эффективной межкультурной коммуникации предшествует необходимое целенаправленное  обучение, преодоление разного рода межкультурных несоответствий. В процессе взаимодействия «участники коммуникации сталкиваются с различными препятствиями во время адаптации к различным культурам, это понижает плодотворность осуществления международных проектов»[[32]](#footnote-32).

Что же такое межкультурная коммуникация? Прежде всего, это «толерантное отношение двух и более участников коммуникативного процесса, принадлежащих к различным культурам, к традициям и нравам друг друга».[[33]](#footnote-33) « «Каждый язык – это храм, в котором бережно хранятся души говорящих на этом языке»[[34]](#footnote-34) - писал О.У. Холмс о важнейшей функции языка - он является хранителем культуры. Как мы видим, язык неотъемлемая часть этноса, которая формирует традиции и общественное самосознание носителей конкретной языковой группы»[[35]](#footnote-35). Но владение одним языком не гарантирует полное взаимопонимание между индивидами. Возможно расхождение культур и у носителей одного языка. П.А. Сорокин считает, что каждый «социум можно рассматривать и изучать только в контексте присущей ему системы норм, значений и ценностей»[[36]](#footnote-36), то есть культуры в целом. В данном случае задача тревел-фильмов снять этот самый «щит» и показать зрителю, что там точно такие же люди, как и мы. Несмотря на различие культур, задача тревел-журналиста найти общие черты, показать схожесть людей в поведении, в эмоциях и пр.

«Трэвел-медиатекст непосредственно или опосредованно отражает ситуацию межкультурной коммуникации, поэтому при порождении и анализе трэвел-медиатекста необходимо учитывать специфику его восприятия инкультурированным и неинкультурированным адресатом; выраженность в нем принципов этноцентризма или культурного релятивизма; использование в нем культурных кодов и стереотипов» [[37]](#footnote-37) . Как нам известно, «экранное произведение является текстом»[[38]](#footnote-38), но его не читают, а преподносят зрителю визуально, но зачастую изображение на телеэкране сопровождается комментарием автора или ведущего. Следовательно, говорящий должен ориентироваться в речевых особенностях трэвел-медиатекста.

Неотъемлемой особенностью в речевых приемах ведущего трэвел-программ и в трэвел-медитекстах, как считает Т.Ю. Редькина, можно считать языковую креативность, потому что автор текста сталкивается с необходимостью описать неравносильные реалии и специфические национальные концепты зрителю, который, скорее всего, с данной культурой не знаком, либо знаком поверхностно. Если ведущий кинопутешествия может с помощью своей речи вовлечь в происходящее зрителя, поделиться впечатлениями, корректно спровоцировать какую-то ситуацию – то он вызовет интерес у зрителя, а красочные кадры дополнят картину визуальными образами.

«Культурные различия могут вызвать у путешественников культурный шок»[[39]](#footnote-39), это возникает из-за сопоставления культур: собственной и иноземной, и неправильной интерпретацией последней. Поэтому очень важна конвергенция различных культур в СМИ. Тревел-журналистика в целом способствует как самоидентификации индивида, так и знакомству с иными («чужими»), и, конечно, существует тонкость, как представить зрителю ту или иную культуру: в негативном свете или чтобы чужеродные земли, народы вызывали симпатию, чтобы зритель проникался чужой культурой.

Ученые-социологи определили некоторые типологии культур, которые раскрывают их особенности. Довольно известной и основательной является концепция Г. Хофстеде, которая представляет собой результат исследования культур наций в 64 странах. Исследователь выделяет независимые переменные, которые объясняют отличия национальных культур, «их всего четыре:

1) Индивидуализм и коллективизм;;

2) Мужественность – женственность;

3) Долгосрочная ориентация – краткосрочная ориентация;

4) Дистанция власти» [[40]](#footnote-40);

Дистанция власти определяется тем, как «низшие слои» представляют распределении власти. Самая большая дистанция в азиатских, латиноамериканских и африканских странах. Мужественностью является ориентация на самоутверждение в своей нации, женственностью – на сохранение. Самый высокий показатель мужественности, отмеченный в стране восходящего солнца – Японии, ориентирован на долгосрочную ориентацию. Если показатели схожи, то это говорит об их общем национальном и культурном прошлом, схожесть развития истории.

Э. Холл, американский антрополог, создатель проксемики (наука о восприятии окружающего пространства) делит культуру на два вида: «низкоконтекстуальные (Запад) и высококонтекстуальные (Восток)»[[41]](#footnote-41). Культуру «низкого контекста» отличает выразительность, представители всячески пытаются избежать молчания, предпочитают точные и ясные оценки, предполагают возможным использовать конфликтные ситуации для того, чтобы найти верные решения. Для высококонтекстуальных характерны следующие составляющие: спокойная размеренная манера общения, долгие паузы в разговоре, важны невербальные символы, конфликты стараются избежать.

В условиях глобализации проблема межкультурной коммуникации выносится на первый план. Это связано с интенсификацией информационно-коммуникативного пространства. Журналистика путешествий влияет на динамику развития межкультурных контактов индивидов, социумов и способствует новым социокультурным образованиям. Если посмотреть, как средства массовой информации той или иной страны показывают иностранные культуры, можно прийти к выводу, что, в зависимости от целей и задач, они создают определенный позитивный или негативный образ других стран.

 Современный теле-контент формирует определенный взгляд на мир, провоцирует рост популярности различных направлений туризма. Некоторые страны телевидение представляют в положительном, некоторые отрицательном свете. Чтобы лучше понимать процессы глобализации, теоретикам и исследователям журналистики следует больше обращать обратить внимание на материалы в СМИ о путешествиях, и на их многообразные формы. Изучение данного направления может способствовать раскрытию тонкостей процессов глобализации, которые не так заметны на первый взгляд, но оказывают влияние на современную жизнь общества.

Исследовательница Элфрид Фюрзих считает, что создание образа «других», в современных медиа, играет решающую роль в мире глобализации. Трэвел-журналист должен трансформировать опыт иностранцев: находить нечто новое чужой культуре, стране, и соотносить увиденное с привычными канонами аудитории программы. «Журналисты – путешественники», - как считает Карла Сантос, «своего рода «социокультурные декодеры», и их задача преобразовывать полученную информацию от одного культурного кода к другому»[[42]](#footnote-42).

В современной телевизионной трэвел-журналистике программы создаются по принципу мозаичности: выпуски состоят из десятиминутных сюжетов, кадры которых сменяются очень быстро, следовательно, зритель успевает запомнить только самые яркие и шокирующие планы. Эти мгновенные впечатления откладывают у зрителя отпечаток, что он «человек мира», со способностью мгновенно перемещаться во времени и пространстве, и знаком с каждой культурой. Трэвел-журналистика формирует у зрителя определенную картину мира, следовательно у аудитории рождаются различного рода межкультурные стереотипы. Туризм на телевидении является зрелищем, которое изменяет наше мировосприятие больше, чем обычный туризм.

С появлением сети Интернет у журналистов и обычных потребителей появляются странички на сайтах, блоги, где и размещаются материалы для всеобщего просмотра на интернет-ресурсах. Например, сейчас лидерами, среди подобных ресурсов в России, являются Youtube.com, Vkontakte.ru, Vimeo.com. Появляется возможность мгновенного интерактива, у зрителя появляется возможность сразу отклик на материалы о путешествиях или самим размещать свои материалы. То есть любой человек, у которого есть Интернет, получает возможность стать трэвел-журналистом, может найти своего читателя (зрителя). Как итог, в современном мире журналистское сообщество очень разнородно. Сейчас очень развито направление фриланса, с каждым днем растет и количество блоггеров, которые выбрали своей стезей трэвел – журналистику. Также многие из них состоят в различных сообществах: Российское географическое общество, Британская Гильдия Трэвел-Райтеров, Североамериканская Ассоциация Трэвел-журналистов и др. В основном, трэвельщиками становятся географы, путешественники, экологи, но на современном рынке трэвел-контента очень много любителей.

В современном мире появились новейшие возможности для телевещания и трансляции контента о путешествиях. Сейчас программы выходят симультативно на различных каналах, в том числе и в интернете. Каждый год технические и творческие возможности медиа растут. Изменения в трэвел-журналистике происходят как в содержательном, так и в технологическом измерениях. К этому приводят следующие процессы:

1. «Изменение направленности дестинаций, туристического вектора направлений»[[43]](#footnote-43).

2. Выбор туроператорами и спонсорами наиболее предпочтительных мест для съемок.

3. Образ определенных культур подвергается стереотипизации для того, чтобы изобразить превосходство одной культуры над другой.

4. Синтез жанровых элементов различных тележанров для того, чтобы расширить зрительскую аудиторию (юмористических, реалити-шоу, кулинарных, квестов).

Конечно, следует особое внимание уделить инфотейменту в трэвел-фильмах, который реализуется в следующем:

1) Сюжетная линия. Программа превращается в спектакль, шоу, игру. Видеопродукция данного рода апеллирует к эмоциональной составляющей в восприятии зрителем, вызывает сопереживание героям.

2) Создание впечатления спонтанности происходящего на экране. Зачастую текст и действия, как ведущего, так и героев заданы сценарием, но исполняются в стиле «лайва», как будто не было спланированно.

3) Персонификация. Об этом уже говорилось выше. «В качестве ведущего выбирают знаменитого человека, чье мнение для зрителя авторитетно, и через его восприятие путешествия происходят обобщения»[[44]](#footnote-44).

4). Большое внимание уделяется отелям, сувенирам и прочим бытовым элементам путешествия.

Технологические изменения кинопутешествий во многом носят глобальный характер. Поэтому современную трэвел-журналистику можно охарактеризовать следующими процессами:

1. Дигитализация – СМИ переходит в цифровой формат, то есть вещание происходит на каналах электронной коммуникации . Стираются различия между определенными видами журналистики, что ведет к конвергенции.
2. Конвергенция. «Каналы уподобляются друг другу, происходит интеграция коммуникационных и информационных платформ, передаваемая информация унифицируется»[[45]](#footnote-45). СМИ приобретают совмещенную модель существования: в одном и том же месте можно слушать, читать, смотреть, общаться, и выложить свой материал.
3. Слияние различных медиа в единые корпорации, то есть попадание в руки небольшой группы владельцев. Это обеспечивает высокий тираж и доходность телепродукта. Кроме того, многие географические СМИ занимаются продажей товаров для активного отдыха, туризма.

В данном параграфе, нами было выявлено, что в трэвел-фильмах основными тенденциями современности являются: ориентир на целевую аудиторию; персонификация программы; связь с индустрией туризма; трэвел-контент, как часть глобализации; развитие межкультурной толерантности. Кроме того, происходит унификация телевизионной продукции, которая происходит из-за перехода СМИ в сеть Интернет, но есть и минусы: большое количество нелегального контента, непроверенной информации и пр.

## 1.3. Толерантность в трэвел-фильмах

Сущность толерантности целиком связана с диалогом культур, представляя собой специфическое нравственно-психологическое качество, и соответствует этому своими принципами, что обеспечивает совместное существование представителей разных культур. Зачастую, «под толерантностью понимается дружелюбность, корректность в общении, терпимость, не навязывание своей культуры другим, попытку войти в их положение, относиться с пониманием»[[46]](#footnote-46). Толерантность тесно связанна с взвешенностью и способностью к компромиссам. «Толерантный человек мыслится как человек, действующий в духе золотого правила нравственности, которое обязывает индивида поступать по отношению к другим так, как он хотел бы, чтобы с ним поступали другие»[[47]](#footnote-47). Данное понимание не до конца выявляет содержание толерантности и ее роли в жизни современного социума.

Толерантность можно интерпретировать как терпимое отношение индивидов к различиям, которые для них представляются, как негативные. Обобщенно, «терпимость к отличиям обосновывается отсутствием корректирующего воздействия»[[48]](#footnote-48). В свою очередь, подобного рода толерантность может существовать по различным причинам и интерпретироваться по-разному. Исследователь М. Уолцеру считает, что «терпимость может быть: а) смирением с различиями ради сохранения мира; б) «безразличием по формуле «пусть расцветают все цветы»; в) стоическим признанием неизбежного; г) формой интереса к различиям, вызванной уважением к другим моделям, любознательностью, желанием научиться чему-то новому и т. д.; д) одобрением различий из-за красоты многообразия, богатства возможностей в качестве условия расцвета человеческого общества»[[49]](#footnote-49). Различные формы терпимости на стыке двух крайностей: 1) различия являются неизбежным негативным фактором; 2) различия являются благоприятным фактором. В первом случае различия терпят, во втором различия культивируют.

На современном этапе глобализации взаимодействие между представителями различных культур стало повседневным, систематическим, массовым. Данный факт говорит о том, что толерантность адекватна, как духовно-нравственная установка. «Оценки и контексты, которые появляются на телеэкранах, влияют на формирование ценностей, то есть ведущий трэвел-программы своим отношением закладывает в сознание аудитории толерантное отношение к «другим»[[50]](#footnote-50). Преподносимый образ представителя другой культуры с телеэкрана трансформируется путем осмысления ведущим. Но нужно учитывать, что он основывается на личных представлениях и предпочтениях. Как результат – ведущий формирует собственную оценку, то есть зрителей наталкивают на определенные мыли, в следствие чего формируется определенное мнение.

Политическая и этническая корректность тем, связанных с путешествиями на телевидении, является актуальной проблемой во время конфликтов национального, этнического, религиозного характеров.

Кинопутешествия представляют зрителю героя как неопасного представителя чужой культуры, который не пытается причинить вред, в отличие от новостных выпусков, в которых герои чаще всего подаются как агрессоры. Трэвел-журналитика пытается объединить страны, унифицировать ценность, и одновременно находить культурные отличия.

Современные кинопутешествия создают позитивный образ представителей другой культуры в формате инфотейнмента. Телевидение, по своей сути, способно создавать устойчивые этнические образы, упрощенные стереотипы тех или иных этнических групп, благодаря какому-либо яркому признаку отличия, который берется за основу и распространяется на всех представителей данной культуры.

Следовательно, в данном параграфе нам удалось обозначить, что толерантное отношение к другим культурам на телеэкране крайне важно. Трэвел-контент на телеэкранах формирует отношение к ценностным представлениям по отношению к «другим», «чужим», создает общественное мнение. Кроме того, появление представителей иных культур на телеэкранах поддерживает некоторые алгоритмы толерантности в обществе. Толерантность в СМИ – показатель профессионализма, это норма поведения.

# ГЛАВА II. Структурообразующие элементы трэвел-фильма

## 2.1. Тематическое направление и форматообразующие элементы трэвел-фильма

Телевизионная трэвел-журналистика 21 века проявляет себя как яркий гибрид жанров. С момента своего появления географические программы занимают место где-то между документальными научными, образовательными фильмами и путевыми очерками. Если рассматривать телепутешествия в соотнесении с современными телевизионными жанрами, то в нем мы обнаружим элементы образовательной программы, документального фильма, реалити-шоу, ток-шоу, рекламного ролика, сериала. Как правило, в каждой передаче повторяется следующая схема: ведущий в роли путешественника в каждой серии отправляется в новую страну/город/деревню. Очень важно, чтобы ведущий обладал актерскими способностями, ведь он выступает в роли проводника информации и создает настроение. Ведущий несет ответственность, если так можно выразиться, за удовольствие зрителя, полученное от аудиовизуальной программы. В современных кинопутешествиях преобладают следующие тенденции:

1. Присутствие конкретной целевой адресации, взаимосвязанное с форматом программы (молодежь, домохозяйки, путешественники, экстремалы и т.д.);
2. «Смещение внимания с местного населения на ведущих. Поэтому, зачастую, программы ведут различные знаменитости – шоумены, актеры, политические деятели и пр. Происходит смена концепции, вместо «мы» и «они», появляется концепт «мы среди них» »[[51]](#footnote-51).

 В эфире все больше появляется программ путеводителей, ориентирующихся непосредственно на туристов, которые путешествуют не с пультом в руке перед телевизором, а могут позволить себе реальные выезды за рубеж. К числу таких передач можно отнести: «Вояж-Вояж» на телеканале «ТВ-3», «Путеводитель» на телеканале «ТВ-6» и др. Но они не пользовались популярностью у телезрителей и постепенно уходили из эфира. Дело в том, что изначально данные программы были рекламными, поэтому информация подавалась в контексте нужном определенному рекламодателю, часто ими являлись турфирмы. Но некомпетентность создателей такого рода передач сказывалась на качестве и объективности материалов. Поэтому у данных программ была низкая степень доверия телезрителей, и, как следствие, они были не перспективными.

 Как уже говорилось выше, на российском телевидении появляются передачи, которые трудно отнести к какому-то определенному жанру. Их главная функция информационно-развлекательная, игровая с элементами реалити-шоу.

 Одним из форм таких передач являются телевизионные трэвел-сериалы. Именно так их именуют авторы. Они представляют собой документальное кинопроизведение из нескольких серий, подобные передачи ориентированы на массовую аудиторию, поэтому их показывают по центральным телеканалам с фиксированными интервалами (обычно, один-два раза в неделю). Серийность – является действующим средством для привлечения телезрителя, а также удержания его внимания. Замечен факт того, что во время трансляции новостей и телесериалов реклама наиболее эффективна.

 Обычно ведущими таких программ выступают известные люди, часто эпатажные, привлекающие тем самым зрителя. В каждой из серий главный герой путешествует по выбранной стране и разрушает мифы, созданные турагентствами, полагаясь на собственное восприятие, показывает то, что он видит и дает этому комментарии. В российском прокате подобных передач было две: «Шнур вокруг света» (канал «НТВ») с Сергеем Шнуровым и «Бэшнл Джеографик» (канал «ТНТ») с Тимуром Родригезом и Максом Перловым.

 Руководители проекта, ведущим которого стал певец Сергей Шнуров, задались целью, рассказать о путешествиях не касаясь путеводителей. В каждом выпуске Сергей Шнуров выбирает общепризнанный миф, и всю программу анализирует жизнь страны через призму этого стереотипа. К концу программы, он раскрывает страну для зрителя совсем иной, непривычной, новой.

 Программа «Бешенл Джеографик» позиционировалась на современном медиарынке, как «еженедельная юмористическо-познавательная программа о путешествиях». Резиденты «Comedy Club» Перлов и Родригес стали ее ведущими. Во время путешествия они делятся со зрителями своими впечатлениями, дают различные советы туристам. В шоу существовал определенный рубрикатор, каждая рубрика была посвящена определенному аспекту путешествия. В качестве познавательного материала в программе были практические рекомендации по приобретению билетов, валюты, ведущие рассказывали, как правильно выбрать гостиницу, о примечательных местах и т.д. Весь рассказ наполнен шутками, веселыми замечаниями. Определенной «фишкой» программы стали музыкальные зарисовки в стиле страны, в которой они побывали, исполненные Родригесом и Перловым в своем стиле.

 Новым для российского телезрителя стали трэвел-передачи на выживание, также в форме реалити–шоу. На Первом канале такой программой стал «Последний герой». И хотя цели и задачи этого шоу были скорее психологические, но это было настоящее путешествие на далекий остров с приключениями и испытаниями. Этот характер был особенно подчеркнут участием Николая Дроздова, который выискивал интересные виды растений и животных, рассказывал о них, а также старался самостоятельно исследовать неизведанные части острова. Участники шоу должны были сорок один день прожить вместе, имея при себе только самые необходимые средства личной гигиены и одежды. Илья Кривицкий, продюсер проекта в одном из интервью сказал: « «Последний герой» проект жесткий. Все испытания, которые зрители видят на экране, реальные. Так было всегда. Их проходили Жанна Фриске, Николай Дроздов, Инна Гомес и многие другие. Странно, что кто-то из звезд мог посчитать, что им предстоит увеселительная прогулка на тропический остров. Или они думали, что участники «Последнего героя» после выключения камер переодеваются в теплые вещи и идут обедать в хороший ресторан?»[[52]](#footnote-52).

 Другой подобный проект - «Голод» (канал «ТНТ»), в котором участники должны были сами прокормиться в незнакомой стране, в чужом городе, без знания языка. Пару раз за неделю несколько человек из участников пытались заработать средства для существования как для себя, так и для оставшихся «дома».

 Это было одно из самых скандальных шоу на российском телеэкране, кроме того, организаторы постоянно испытывали проблемы с полицией. «В одном из эпизодов российского шоу были показаны две участницы, которые у Бранденбургских ворот обсуждали, не заняться ли им проституцией. Руководство берлинской полиции заявило, что намерено обратиться к жителям города с тем, чтобы они внимательно следили за участниками съемок и сообщали властям о малейшей попытке правонарушения, каковые будут пресекаться немедленно». Но именно такие моменты и привлекали зрительскую аудиторию.

 Передачи по тревел-журналистике в настоящее время достаточно вариативны:

 Во-первых, они подстраиваются как под мужскую, так и под женскую аудиторию. Например, существуют программы, которые рассказывают о спа-курортах или об охоте в лесах Скандинавии и пр.

 Во-вторых, программы могут ориентироваться на разные хобби, интересы аудитории и автора, к примеру, в трэвел-программах могут быть дельные рекомендации для рыбаков, либо «путеводители» по бюджетным достопримечательностям какой-либо страны.

 В-третьих, в зависимости от возраста и семейного положения потребителя информации, могут быть журналистские материалы как о семейном отдыхе людей среднего возраста, молодежном или для пожилых людей.

 В-четвертых, существует и бизнес-направление в тревел -журналистике: особенности зарубежной медицины, бизнеса, архитектуры, экономики и др.

 В-пятых, это решение актуальных социальных проблем сферы путешествий: особенности визовых режимов, развитие волонтёрства и т.д.

Также в настоящее время популярны кинопутешествие фуд, экстрим направлений.

 Современные российские тревел – программы разнообразны и по форме подачи материала, например:

1. «дружеские» рекомендации: «Непутевые заметки», «Вокруг света», «Их нравы» и т.д.;
2. соответствующая специфической тематике (терминология, сленг и др.), - передачи «Первого канала»: «Искатели», «Экстремальные приключения» или «Путешествия по местам виноделия» (канал «Travel Channel») и пр.
3. энциклопедическая, в данном случае материал программы носит научно-познавательный характер: «Путешествие натуралиста», «Городское путешествие» (канал «Домашний»), «История с географией» («Первый канал») и др.

Одним из наиболее сложных, в концептуальном смысле, отечественным проектом является передача «В поисках приключений» на телеканале «Россия, которая выходит в эфир с 2002 года. Производство цикла телепередач о каждой стране мира требует неимоверных временных затрат и определения большого количества организационных вопросов, и в итоге создается весьма увлекательный рассказ от лица ведущего Михаила Кожухова о повседневной жизни, традициях, кухне народов различных стран.

Общей и, наверное, неизбежной проблемой передач являются «кочующие» темы. Из программы в программу, с одного канала на другой перетекают сюжеты о жизни рыбаков, их семьях, о торговцах рыбой на обширных южных и восточных базарах. «Съёмки рыбаков» на современном ТВ являются синонимом «дуракаваляния» в экспедициях. Сюда же можно отнести и китайские кварталы, которые разбросаны по всему земному шару, которые все идентичные, и ничем не отличаются друг от друга. «Нечего снимать? Значит нужно пойти хотя бы китайцев поснимать!»[[53]](#footnote-53).

 В данный момент трэвел – журналистика развивается быстрыми темпами, целые телевизионные каналы посвящены только этому направлению. Они круглосуточно показывают программы, связанные только с путешествиями и заграничным миром. Новости о мире можно увидеть на «Euronews»; экспедиции в труднодоступные экзотические уголки планеты, исследование современных и древних чудес света расскажут на канале «Телепутешествия»; канал о природе, вдохновляющий на приключения – это «National Geographic» и т.д.

 Таким образом, мы видим, что современное телевидение достаточно активно эксплуатирует тему путешествий в своем вещании. Это объясняется тем, что географическая тема вписывается в основные тенденции развития телевидения: усиление развлекательной функции, и ее основной составляющей – релаксационной, интеграционной, а также сохранение познавательной функции. Трэвел-программы подстраиваются под разные слои, категории людей, в результате существует такое разнообразие форматов и направлений. Программы о путешествиях затрагивают различные аспекты жизни людей. С каждым годом трэвел-материал становится жестче, ярче и динамичнее, появляются новые идеи и темы.

 Выбор тем в трэвел-журналистике зависит от нескольких составляющих:

 Во-первых, сезонность. Например, во время летних отпусков, рождественских каникул увеличивается количество сюжетов посвященных дешевому или интересному отдыху за рубежом, правильному оформлению заграндокументов и т.д.

 Во-вторых, периодичной потребностью в предоставлении новой информации. Примером может служить сюжет об изменение правил въезда российских граждан в какую-либо страну.

 В-третьих, необходимость напоминать аудитории какие-то постоянные сведения. Например, в период летних отпусков увеличивается количество сюжетов об алкоголизме русских туристов или о курортных романах наших граждан с иностранцами.

 В-четвертых, смена заинтересованной аудитории. Например, если зритель собрался в этом году в Турцию, то ему будет интересна информация об этой стране, на следующий год он поедет в Италию и информация о Турции ему уже будет не так важна.

 В-пятых, незавершенность информации предыдущей программы. К примеру, российские граждане, пострадавшие в зонах катастроф зачастую это герои не одного выпуска, а целой череды сюжетов, которые мы можем проследить во времени. Зрителям сначала расскажут о критическом состоянии людей, затем как они идут на поправку. Отдельным материалом может служить подробный рассказ самих жертв уже полностью оправившихся от случившегося.

 В-шестых, информация вызвала большой отклик и интерес зрителей, которые настаивают на возвращении темы.

При тематическом единстве большинство географических программ отличаются друг от друга формой подачи материала.
В российском телевидении существует определенный формат географических программ. Рассмотрим, основные «форматообразующие» элементы. Для начала следует разделить подобные передачи на два вида:

1. Цикл передач или передача-репортаж о странах («Непутёвые заметки», «В поисках приключений», «Путешествия натуралиста»). Один либо несколько выпусков посвящены одной стране. Но все зависит от страны, в некоторых съемочная бригада обитает месяцами, в некоторых всего лишь проездом. Тема конкретной страны занимает всё «пространство» передачи, с первого кадра до последнего.

2. Передачи «журнального типа» («Вокруг света», «Клуб путешественников», «Их нравы»). Выпуски передачи делятся на несколько частей, каждая посвящена какой-то стране, научной проблеме, событию и пр. В основном, в подобных своеобразных тележурналах показывают целые циклы сюжетов, которые посвящены определённой стране или теме, так же как и в обычном журнале.
Важны также следующие аспекты:

1) Присутствует ли ведущий.

2) Есть ли студия.

3) Музыкальное и графическое оформление.

4) Тематика выпусков.

 Что касается первого пункта, следует заметить, что ведущий, в основном, Большой оригинальностью отличались стендапы Андрея Панкратова в программе «Вокруг света», который часто появлялся на телеэкране в экзотических национальных костюмах.

Тематика тоже один из основных форматообразующих компонентов. Если обобщать практику трэвел-программ, то можно сделать вывод, что основная тема у всех одна. Но различия внутри темы иногда так существенны и принципиальны, что трудно одну программу поставить вровень с другой.

Команда «Вокруг света» посвятила свои программы освещению повседневной жизни людей в разных странах, то есть их интересуют не исторические реминисценции или древние развалины, и не кадры военной хроники, а обычная современная жизнь в своих необычных проявлениях, а порой, даже отталкивающих. Данная концепция стала и основой программы «Их нравы», фундаментом формата. Для таких программ основной темой являются не природные красоты, курорты, исторические и архитектурные достопримечательности, а сами люди. Но различные социальные явления, традиции, обряды уже уходят в прошлое, и, порой, без исторических экскурсов не обойтись. Кроме того, в каких-то странах интерес представляют сами люди, а в каких-то их окружение.

Например, страны Восточной Африки (Танзания, Кения, Зимбабве, Замбия) уже обретают европейский характер; многие традиционные обряды ушли в прошлое, но в этих странах богатый животный мир. А в странах Западной Африки традиции сохранились гораздо лучше, чем в Восточной. Туристов здесь не так много, поэтому праздники и обряды сохранились практически в первозданном виде.
Для «Путешествий натуралиста» приоритетной темой является природный мир. Она раскрывается через рассказы о животных в заповедниках, зоопарках, в дикой природе. Можно обобщить все выпуски, и сделать вывод, что программа «Путешествия натуралиста» является своеобразным глобальным путеводителем по зоопаркам, аквапаркам, заповедникам и пр. Как дополнение - рассказ о стране, в которой съемочная команда посетила места обитания животных.

Михаил Кожухов, наоборот, повинуясь формату, в поисках приключений, пробует различных жуков, червей, пауков и пр., подвергая свое здоровье опасности. Негласный девиз его передачи: «Попробуй всё сам на себе!»[[54]](#footnote-54). Данный формат наиболее трудный, в том числе в техническом плане. «В поисках приключений» - не рекламная программа, как «Непутёвые заметки». Кожухов часто показывает изнанку жизни, но без ненужной «чернухи». Основой сюжета является овладение телеведущим различными занятиями и профессиями, которые свойственны той стране, в которой он пребывает. Ведущий постоянно в кадре.

Как мы выяснили, тематических направленностей в современных кинопутешествий много, но все они, зачастую, взаимосвязаны. Происходит некая конвергенция тем, то есть в той или иной программе присутствуют элементы различных тематических направлений, но одна из них доминирует.

## 2.2. Ведущий в трэвел-фильме

### 2.2.1. Роль ведущего и персонификация в структуре

### трэвел-фильмов

Телевидение с ХХ века по сей день остается важнейшим каналом распространения информации, сейчас оно стремительно переселяется в Интернет. Экранная информация воздействует одновременно на зрение и на слух, совмещая в себе, наверное, все человеческие способы общения. Важная черта телевидения – доверительно-интимный, личностный характер общения. Благодаря технологическим возможностям телевидения появляется возможность формировать у зрителя следующие своеобразные состояния общения: «эффект присутствия», «эффект доверительности» и «эффект диалогичности».

Именно поэтому телевидение является мощным коммуникационным средством, которое воздействует на психологию аудитории различного возраста, формирует мировоззрение.

Характерной чертой трэвел-программ является постоянное участие ведущего в происходящем на экране. Притом, он не просто посещает разные города, осматривая все вокруг. Например, Михаил Кожухов в программе «В поисках приключений» сам создает сюжет; ведущий является смысловым центром, так как он сам должен всё испробовать: поработать на страусиной ферме, побывать охранником королевского дворца, поймать рыбу из вод Нила или отведать обжаренных тараканов. Или, например, Павел Любимцев в программе «Путешествия натуралиста» посещает вольер, в котором находится казуар, подкармливает детёныша кускуса и т.п. Корреспонденты программы «Вокруг света» *активно живут в кадре*, что оживляет и персонифицирует повествование.

Эффективность восприятия телевизионной продукции во многом зависит от образов телеведущих. В самом начале становления телевещания возник вопрос о том, «кто имеет право обращаться к аудитории от своего имени – ведь зрители бессознательно и сознательно персонифицируют и отождествляют информацию с телеэкрана с той личностью, которая ее передает»[[55]](#footnote-55).

На заре становления телевидения при отборе кандидатуры для ведения программ в «масштабе кадра» не думали о «телегеничности»: «телевизионная передача – не парад модных моделей и не конкурс красоты, её успех или неуспех зависит в первую очередь от знаний, профессиональной подготовки, таланта и индивидуальности, внутренних человеческих качеств выступающего в кадре»[[56]](#footnote-56). Режиссёры программ не пытались помочь ведущему создать свой индивидуальный образ, в первую очередь, они думали о том, что способствует раскрытию замысла телепередачи. Литературы о создании привлекательного имиджа для телеведущих не было, поэтому спасение утопающих было делом рук самих утопающих, то есть ведущие сами работали над своим образом.

 В книге «Объяснение в любви» В. Леонтьевой рассказывается о поездке в Монако на телефестиваль. Ведущие должны были презентовать свою экранную «визитную карточку», которая раскрывала бы его индивидуальную манеру работы в кадре. «Для ведущих ряда телевизионных фирм эта встреча превратилась в конкурс туалетов, косметики, причёсок и экзотики мест действия... Пробиться к личности, человеческой индивидуальности через изощреннейшие ухищрения модельеров, массажистов, парикмахеров, телевизионных операторов, демонстрировавших абсолютную победу над возрастом женщин, было немыслимо. Да и улыбки их были как совершенная броня. О, такая улыбка – это высочайшее искусство!.. В ней и лёгкая утомлённость от наслаждения жизнью, красивой, элегантной, и изоляция от бурь и ураганов, проносящихся над миром, и, наконец, утверждение собственной популярности... Высокий профессионализм, конечно»[[57]](#footnote-57), - как комментировала популярная советская телеведущая это действо.

В действительности для работы на телеэкране недостаточно быть творческой индивидуальностью и эрудированным профессионалом. Создание антуража привлекательности, который будет органично вписываться в экранную ситуацию, необходимо на экране. Это касается и внешнего вида, и манеры поведения, и, конечно, работы оператора, композиции кадра и пр. Все это создает образ ведущего на экране.

В телевидении главная роль практически всегда остается за ведущим. Поэтому он должен обладать даром коммуникабельности: уметьсоздавать контакт с аудиторией. Л. Вербицкая считает, что: «Умение общаться с людьми, доброжелательность и искренность». Затем добавила: «Мне импонируют слова президента Лиги В.М. Шепеля: телеведущий должен не только уметь «светиться людям», но и быть неотразимо обаятельной личностью»[[58]](#footnote-58).

Конечно, для ведущего географической программы полезно являться профессионалом в области путешествий, кроме того, иметь приятную внешность и профессионально поставленную речь. Разумеется, ведущий должен обладать харизмой.

Далее мы описываем типологию ведущих для трэвел-передачи, предложенную известным российским путешественником Николаем Баландинским, создателем ресурса geografia.ru:

1) Профессиональный ведущий, который хорошо известен, легко входит в новое амплуа. Наиболее удачный пример - Дмитрий Крылов;

2) Широко известная личность: шоумен, музыкант, и пр., тот кто хорошо знаком зрителю. В качестве варианта ведущего «Их нравов» рассматривалась кандидатура Евгения Воскресенского; Максим Леонидов вёл программу «Эх, дороги!».

3) Путешественник, натуралист, географ, то есть специалист в своей области. На телевидение приходит уже довольно известной личностью, авторитетной в некоторых кругах, например, Николай Дроздов.

4) «Симулякр»[[59]](#footnote-59), собирательный образ путешественника. Необходимы артистический талант и работа имиджмейкеров – Павел Любимцев.

5) Не путешественник, но авторитет. Необходимы интеллект и энциклопедичность знаний, как в случае с Дмитрием Захаровым.

Стоит отметить, что важнейшим качеством телеведущего также является его искренняя заинтересованность в теме. Ему должно быть интересно то, что он делает. И если это так, то такой ведущий всегда будет интересен зрителю. Народный артист СССР Н. Анненков говорил: «У телевидения есть особое свойство – это разоблачать неискренность».

«Орел и решка» - это персонифицированная телепрограмма, которая построена на личностях и харизме телеведущих, поэтому следует особое внимание уделить их образам и ролям в программе.

Формат передачи «Орел и решка» появился в России совсем недавно: программа дебютировала на украинском телевидении в 2011 году, в России данную программу показывают на развлекательном телеканале «Пятница!». Суть передачи, на сайте телеканала, изложена так: «… любимое трэвел-шоу для путешественников всех лиц, полов и возрастов. Один город и два ведущих. Но у кого-то на все удовольствия – сто долларов, а у кого-то – золотая банковская карта. Все решает монетка…»[[60]](#footnote-60). Иными словами, ведущие программы попадают в незнакомые места и в разные финансовые условия: бюджет одного из них не ограничен, а другого, напротив, составляет всего 100 долларов. Выборка сюжетов для анализа проходила следующим образом: с помощью мониторинга измерений аудитории СМИ 2014 года, нам удалось узнать, что на лидирующих позициях стоят выпуски серий 7 сезона «Орел и решка. СССР».[[61]](#footnote-61) Даже те выпуски телепередачи, которые выходят в эфир уже не в первый раз (выпуск от 04.11. 2014), имеют весьма высокие показатели: их доля составляет 2.6% из всей аудитории телеканала «Пятница!».

Рассмотрим выпуск программы «Орел и решка. СССР. Грузия». Для начала дадим характеристику образу ведущих. Конечно, следует отметить то, что Андрей Бедняков и Анастасия Короткая выигрышные «персонажи» для работы в телепередаче о кинопутешествии: они весьма раскованно себя ведут перед объективом телекамеры, энергичны, обладают чувством юмора. Но не стоит забывать, что важнейшая характеристика личности ведущего – это его речь. Закадровый текст выпуска практически не вызывает претензий, а выражения и реплики «в кадре», порой, носят вольный характер. В речи присутствует обширное количество междометий, слова, такие как: «офигеть!», что может оттолкнуть от экрана «требовательного» телезрителя. Хотя, в некотором роде, в этом есть некоторый «колорит», создается впечатление, что на экране люди такие же простые, как и большинство зрителей. В «фактическо-описательной» части выпуска рассказано все весьма подробно и достоверно, особенно все то, что касалось традиций, культуры и истории страны.

Рассмотрим изобразительно-выразительные особенности выпуска. Следует отметить великолепные кадры природы: красивые пейзажи Грузии показаны таким образом, что у телезрителя возникнет ощущение, что он побывал в этих местах. Крупные планы, например, лицо монаха в развивающейся одежде у монастыря - очень выразительный кадр. Тонко и художественно предстает перед зрителем игра света в церкви у озера. Большой вклад оператора и режиссера в «вырисовывании картины мира» на лицо. Следует выделить и не самые удачные планы: люди за столом, на которых все время размывался фокус; ведущая Анастасия в короткой юбке пытается неуклюже забраться на лошадь; съемки из забрызганного окна автомобиля.

Из-за сочетания художественных кадров и бытовых, образ Грузии немного размывается. Возможно, это не портит сюжет, ведь, возможно авторы хотели показать контрастность страны: существует негласное разделение на бедных и богатых.

В телепрограмме «Орел и решка» драматургия выражается в задумке программы: весь сюжет складывается, отвечая на вопрос: «Что можно посмотреть в стране за 100 долларов, и что увидеть с неограниченными средствами?» Возможно, этот вывод поверхностный, ведь на самом деле, сюжеты подчинены идее, которую озвучивают в финале программы: неважно насколько вы богаты, мир прекрасен. Эта главная мысль автора является лейтмотивом каждого выпуска, что и является самым ценным в рассматриваемой передаче. Из-за чего можно не так акцентировать внимание на недочетах сюжетов, о которых говорилось ранее.

В программе «Их нравы» первостепенное значение уделяется качеству съемок. Этот телепроект появился в 2003 году благодаря Дмитрию Захарову, который в то время, являлся бывшим главным редактором программы «Вокруг света». Разногласия в редакции «Вокруг света» повлияли на уход из неё Дмитрия Чулова и Дмитрия Воздвиженского. Они втроем разработали концепцию передачи, подготовили несколько циклов сюжетов. География этих сюжетов восхищает: Парагвай, Сенегал, Уругвай, Гамбия, Эфиопия, Французская Полинезия, Йемен, Гайяна (та, которая «Кооперативная Республика»), Суринам, Индия и Непал. С первых выпусков они дали понять «конкурентам», что на телевидении они являются серьёзными игроками и избежали распространенной тенденции молодых программ: в первых выпусках показывать заезженные маршруты турфирм: Египет, Турцию, Кипр и пр. «Формат передачи «Их нравы» изначально отличался от «вокругсветовского». Единственная схожесть «Их нравов» и «Вокруг Света», во вставках в конце программ заказного или покупного сюжета этнографической, культурологической, научной тематики»[[62]](#footnote-62).

В передачах «Диалог со всем миром» Леонида Круглова и «Неизвестная планета» композиция строится вокруг личности автора – ведущего, которые являются главными в научных экспедициях. От начала до конца передачи они так или иначе появляются в кадре, совершают какие-то действия и дают им пояснения. Ведущий Л. Круглов дает комментарии сюжетам в монтажной телестудии, а зритель получает своеобразный репортаж с места, и разъяснения в студии. Но этот прием для трэвел-программ не самый удачный.

Подбор музыки и оформление заставок обеспечивают узнаваемость передач и создают определённый настрой у аудитории, то есть это некая визитная карточка программы. Этот элемент можно назвать долгоиграющим, он редко подвергается изменениям, в основном, в случаях ребрендинга. Музыкальное оформление изменяется постоянно, что является естественным. Например, «Вокруг света» предпочитают саундтреки к голливудским блокбастерам, «Непутёвые заметки» - классику в современной обработке, в программе «Их нравы» звучит музыка из современного рока и андеграунда. Использование музыки придает удивительный драматизм сюжетам там, где он является необходимым. Например, один из выпусков передачи «Вокруг света» про Берег Маклая в Папуа-Новой Гвинее, который был создан в 2003 году Дмитрием Воздвиженским. А национальную и этническую музыку сейчас принято использовать в «современной обработке». Андеграунд и «местная» эстрадная музыка часто присутствует в «Их нравах», увы в этой программы музыкальная подборка не всегда бывает удачной и соответствует по стилю, речи и пр.

### 2.2.2. Влияние образа ведущего на стиль передачи

Рассмотрим несколько трэвел-передачи с целью выявления особенностей образа ведущего как структурообразующего элемента передачи, определяющего стиль программы.

*Авторская программа Д. Крылова «Непутевые заметки»* появилась в начале 1991 года. Программа тогда представляла собой 4-х серийный фильм, который назывался «Непутевые заметки или из Лондона с любовью». Своеобразный стиль изложения информации ведущим передачи не был тогда привычен. Само появление этой передачи свидетельствовало о том, что тележурналистика вышла на качественно новый уровень в своем развитии.

Зрителя сразу заинтересовал субъективный и непредвзятый взгляд автора на жизнь Запада, порой наивный, слегка ироничный. Автор программы открыто выступал в роли любителя и простого путешественника, тем самым позволяя зрителю идентифицировать себя с журналистом-путешественником. Зрителю казалось, что он сам участвует в открытии другого мира. «При просмотре передачи «Непутевые заметки» Дмитрия Крылова создается впечатление, что автор и ведущий программы – сосед из квартиры напротив, который выехал в первый раз за границу и открывает для себя страну вместе с телезрителями. Он наивно комментирует увиденное, иронично относится к своему невежеству в некоторых вопросах, искренне восхищается происходящими вокруг него событиями. Автор мастерски использует ракурсы описания для достижения своих целей. А именно: привлечение и удержание внимания, доверие между ведущим и зрителем»[[63]](#footnote-63).

Первые пять лет «Непутевые заметки» выходили по мере появления новых материалов. В тот период вышли следующие фильмы:

 - о Лондоне,

 - о Западном Берлине,

 - о средиземноморских круизах и прибрежных городах и странах – Стамбуле, Афинах, Мальте, Венеции, Барселоне, Риме, Неаполе, Генуе, Ницце, Сицилии.

После этого начался период американского направления. Выпускается новый фильм «Путешествие с Соней в поисках Америки» (Ю.Флорида, Нью-Йорк и Бостон), всего 12 серий. Были и многие другие страны. Особено интересен зрителям был фильм про Данию, в ведении которого принимал участие сын автора, в фильме был отражен, как «взрослый» взгляд, так и детский.

За весь период своего существования съемочная группа программы «Непутевые заметки» посетила различные уголки нашей планеты, и в 2002 году побывала даже на Северном Полюсе.

Особая манера сделала автора передачи популярным, в рейтинговом показателе он находится на достаточно высоком уровне. Это говорит о том, что передача близка зрителю и интересна с познавательной точки зрения за счет небольшого хронометража программы и насыщенностью полезной информации. За 15 минут с юмором и в незатейливой форме рассказать о стране и создать положительный образ страны у телезрителей, действительно нелегкая задача.

Выпуски «Непутевых заметок» в нашем исследовании интересны с точки зрения роли ведущего и формата передачи. «Сидячий» рассказ в студии о своем путешествии отличается от остальных репортажных трэвел-передач. На первый взгляд, можно найти сходство с передачей «Их нравы», где Д. Захаров так же сидит в студии. Однако Д. Крылов сам участник путешествия и на основе его впечатлений строятся выпуски. Зрителю импонирует тот факт, что ведущий выступает не в роли «всезнающего» путешественника, а простого рассказчика. Функция «Непутевых заметок» в том, чтобы дать о стране базовые сведения, которые будут интересны будущему туристу. Передача «Непутевые заметки» и познавательная, и развлекательная, интересна и активному, и пассивному зрителю.

Передача «Непутевые заметки» обладает больше рекламным характером, нежели информационным. Ведущий открыто демонстрирует спонсоров и рекламодателей. К тому же складывается необъективный взгляд на страну, показываются дорогие рестораны, фешенебельные отели, круизы, показывается обертка страны, а до содержания рассказ не доходит. Такого рода информацию можно получить и без просмотра «Непутевых заметок».

На канале 1+1 уже давно существует трэвел-передача *«Мир наизнанку»* с ведущим Дмитрием Комаровым. Передача уникальная по своему содержанию и роли ведущего. Ведущий постоянно работает в кадре, камера работает в режиме нон-стоп, только при монтаже выбираются самые забавные/важные моменты. Это придает программе эмоциональность и включенность зрителя в происходящее.

Д. Комаров как журналист свою задачу видит, в том, чтобы узнать что-то новое, даже запретное. Примером может служить выпуск про Вьетнам, где публичные дома запрещены, поэтому маскируются под караоке, парикмахерские и массажные салоны. В таких местах, как объясняет зрителям Д. Комаров, съемка запрещена, но хозяина публичного дома «купили», ему были заплачены деньги. Картинка однообразна, постоянно смеющиеся, прячущиеся от камеры куртизанки, делает сюжет несерьезным, задорным. Однако Д. Комаров всячески показывал свое неодобрение: морщился, когда его целовала девушка легкого поведения, порицал их внешний вид, но после просмотра этого сюжета, благодаря обаятельности ведущего, остается ощущение позитива.

Если определять жанровую специфику передач, то их, наверное, можно назвать авантюрным путевым очерком. Д. Комаров никогда не идет проторенными туристскими маршрутами, он забирается в самые глухие места той страны, по которой путешествует, он всегда в поисках чего-то необычного, экстремального. В Камбодже ест жареного тарантула, задорно комментируя: «ну что, мистер «ядовитый зуб», я тебя поймал, я тебя и съем. Похож на куриную корочку, пережаренная курица, не противно, довольно вкусно».

Африка Д. Комарова – это шок для зрителя, да и для него самого. «Шокировало, например, племя мурси. Я видел, как девушка берет лезвие и на руке делает себе глубокие надрезы. Как в племени хаммер, на празднике мужчины берут плетки и в знак любви избивают своих женщин до крови. Или как перед постом и на Пасху в Эфиопии массово едят сырую говядину, и на свадьбах тоже все ее едят. Для них это нормально. Для нас, конечно, шок. Шок каждый день, за каждым поворотом»[[64]](#footnote-64).

Ведущий показывал шокирующие кадры в передачах о Камбодже, Индии, Вьетнаме. Однако мы не считаем возможным относить «Мир наизнанку» к шокодокументалистике. Д. Комаров любит своих героев, быстро устанавливает с ними контакты, всегда дружелюбен, подает материал энергично, с юмором. Он говорит следующее: «сегодня уже практически не осталось мест, где вообще нет туристов. Зато остались места, которые цивилизация испортить еще не успела. И нам - именно туда»[[65]](#footnote-65).

Особенность выпусков заключается в том, что альманах включает в себя рассказ о разных местах. Например, один выпуск посвящен сразу нескольким местностям: Кении, Танзании, Эфиопии. За целый час автору удается рассказать о наиболее интересных обычаях. Стиль подачи ведущего непривычен: он преподносит информацию быстро, почти скороговоркой. Поначалу его речь трудно воспринимать, однако такая динамика позволяет емко и увлекательно рассказать о многом. Журналист пробует все на себе, кажется, будто передача вобрала в себя сразу несколько программ: «Шнур вокруг света», где не всегда уместный юмор С. Шнурова, «В поисках приключений» - обучение новой профессии и «Наука выживания» - выживание в экстремальных условиях. Синтез делает «Мир наизнанку» цельной и увлекательной. Например, как шутит ведущий, предварительно попив кровь коровы: «чай, я смотрю, с молоком пьете, хоть без крови - это радует». В этом же выпуске Д. Комаров учится производить кофе и спать в хижине дикого племени. Ведущий ищет эксклюзив, то, чего нет в других трэвел-программах. Но при всей доброжелательности к героям, он неоднократно указывает на их инаковость: «Мы с разных планет, с разным образом мышления» , - подчеркивает он, когда рассказывает о своих героях. «У нас разный взгляд на жизнь, разный менталитет», - добавляет он. И нужно к этому привыкнуть и принять как данное. Только тогда можно найти с героями общий язык»[[66]](#footnote-66).

Как пример активного поведения журналиста в кадре показательна программа *«В поисках приключений».* Ее ведущий М. Кожухов будто бы действует по принципу «трех К» В. Шнейдорова «на красивой земле красивые люди красиво трудятся»[[67]](#footnote-67), в его программах нет неблагородных профессий, только трудолюбивые, оптимистичные люди, вкладывающие все силы и мастерство в труд. Ведущим каждая профессия подается как творческая: «Герои Кожухова всегда красивы в сосредоточенности и погруженности в свое творчество»,- так пишет о героях его передач Е.П. Почкай, «а то, что эти профессии уникальные, придает особую прелесть экранному действу»[[68]](#footnote-68).

«В поисках приключений» герои играют важную роль. Жители стран, куда приезжает М. Кожухов, помогают ему влиться в местную жизнь. Благодаря этому, М. Кожухов выглядит не как турист, которому не надо искать работу на отдыхе, на некоторое время ведущий становится одним из жителей страны. На экране зритель видит дуэт двух людей, героя и ведущего, причем герой показан как основной носитель информации и как основной персонаж.

В передаче «В поисках приключений» образ страны создается при помощи относительно длительного освещения одной темы. Например, выпуск про Таиланд. Как мы знаем, в этой стране много трансвеститов, и на протяжении пяти минут М. Кожухов рассказывает и показывает травести-шоу, задерживая камеру на лицах мужчин, ставших женщинами. Мы будто бы оказываемся на самом концерте, в гримерной и подглядываем за ними. Шоу великолепно, красочно, даже феерично, но присутствует элемент шока, когда зрителям сообщают, перед вами не женщины, а мужчины.

Особым своеобразием поведения ведущего отличается такая передача, как упоминаемая нами *«Шнур вокруг света»*, которая во многом нарушает основные принципы построения большинства трэвел-передач. В ней нет ни красивых людей, ни их труда, ни достопримечательностей. Тем не менее, передача «Шнур вокруг света» обладает определенной образной системой. Передача выделяется нестандартностью преподнесения информации. Во-первых, певец и актер С. Шнуров – яркая, эпатажная личность, во-вторых, ведущий не ставит перед собой цель создать красочный образ страны, скорее преподносит информацию с субъективной авторской точки зрения.

 «Шнур вокруг света» вызывает у зрителей как негативные, так и позитивные эмоции. Хотя программа создавалась для широкого круга зрителей, но из-за привычной для С. Шнурова ненормативной лексики (которая порой не входила в выпуски), круг смотрящих сужается до молодого поколения. Объясняется это тем, что для многих молодых людей ведущий изначально является кумиром. Его имидж местного «братка», мат и неадекватные словечки привлекают неискушенного зрителя. «По мнению «Новых известий», публичный мат для завоевавшего популярность благодаря «простодушному эпатажу» музыканта — это средство пиар-провокации»[[69]](#footnote-69). Формат передачи тесно завязан на образе телеведущего, и С. Шнуров в программе хорошо его обыгрывает. Его экскурс в путешествия неординарен, видно, что С. Шнуров - творческая, неординарная натура.

С. Шнуров смело и свободно выражает свои чувства, симпатии, критические оценки. Наглость, грубость, порою неуважение к собеседнику вызывают у многих зрителей отторжение. На нашем телевидении мало телеведущих, которые позволяют так себя вести. Но благодаря этой особенности С. Шнурова, все его знают, и никто не остается равнодушным к этой персоне.

Ведущий любит создавать визуальный образ, фантазируя по ходу действия: «Это мой сопровождающий тоже из местного племени Джамбо. У него есть эта колотушка, если прибегут львы, то мне не страшно, он этой колотушкой всех забьет. Мы их тоже съедим». Образ Кении создается и таким способом: «Зебра на самом деле, прообраз моряка. Это первые моряки на планете их мало и они в тельняшках. Туристам в Кении показывают не только диких зверей, но и диких людей».

В другом выпуске обыгрывается миф о Трансильвании как о городе, населённом вампирами. Присутствует черный юмор, сарказм: «Вы думаете -это обычнее арбузы? Это необычные арбузы, это вампирские арбузы». Румыния представлена как туристическое место, которое наживается на культивировании образа графа Дракулы. С этим трудно поспорить, когда визуальный ряд подтверждает это.

Монголию ведущий представляет как отсталую страну: «кирзачи, мечта гопника конца 80-х», чувствуется насмешка над отсталостью государства. Прогуливаясь по рынку, ведущий высмеивает продаваемую одежду, находит для себя кожаный плащ, как из фильма «Бумер». Ведущий развлекается, оттачивая свое мастерство в острословии.

Проанализируем, что говорит С. Шнуров на протяжении выпуска про Гонконг, приведем самые яркие его выражения: «А вот и сама хозяйка музея – мадам Тюссо, привет бабуля». «Что будет? Доллар этот гонконгский обвалится, полезных ископаемых у них нет, вот и все будущее». «Вот интересно, если бы в реальной жизни встретился бы Путин или Брюс Ли, кто кого побил бы? Я думаю, все-таки Путин. Самбо и дзюдо – это вам не кун-фу»[[70]](#footnote-70). Для Гонконга Брюс Ли национальный герой, которого почитают. И выставлять его в невыгодном свете некорректно. Конечно, российского президента С. Шнуров тоже не забыл, тонко польстил нашей власти. Главным героем передачи все равно остается Брюс Ли, и ведущий пользуется любой возможностью подшутить над ним. Ко всему прочему, иронизирует и по поводу Китая: «Краска китайская, собака, но оттирается быстро».

Программа разрушает стереотипные представления о стране. Ведущий умело ходит по «лезвию ножа», шутит над культурой и особенностями народов, при этом все же не допуская оскорблений. С. Шнуров может где-то поучать телезрителя, но не навязывает своего мнения.

В каждом путешествии С. Шнур найдет русского туриста, с которым тепло общается. Поинтересуется, откуда приезжий, какие у него впечатления от страны. Нередко на глазах у телезрителя ведущий меняется, становится то едким, то добродушным. Возможно, скепсис по отношению к зарубежным странам можно объяснить тем, что ведущий скучает по родной России.

В программе «Шнур вокруг света» красоты и эстетики мало, акцент, скорее, делается на объективном отражении реальности той страны, по которой С. Шнуров путешествует. На Ямайке ведущий опровергает распространенное мнение, что это рай, акцентируя внимание на беззаконии, с которой можно столкнуться в этой стране. В Мексике задается вопросом: есть ли жизнь после смерти или нет? И отвечает на него на протяжении всей программы. Поиск ответа на поставленный вопрос в начале выпуска – «изюминка» программы. У ведущего изначально не было задачи освещать зарубежную страну с какой-нибудь особой стороны.

Изображение в передачах цикла «Шнур вокруг света» невыразительное, как правило, содержит мало эстетической информации. Однако это соответствует настроению ведущего. Так, в выпуске про Таиланд мы не видим красивых пейзажей, в кадре преимущественно машины, скутеры на заднем фоне и мало улыбающиеся люди. В результате зритель начинает ощущать, что Таиланд не лучшее место для туризма, хотя и очень популярное среди путешественников.

Мы остановились столь подробно на программе «Шнур вокруг света» потому, что она выделяется на фоне всех программ про путешествия именно непривычным для трэвел-программ стилем поведения ведущего и подачей визуальной информации.

В противоположность программе «Шнур вокруг света» программа *"Одна на планете"* отличается подчеркнутым доминированием эстетического начала и вниманием к симпатичным жанровым сценкам. Так, в выпуске про Азербайджан друг друга сменяют трогательные кадры: дедушка с внуком смотрят в камеру, резвящиеся ребятишки, прогуливающиеся жители по уютным улочкам Баку. В сюжете про Японию это печальный, трогательный мечтатель-художник; в Италии – сладкоголосый певец.

Ведущая передачи А. Чернобровина в любом месте найдет удивительных и неповторимых героев для своей программы.

В «Одной на планете» в выпуске про остров Искья показывается процесс путешествия: кадры в самолете, потом на пароме и прибытие на остров. Смена картинки и постепенный ввод в курс темы интригуют. Картинка под стать задумчивому рассуждению ведущей – меланхоличная, бледно-голубое море, пасмурное небо. Такое настроение передается и зрителям. Но потом грустные виды сменяют солнечные кадры острова.

В передаче, посвященной Азербайджану, столица страны Баку преподносится зрителю как очень приветливый город. Улыбающиеся лица, солнечное освещение. Присутствует сенсорная палитра: А. Чернобровина в магазине рассматривает азербайджанский ковер. В кадре видно, как она его гладит, рассказывая про свои впечатления. Рассказано подробно, интересно, благодаря чему создалось собственное тактильное ощущение. Показан человек, занимающийся этим ремеслом. Баку представляется зрителю как город контрастов: погода меняется, то солнце, то дождь; жители так же переменчивы как погода, с одной стороны своенравные, с другой, добродушные. Особенность стиля ведущей в том, что она, будто оказавшись на другой планете, пытается постигнуть ее особенности и характерные черты. И заканчивая свое знакомство, говорит зрителю: «Я так счастлива, что все-таки не одна на планете».

Этим мажорным восприятием мира пронизаны все ее репортажи. В Японии ведущая встречает лучезарную девушку рикшу и представляет ее телезрителю так: «И все-таки, я нашла самую улыбчивую девочку в Токио. Кажется, она вобрала в себя весь позитив, сотканный из родительского тепла и природного очарования. Мико никогда не носит каблуки и мини-юбки. Она не любит ездить в такси и на общественном транспорте, только ходит пешком»[[71]](#footnote-71).

Все выпуски «Одна на планете» пропитаны любовью к каждому герою, искренностью.

Один из способов расположить к себе зрителя, как мы уже видели, анализируя передачу Д. Крылова, – использовать юмор, стараться развлечь и позабавить зрителя. Развлекать телевизионную публику пытаются разные программы. Например, это часто можно встретить в телепрограмме *«Их нравы»*. До появления программы юмор и Дмитрий Захаров – казались несовместимыми понятиями, но история передачи «Их нравы» развеяла данное предубеждение. Несколько ироничный взгляд на окружающий мир, смелые сравнения, аналогии – это отличительные характеристики стиля данной программы.

Следует заметить, что сегодня в жанре фильма-лекции и фильма-беседы создавалась лишь программа «Клуб путешественников», продолжающая традиции, свойственные этой программе-долгожительнице. Серьезность изложения свойственна и программе «Вокруг света».

Общий же вектор российского телевидения – развлечение, поэтому сегодня отдается предпочтение форматам и проектам, в которых предполагается большая раскрепощённость ведущих, меньшая академичность изложения.

## 2.3. Выразительные средства трэвел-фильма/телепередачи

Сама по себе информация не нуждается в художественной форме, она "съедается" в голом, сыром виде, но художественная публицистика формирует взгляд, а не просто доносит информацию, поэтому для того, чтобы привлечь и удержать внимание зрителя, авторы стараются подать информацию увлекательно и эстетически выразительно. Сегодня мы находимся на особом этапе кризиса телевизионной информации. Был момент информационного взрыва, когда информация была как глоток чистого воздуха. И на грубые монтажные склейки никто не обращал внимания. Но это время прошло. «Теперь обществу нужно понимать информацию, природу факта. Теперь – то и начинается публицистика, и художественность»[[72]](#footnote-72).

Конечно трэвел-журналист как проводник информации (зачастую он же ведущий программы и трэвел-фильма) прежде всего должен быть объективен: « От того, насколько честен журналист перед зрителем и самим собой, зависит образование стереотипов в обществе, моды на туристические маршруты и картины мира в целом. Чаще всего авторы стараются осветить яркие и приятные моменты путешествия, руководствуясь представлением о том, что зритель хочет видеть лишь «фасад»»[[73]](#footnote-73).

Термин «трэвел-журналист» относится как телевизионному журналисту, так и журналисту, работающему в периодической печати или выпускающему книги с путевыми очерками. «Но если литературный путевой очерк позволяет автору включать в повествование вымышленные элементы и использовать художественные приемы, создавать вымышленные истории, использовать чужие фотографии, подкреплять материал фактами из путеводителей и т.п.,»[[74]](#footnote-74) то на телеэкране зритель должен видеть то, о чем идет речь. Хотя и здесь существуют свои способы создания иллюзии того, что то, что мы видим на экране, происходит здесь и сейчас. Интересен пример такого рода «обмана в телевизионном окологеографическом проекте «Русские», когда ведущая Светлана Сорокина писала «обвязки» к уже отснятым заграничным сюжетам. Чтобы создать иллюзию путешествия, она записывала свои стендапы в московской студии на фоне хромакея, в который «впечатывался» соответствующий фон, делался вид, что в этих странах она побывала»[[75]](#footnote-75). Но такая уловка не искажает реальность, в отличии от материалов различных блогеров, которые дают волю своей фантазии, с целью привлечения читателей.

Телевидение нам дает безусловность факта, если говорить о документалистике. Зритель доверяет экранным материалам, ведь, он сам это видит. Данный факт позволяет ощущать себя очевидцами события, дает возможность «побывать» в том или ином месте, в не знакомом нам другом уголке земли.

В таких условиях возникает вопрос о «достоверности в документалистике, о сохранении телевизионной правды. А она держится на видимой объективности художника, на представляющейся его непричастности к отражению события. Речь идет, таким образом, «не о сущности деятельности телевизионного режиссера, а о форме его действий»[[76]](#footnote-76).

В принципе, создавая кино, автор вступает в диалог со зрителем. Аудитория воспринимает аудиовизуальное произведение не как научный труд – умом, а как произведение, или музыку – на уровне чувств. «Каждый язык имеет свою грамматику, свои условности, также и телевизионный язык имеет свою специфику. Язык фильма – комплекс условий, которые позволяют рассказать о чем-либо с помощью образов, действий, звуков и слов. Этот язык обязан своим существованием общности законов восприятия и логики для всех искусств» [[77]](#footnote-77).

В ходе развития экранного искусства появляются новые творческие приемы, которые зрители постоянно осваивают: крупный план, параллельный монтаж, ракурс, панорамные съемки, искажение линейной перспективы нестандартной оптикой, флэшбэк, изображение, созданное с помощью компьютерных технологий, интерактивность, многовариантное построение сюжета и т.п. В отличие от других видов искусства, «творческие возможности кино, телевидения и любых мультимедийных произведений теснейшим образом связаны с развитием науки и техники, а зритель находится в процессе постоянного обучения декодирования экранной знаковой и эстетической информации»[[78]](#footnote-78). Чтобы научиться понимать, как посредством камеры выражать идею, замысел, рассмотрим, какие художественно-выразительные средства бывают в документалистике, и попробуем понять их природу.

Вся жизнь подчиняется ритмам – с определенной периодичностью происходит смена времен года, день сменяет ночь, рыбы, насекомые, млекопитающие, и люди живут с внутренними ритмами. Эти ритмы контролируют дыхание, сердцебиение и пр. Точно также и «в каждом экранном произведении существует свой определенный ритм, во всяком случае, должен существовать. Внутренний ритм фильма определяют: скорость внутрикадрового движения, продолжительность действия, форма перебивок – все зависит от целей, которые ставит перед собой автор»[[79]](#footnote-79). Например, в фильме о путешествии можно запечатлеть просто верблюдов, идущих рядом, а можно снять их на контровом свете, скажем, на закате идущих друг за другом. В этом случае мы будем видеть лишь силуэты, но это придаст изображению ритмичность, выразительность и эстетичность.

Тот или иной темпоритм передачи и отдельных его эпизодов, в значительной мере создает поведение ведущего в кадре и темп его речи. Точно найденный темп речи заставляет зрителя внимательно слушать ведущего. Опытный ведущий время от времени меняет темп речи, например, ускоряет ее в некоторых смысловых моментах, или, наоборот, замедляет. Вспомним, ведущего трэвел-программы «Выжить любой ценой», речь которого всегда разнообразна интонационно и по темпу, в зависимости от ситуации. Журналист эмоционален, и создается впечатление, что он «живет на экране», и это очень чувствуется при просмотре передачи.

В фильмах и передачах о путешествиях особенно важно создание атмосферы места, в котором присутствует журналист. Ощущение общей атмосферы создается не только изображением, но и звуком. Такие интершумы, как городской шум, свист ветра, стук колес, пение птиц, рык львов и др. сразу вводят нас в определенную среду, усиливают эффект соучастия в экранном путешествии.

Также следует учесть тот факт, который кардинально отличает кино и любое экранное произведение от реальности, а именно мгновенное перемещение во времени, в пространстве. Мы можем через секунду переместиться в прошлое или будущее, или из одного места в другое. Перемещение – один из способов повествования, средство соединения отстоящих в пространстве и времени блоков, способ, формирующий стиль фильма и выражающий точку зрения автора.

В реальности «перемещения мало заметны – они происходят либо медленно, либо мы отвлекаемся на что-то. Повествование выделяет перемещения словами "прошло время". Но перемещение может быть не только в пространстве или во времени. И поскольку указание времени в повествовании не всегда важно, связки между блоками могут быть явными или скрытыми. Например, словами "и прошло время" можно обозначить несогласованность двух последовательно сменившихся картин. Простая перебивка одного кадра другим может означать для зрителя смысл, выраженный словами «вот еще был случай» » [[80]](#footnote-80). Последовательное сочетание кадров, изображающих бегущую лань, и бегущего тигра, создают впечатление, что на экране изображена охота. Соединяющим звеном между связками перемещения может выступать звук, а также фоновая музыка, создающая настроение эпизода.

Язык экрана подразумевает осмысленное представление событий в экранном произведении. «Камера дает эффект объективности изображения событий. Кино делает правду еще более правдивой, а ложь – еще более лживой, изменяя их масштаб. Любой человек, который сначала наблюдал процесс работы над фильмом, а потом посмотрел сам фильм, удивляется, насколько последнее значимее первого»[[81]](#footnote-81).

На восприятие зрителем происходящего на экране также влияет ракурс съемки изображаемого. Допустим, если перед нами человек, которого мы видим чуть снизу и он сморит надменным взглядом, а в следующем кадре мы видим человека снятого с верхней точки, то мы понимаем, что первый человек считает себя выше другого, презирает его. То есть даже такая, казалось бы, незначительная вещь, уже кодирует определенную информацию для зрителя. «Вся съемочная бригада, будь то журналист, оператор или режиссер постоянно находятся в поиске оптимальной точки съемки; компонуют изображение, заключая его в пространство, ограниченное горизонтальными и вертикальными рамками; подбирают определенное освещение; занимаются подбором цветовых тональностей экранного произведения»[[82]](#footnote-82).

Мы получаем любую визуальную информацию благодаря свету. Поэтому освещение в экранном искусстве – очень важный элемент выразительности и изобразительности. Свет и тень позволяют увидеть на экране и в реальном пространстве объемы, формы предметов. И любое нестандартное световое решение заставляет иначе воспринимать объект. Профессиональный оператор знает, что животных лучше снимать на контровом свете, чтобы «заиграла» шерсть, а, например, женщин в возрасте лучше снимать в тональном свете, чтобы лица казались свежее.

Благодаря освещению автор может передавать ту или иную мысль, идею. То есть свет может выполнять не только информационную, изобразительную функцию, но и художественно-выразительную и влиять на чувства. В зависимости от погоды и времени суток – свет вызывает совершенно различные эмоции, поэтому правильно подобранное, даже искусственное освещение, может создать нужное настроение в картине. А с помощью теней можно изобразить нечто страшное, или придать настроение кадру.

Еще одна значимая вещь для кадрового пространства – трансформация пространства. Современная оптика позволяет оператору вносить художественность с помощью фокуса, например, сделать фон за персонажем размытым (лучше всего данный эффект получается с помощью телеобъектива); смягчить или ужесточить изображаемое; изменить линейную перспективу (для этого лучше всего использовать широкоугольный объектив, или, так называемый, объектив «рыбий глаз»). Кстати, для трэвел -журналистики, наверное, необходимо иметь различную оптику, ведь, ничто не снимает природу лучше, чем широкоугольник; а животных, лучше всего выслеживать с телевиком.

 Также характер изображения в кадре можно изменять с помощью различных эффектов при съемке: дымов, световых бликов и пр.

«Талантливый оператор, благодаря своему искусству и блестящему владению техникой съемки, способен придать даже немудреному сюжету фильма значимость и эстетическую самоценность»[[83]](#footnote-83). А если оператор совсем не владеет «искусством кадра», то он может испортить самый неординарный сценарий. Поэтому для хорошего фильма нужна команда, которая стремится сделать что-то цельное, интересное, композиционно –выстроенное. Команда должна быть единым целым, но каждый из них должен быть художником в своем деле. Порой в качестве режиссера, журналиста, оператора, монтажера выступает один человек. С одной стороны это сложнее, но с другой – позволяет создавать все именно так, как видит воображение, как задумано.

Чтобы создать интересное зрителю и «грамотное» произведение в жанре кинопутешествий, телеведущий, он же автор - должен владеть всеми средствами и приемами реализации на экране своего творческого замысла. Иначе говоря, он должен уметь применять все выразительные средства экрана. Специалисты выделяют три основные группы экранных средств выразительности: драматургические, изобразительно-выразительные и звуковые. Стоит рассмотреть их подробнее.

Изобразительно - выразительные средства основа телевидения и кинематографа, они способны запечатлевать движение. Для того чтобы создать «изображение в движении» необходимы следующие умения:

1. правильно «вырезать» нужный автору и интересный зрителю кусок из изображаемой действительности, т.е. выбрать верный кадр;
2. определять необходимую крупность планов, то есть степень приближенности камеры к снимаемому объекту;
3. выстраивание композиции кадра, то есть взаиморасположение различных предметов и фигур в плоскости экрана;
4. кроме того, нужно помнить о размещении объектов относительно друг друга в глубине изображаемого на экране пространства, то есть о мизансцене;
5. выбор правильной точки съемки, то есть ракурса. Ракурс - это положение камеры по отношению к снимаемому объекту;
6. также важно позаботиться о таких средствах создания кадра, как свет, цвет и тень.

Кроме того, существуют еще и специальные средства выразительности экрана: оптика, способ съемки и т.д. Но для анализа средств в передаче нам будет достаточно «основных» средств.

Помимо изобразительно-выразительной группы, необходимо выделить драматургические средства выразительности. Они лежат в основе построения передачи или фильма:

1) независимость каждого кадра;

2) подчиненность его единой мысли, раскрывающей внутренний смысл экранного произведения. «Во всех экранных произведениях должно быть какое-то действие, оно полностью организует драматургию произведения, гарантирует логику показа событий, фактов, стремлений и поступков героев»[[84]](#footnote-84).

В любом телевизионном произведении зритель должен наблюдать движение мысли автора. Главное, чтобы зритель ощущал внутреннее драматургическое единство. Также среди средств экранной выразительности есть место для звука – это речь, музыка, шумы. Звуковые средства используются в телепередачах изучаемого формата для того, чтобы точнее передать «атмосферу» происходящего.

# ГЛАВА III. Роль автора в создании тревел-фильма

#  «Минги Тау -сердце Балкарии»

## 3.1 Концепция фильма и подготовительный этап

Идея создания фильма родилась в январе 2014 года, снять фильм на Кавказе автор данной работы планировал уже давно, но не было возможности осуществить задуманное. Для диссертационной работы разрабатывалась совершенно иная тема, но в последний момент съемки сорвались, но некоторое время спустя возникла идея осуществить съемку на Кавказе, а именно на Эльбрусе и в Приэльбрусье. Но снимать природу, местность, не затрагивая культуру местных жителей, по-нашему мнению, не было смысла, так как люди и место их обитания интересны во взаимосвязи. Было принято решение снимать про Эльбрус и балкарский народ, проживающий в горных и предгорных районах Кабардино-Балкарской республики в местах Баксанского ущелья. Эльбрус – двухглавый угасающий вулкан, хотя некоторые считают, что он потухший, но это не так, является символом Кабардино-Балкарии, про него сложено множество легенд балкарцев, с ним связана и история народа. При том, что в республике кабардинцы и балкарцы – два совершенно разных народа, хоть и объединены административно, родственным народом, для балкарцев являются карачаевцы. Существуют разные версии происхождения данного народа, в одной из них сказано, что предками их были Аланы, и этому множество доказательств.

Автор данной работы познакомился с исследователем истории Мухтой Джуртубаевым, известным в КБР своими книгами, в том числе, он написал кодекс Карачаевско-Балкарского народа. Кроме того автору удалось связаться с известным кузнецом Кузматом Бачиевым и договориться о съемке. Его изделия уникальны, хранятся в музеях разных стран, известен тот факт, что один из ножей, сделанных им, был подарен президенту РФ.

Поскольку данная диссертационная работа исследует роль ведущего в трэвел-фильме, автору предстояла задача соединить в трэвел-фильме следующее: путешествие и рассказ о местности; знакомство зрителя с местными жителями и историей их народа; ведение программы с созданием собственного образа. Так как жители Приэльбрусья, зарабатывают, в основном, благодаря туристам (гостиничный бизнес, меховая, сувенирная продукция, такси и пр.), автору хотелось рассказать зрителю, чем можно заняться на Эльбрусе. Поэтому в планах съемочной поездки было покорение Эльбруса туристическими методами, а именно: канатная дорога, бураны, трекер, спуск на лыжах/сноуборде. Пешком подниматься на такую гору – это уже для экстремальных программ.

Стояла задача в одном фильме, или можно назвать это трэвел-передачей, так как границы вышли несколько размытыми, объединить: знакомство с балкарским народом, туристический гид для тех, кто планирует посетить Приэльбрусье и личный способ ведения программы.

Как нам показалось, личность ведущего можно проявить, выбрав для себя определенную позицию ведения. В данной работе автор решил объединить две задачи и вести программу в амплуа туриста, которому все интересно, который все хочет узнать и попробовать. Сам образ ведущего создавался по ходу действия, но нам хотелось предстать перед зрителем «своим человеком», веселым, задорным, иногда неуклюжим, любопытным.

Одежда ведущего выбиралась по принципу удобства: лыжный костюм, ботинки, шапка – это самый оптимальный вариант для нахождения на горе.

Концепция программы зарождалась во время подготовительного периода и корректировалась на этапах съемочного периода.

Во время подготовки к съемке автор собирала информацию о балкарцах различными методами: у самих балкарцев, в различных исторических источниках, в Интернете. Информация из интернета оказывалась не всегда правдивой, поэтому каждый раз ее предстояло проверять через товарища по университету, балкарца, который в поездке выступал помощником режиссера, помощником оператора, и продюсером по поиску героев. К слову, в роли режиссера, оператора, сценариста, монтажера - выступал автор и ведущий данной работы.

Так как предстоящих ролей было много – следовало основательно подготовиться. После сбора информации нами был разработан первичный сценарный план, после чего он был скорректирован куратором магистерской программы В.Ф. Позниным. Поскольку, в документальном кино, сценарий всегда изменяется по ходу съемки, он не был подробным, а выступал в качестве своеобразного плана.

Важным элементом подготовительного этапа стал подбор техники для съемки данного трэвел-фильма. Автор посчитал нужным использовать в съемочном процессе следующее: фотоаппарат «Kanon» EOS d 650»; объективы (стандартный, широкоугольный); action-камера, с различными фиксаторами, штатив, диктофон с проводной радио-петлей для записи голоса. К слову, вместо диктофона удобнее использовать радио микрофон, либо микрофон пушку.

Таким образом, был разработан сценарий, в котором были выбраны герои, написан примерный закадровый текст, и расписан план съемок.

## 3.2. Съемочный и монтажный этапы

### 3.2.1. Роль ведущего

Во время съемочного этапа, мы попытались развить концепцию ведения программы в образе «любопытного туриста - рассказчика», что проявляется в эмоциональных, довольно веселых стенд-апах. Стенд-ап – это нахождение в кадре журналиста, который сообщает какие-либо важные подробности, вводит зрителя в курс дела. Данный прием используется в телевизионных репортажах, программах, журналистских фильмах. В каждом появлении в кадре задачей журналиста-ведущего было: обозначить свое присутствие, эмоционально рассказать о том, что видит, либо дать какую-то интересную информацию об истории, географии и пр. Что касается закадрового голоса, то в фильме «Сердце Балкарии» он звучит более сдержано, но так как данную работу нам хотелось сделать молодежной и легкой для восприятия, мы постарались не делать рассказ академичным.

Поскольку автор данной работы одновременно выступал в качестве оператора и ведущего, то появлений в кадре не так много, как было запланировано на подготовительном этапе. Нам удалось уяснить на собственном опыте, что для фильмов подобного характера оператор необходим. В итоге нам удалось записать только основные стенд-апы, которые имеют следующие условные названия: «прибытие на Эльбрус», «ботинки и сноуборд», «на высоте 4800 метров», «нарзан», «национальная кухня», «подъем на гору Чегет». Но последние два не вошли в фильм, материал про национальную балкарскую еду не был включен в фильм по причине брака, по свету, по композиции и пр., в виду того, что снимать данный эпизод приходилось, установив камеру на штатив, без оператора. Стенд-ап «подъем на гору Чегет» не вошел в связи с ограниченным хронометражем.

 Рассмотрим стенд-ап «Нарзан». Он динамичен: ведущая идет к источнику минеральной воды, рассказывает о том, где мы находимся, и о цвете земли вокруг. Затем ведущая набирает воду, пробует ее и комментирует вкус воды.

 В данном фильме показаны и неудачные моменты путешествия, например, мы включили эпизод о том, как поднимаясь на Эльбрус, ведущая забыла сноуборд внизу. Это, как нам кажется, добавило живости эпизоду, и, может вызвать улыбку у зрителя. Спуск с горы на сноуборде тоже представлен в шутливой форме.

 Один из важных элементов в фильме – подбор героев и их появление в кадре.

### 3.2.2. Герои фильма «Сердце Балкарии»

Первым героем фильма стал исследователь балкарской истории Махти Джуртубаев, который известен на всю Кабардино-Балкарию, а именно как человек, написавший карачаево-балкарский кодекс «Ёзден Адет». Данный этический кодекс является нравственным законом, регулирующим народную жизнь. До недавнего времени положения и установления кодекса существовали только в устной форме, и дошли до наших дней в качестве афоризмов. Махти удалось собрать все и оформить в нескольких изданиях. Кроме того, он написал «Историю карачаевско-балкарского народа». Для фильма о балкарцах человек, знающий историю не поверхностно, был просто находкой.

Помимо предоставления исторической информации, Махти помог организовать встречу и устроить съемки со следующим героем нашего фильма балкарцем Хамзатом Бачиевым.

Хамзат Бачиев является членом Союза художников Карачаево-Черкесской республики, считается одним из лучших мастеров кузнечного дела России. Талантливый добрый человек, открытый для общения, желающий поделиться своим умением, и теплом – такое впечатление создает Хамзат Бачиев. Несмотря на то, он довольно известен, у него отсутствует обычные спутники славы - высокомерие и надменность. Профессионал своего дела, уникальный кузнец, еще и мастерски рассказывает о своем труде. Видимо, это пришло к нему с опытом, потому что он давно уже появляется в различных программах, дает интервью журналистам, о нем сняты несколько небольших фильмов. Один из них так и называется «Лучший кузнец России Хамзат Бачиев».

Но основным героем передачи по замыслу автора является, конечно, ведущая. Вокруг нее выстраивается вся композиция фильма. Данный эффект можно проследить особенно наглядно в первом блоке фильма про подъем на гору. Ведущая задает настроение фильму, к слову, для этого также необходимо выбрать музыку, которая будет соответствовать характеру эпизода.

Автор программы, появляясь на экране, говорит зрителю о том, где мы находимся, что будем делать, а так же выражает эмоции, рассказывает о своих впечатлениях.

### 3.2.3. Монтажно-тонировочный этап

 После съемочного этапа был разработан следующий план фильма «Сердце Балкарии»:

1. Блок 1 - «Вступление». В данный блок входит обозначение места будущего действия, название, ускоренные кадры в самолете и прибытие, аэропорт;
2. Блок 2 - «Гора Эльбрус». Прибытие на поляну Азау, подъем на Эльбрус, и спуск. В этой части фильма внимание сосредоточенно на ведущей он задает настроение, темп, динамику.
3. Блок 3 - «Балкарцы 1». На данном отрезке фильма автор знакомит зрителя с местными жителями, с их историей и дает краткую информацию о занятиях скотоводством. В блоке присутствуют синхроны с историком, а так же балкарские народные танцы;
4. Блок 4 - «Балкарцы 2». Рассказ о талантливом местном жителе, уникальном кузнеце Хамзате Бачиевом; прибытие к нему в кузницу; съемка рабочего процесса; небольшой экскурс его в кузнечное дело;
5. Блок 5 - «Завершающий». Посещение рынка, суверниры, и завершающий стенд-ап.

Следующий этап в работе над фильмом – расшифровка отснятого видеоматериала, что является длительным и кропотливым процессом. На основе расшифрованных и отсмотренных материалов был разработан монтажный план для последующего монтажа автором.

Компьютерные технологии при монтаже в XXI веке играют решающую роль, но, увы, во время монтажа автору пришлось сменить два компьютера, так как они не выдержали нагрузку и сломались. Первая часть монтажа осуществлялась в программе «Avid Liquid», из плюсов данной программы отметим следующее: удобный интерфейс; простота в работе с видео-исходниками, а именно обрезание и склеивание кадров; возможность наложения нескольких звуковых дорожек. Из минусов нами было замечено следующее: высокие минимальные требования к компьютеру для установки программы; торможение программы во время работы с видеоматериалом; большая нагрузка на процессор, из-за чего последовала поломка компьютера. После смены компьютера, нам пришлось установить другую программу для видеомонтажа: «Corel VideoStudio Pro X5». Как оказалось, программа менее требовательна к компьютеру, во время работы не возникает проблем. В этой программе мы и продолжили работу над фильмом о балкарцах и Эльбрусе.

В итоге у нас получился трэвел-продукт на стыке документального кино и телевизионной передачи. Композиция готового видео строится вокруг личности ведущего: журналист пошел туда-то, сделал то-то, а поэтому случилось следующее. Фильм наполнен разнообразными красочными пейзажами, портретными кадрами, фактографическими и историческими сведениями, разбавлен юмором, в нем присутствуют так же советы по путешествию в Приэльбрусье.

Таким образом, автор, она же ведущая, в своем фильме постаралась учесть результаты анализа теоретических исследований и эмпирического материала, который был произведен в процессе работы над исследовательской частью. Учитывались положения о толерантности, о структурообразующей роли автора, о тенденциях в тематических направлениях, о системе выразительных средств.

# Заключение

В данной магистерской работе «Образ ведущего, как структурообразующий элемент трэвел-фильма», мы рассмотрели функции ведущего в подобных программах.

Обратившись к истории вопроса, мы обнаружили, что уже в работах американского документалиста Роберта Флаэрти, снятых в начале ХХ века, ярко выражена позиция автора: в его фильме «Нанук с Севера» (1920) впервые был показан человек из малой этнической группы, показан с большой любовью, уважением. Все творчество Флаэрти пронизано позитивом, и вся художественная система его этнографических фильмов, таких как «Моана» (1926), «Человек из Арана» (1934) настроена на передачу авторского отношения к героям. В Советском Союзе в таком же ключе в первой половине ХХ века работал режиссер-путешественник Владимир Шнейдеров. Его знаменитое творческое кредо Три К «На красивой земле красивые люди красиво трудятся» в полной мере реализовано в его фильмах-путешествиях «По Самарканду» (1924), «По Узбекистану (1924),«Великий перелет» (1925), «Эль Йемен» (1930), в его серии кинолент «Путешествия по СССР (1946- 1959) и в сюжетах для созданного им в 1960 году телевизионного проекта «Клуба кинопутешествий», он же долгое время был ведущим этой передачи.

Долгие десятилетия эта передача была практически единственным «окном в мир». После перестройки, с открытием «железного занавеса» появилась возможность путешествовать по миру как и жителям бывшего СССР, так и работникам телевидения, создающим телевизионные треэвел проекты. За последние 10-20 лет создателями тревел-фильмов были освоены самые разнообразная тематические направления телевизионных путешествий: от способов рыбалки до кулинарных традиций, активно развивалась система выразительных экранных средств, демонстрировались различные способы организации и подачи материала ведущими передач.

На современном этапе мы отмечаем следующие тенденции в развитии телевизионного треэвел-контента:

1) современные трэвел-программы ориентируются на конкретную целевую аудиторию;

2) программы подобного типа сильно персонифицированы;

3) телевизионный трэвел-контент тесно связан с индустрией туризма;

4) глобализация влияет на рост теле- и кино- путешествий;

5) Телевизионный трэвел-контент в современном мире существует на стыке между документальным кино и разного рода телевизионными формами и форматами телепередач, таких как журнал, реалити-шоу, ток – шоу, рекламного ролика.

6) важнейшим элементом современных теле-продуктов о путешествии является толерантность.

Тема толерантности в трэвел-передачах является насущной темой в эпоху глобализации, поскольку кинопутешествия формируют определенный образ той или иной страны и влияют на формирование образа иноземцев, образа «чужого». И здесь важно подчеркнуть, что телевизионная трэвел-продукция формирует у аудитории определенное мнение за счет обобщений, оценок, которые дает ведущий, основываясь на собственных впечатлениях. Мы отмечали уже гуманистический посыл творчества Р.Флаэрти и В.Шнейдерова. Большинство ведущие современных передач демонстрируют нам примеры толерантного отношения к героям и стране в целом, это Анастасия Чернобровина в «Одна на планете», это Михаил Кожухов в разных циклах своих передач, Андрей Понкратов в «Человеке мира».. Занижен уровень толерантности, на наш взгляд, в передачах «Шнур вокруг Света» с Сергеем Шнуровым, «Мир наизнанку» с Дмитрием Комаровым.

Особенностью жанра кинопутешествия является персонифицированность. Образ ведущего в значительной мере определяет формат, стилистику, а также рейтинг программы. Кроме того, как правило, ведущий в кадре выступает в роли героя-путешественника, вокруг которого и строится вся композиция готового трэвел-продукта. Следовательно, создание образа ведущего является одним из основополагающих структурообразующим элементом всей трэвел-программы.

В результате исследования отечественных трэвел-программ нами были типологизированы несколько видов ведущих:

1) уже известная личность (шоу-мен, музыкант, актер) – Сергей Шнуров; Родригес.

2) географ, эколог, зоолог, натуралист, в общем, тот, кто профессионально разбирается в одной из областей, касающихся путешествий, например, Николай Дроздов в программе «В мире животных»; Тимофей Баженов, журналист и зоолог по образованию в программе Дикий мир»;

 3) профессиональный телеведущий, который уже широко известен аудитории – Дмитрий Захаров известный ведущий популярнейшей в свое время передачи «Взгляд»;

4) «Симулякр» - собирательный образ ведущего, например, Павел Любимцев;

5) новое лицо на медиа пространстве, не путешественник, но с развитым интеллектом и багажом знаний. Можно назвать выпускника факультета журналистики МГУ Андрея Понкратова,, который начинал в «Вокруг света», сейчас ведет передачу «Человек мира». До создания передачи «Мир наизнанку» Дмитрий Комаров не был популярным и известным, но уже являлся путешественником со стажем, и эта его компетентность и интеллигентность привлекли к нему определенную часть публики.

Появление легкой видеоаппаратуры, позволяющей синхронно фиксировать изображение и звук, позволило репортеру рассказывать о своем путешествии, непосредственно находясь «на месте события», то есть в той или иной точке земного шара. То есть ведущий в полной мере мог проявить себя в качестве структурообразующего стержня только на современном телевидении, благодаря внедрению упрощенной технологии синхронной записи изображения и звука. И сегодня зритель воспринимает информацию так или иначе именно благодаря ведущему, который является для зрителя своего рода гидом, знакомящим его с новыми местами, незнакомыми нравами, обычаями, людьми.

Следует также подчеркнуть, что несмотря на то, что трэвел-журналистика сейчас очень популярна, ей часто не хватает независимости. Дело в том, что спонсорами многих видеопутешествий являются турагентства, либо же они сами создают свои передачи о путешествиях. Поэтому современные трэвел-программы теряют былую познавательность и оригинальность, и все больше носят развлекательно-рекламный характер, и здесь тоже можно отметить важную роль ведущего, который своими манерами, поведением, речевыми особенностями, реакцией, интонациями создает яркий, запоминающийся образ, привнося в материал развлекательный элемент.

В заключении хочется сказать, что автор в работе над своим фильмом «Минги-Тау – Сердце Балкарии» ориентировался на то, чтобы как раз и создать свой образ как центральную фигуру композиционного построения. Ведущая задает веселое настроение фильму, вокруг нее выстраивается вся композиция. Ведущая подает историческую информацию, разбавляет ее юмористическими высказываниями, на себе испытывает многое из того, о чем рассказывается. Таким образом, автор, она же ведущая в своем фильме постаралась учесть результаты анализа теоретических исследований и эмпирического материала, который был произведен в процессе работы над исследовательской частью. Учитывались положения о толерантности, о структурообразующей роли автора, о тенденциях в тематических направлениях, о системе выразительных средств, все чему была посвящена теоретическая часть исследования.

# Список источников

## Книги, документы

* + - 1. Аникина М.Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению//СМИ в меняющейся России. - М., 2010.

Акинфиев С. Н. Жанровая структура Российского развлекательного телевидения : автореф. дис. канд. филол. наук. – М., 2008.

Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики: Учебное пособие. –Ростов н/Д: Март, 2006.

Бабкин А. В. Специальные виды туризма.– Ростов-на-Дону.: Феникс, 2008.

Беляев И.К. Введение в режиссуру// Курс для документалистов// Часть I. - М., 1998

Белянинов С.А. Документальный видеофильм: Этап становления. – М.; Искусство, 1982

1. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие. – СПб.: С.-Петерб.гос. ун-т, 2013.
2. Большой иллюстрированный словарь иностранных слов. М., 2002.
3. Бромлей Ю.В., Подольный Р.Г. Человечество – это народы. М.: Мысль, 1990.
4. Будяк Л.М, Караваев Д.Л. Страницы истории отечественного кино. – М.: Материк, 2006.
5. Вакурова Н.В, Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: Проспект, 1997.
6. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие// Е.Л. Вартанова. — М., 2003.
7. Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики: Учеб. пособие / Т.В. Васильева и др; под ред. С.Ю. Агапитовой и Е.П. Почкай . – СПб.: Специальная Литература, 2004.
8. Верещагин Е.М., Язык и культура, - М.: 1990.
9. Вознесенская И.Н. Звуковое решение фильма, - М.: Наука, 1984.
10. Герлингхауз Г. Кинодокументалисты в битвах нашего времени. –М.: Радуга, 1986.
11. Гинзбург С.С. Кинематография современной России. – М.: Аграф, 2007.
12. Горбатский В.И. Документальное кино XX века: Кино-операторы от А до Я. – М.: «Материк», 2005.
13. Гуревич П.С. Приключения имиджа - М., 1999.
14. Демина И.Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы// И.Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013.
15. Джулай Л. Н. Документальный иллюзион: Отечественный документализм – опыты социального творчества. – 2-е изд. доп. и перераб. — М.: Материк, 2005.
16. ДзигаВертов: Из наследия. Том 1. Драматургические опыты. - М.: Эйзенштейн-центр, 2004
17. Досуговая журналистика в России: Материалы Межвузовской научно-практической конференции// Под ред. Л. Р. Дускаевой, В.И. Шароградского. – СПб.: Астерион, 2009.
18. Дроздов Н.Н. Полет бумеранга. – М.: Мысль, 1979

Згуриди А. М. По следам диких животных. – М: Всесоюзное бюро пропаганды киноискусства, 1985.

Ильченко С.Н., Познин В.Ф., Почкай Е.П. Технология СМИ. Творческие профессии на ТВ и радио. – СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003.

История советского кино. 1917 – 1967. В 4-х томах. Т. 1. 1917 – 1931. –М.: «Искусство», 1969.

Кино: Энциклопедический словарь/Гл. ред. С. И. Юткевич; Редкол.: Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др.- М.: Сов. энциклопедия, 1987.

Константинова Е. Г. Научно-популярное телевидение: специфика функционирования и перспективы развития : автореф. канд. дис. –М., 2010.

Кочетков В.В. Психология межкультурных различий, М.: 2002.

1. Лапина И.Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения : дис. канд. филол. наук // И.Ю. Лапина. — М., 2005.

Леонтьева В.М. Объяснение в любви. Записки диктора, - М., 1996.

Мальковская И.А. Межкультурная коммуникация// Глобалистика: энциклопедия.- М.: ОАО Издательство «Радуга»,2003.

1. Межуев В.М. Культура в контексте модернизации и глобализации// Теоретическая культурология.- М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2005.
2. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодека — М., 1997.

Муратов С. А. Пристрастная камера: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Муратов С. А. ТВ – эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений. – М.: Логос, 2000.

Новый Большой англо-русский словарь в 3 томах / под ред. Ю. Д. Aпpeсяна, Э.М. Медникова,– М.: Дрофа, Русский язык, 2001. – 2496 с.

1. Панцерев К. А. Путевой очерк: эволюция и художественно-публицистические особенности жанра: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб.: С-Петерб. гос. ун-т,2004.
2. Познин В.Ф. Изобразительное и звуковое решение экранного произведения / Учебное пособие, СПб., 2015.
3. Прокофьева Н.И. Хождение за три моря Афанасия Никиина. – М.:Сов.Россия, 1980.
4. Рабигер М. Режиссурa документaльного кино и "Постпродaкшн"// Учебное пособие. - М., 1999.
5. Селянинова Е.В. Сценарий как первооснова телевизионного документального фильма, - Екб., 2006.
6. Семенов Л.С. Путешествие Афанасия Никитина. – Наука, 1980.
7. Станиславлева В.Н. Советский очерк о зарубежных странах в 50−70 годы. - М., 1979.
8. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.
9. Тромпенаарс Ф., Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса,- М.:Попурри, 2004.
10. *У*олцер  М. О терпимости. - М., 2000.
11. Фернхэм А.. Культурный шок. 1986.
12. Хофстеде Г. Организационная культура. М.: 2008.
13. Холл Э. Как понять иностранца без слов. М.: 2002.
14. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям, Научное образование – М.,2012.
15. Cocking B. Travel Journalism // Journalism Studies, 2009.
16. Hanusch F. The Dimensions of Travel Journalism / Journalism Studies, P.- 2010.
17. Wilson J. The Best American Travel Writing. — Boston: Houghton Mifflin Company, 2006.
18. Zinsser W. They Went: The Art and Craft of Travel Writing (The Writer's Craft). — Boston, Houghton Mifflin; First Printing edition, 1991.

## Статьи

1. Бичарова М.М. Идея толерантного отношения к «другому» как ценностный ориентир в современной английской и американской литературе// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение// Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2012. Т. 2, № 8.
2. Бичарова М. М. Типология «другого» и проблемы тождества и различия // «Каспийский регион: политика, экономика, культура» /АГУАГУ (Астраханский Государственный Университет). Астрахань – 2013. № 2.

Блохин И. Н. Толерантность как принцип журналистской деятельности / Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. 9,2008, вып. 3, ч. 1.

1. Грачева Е. Жизнь и кино Роберта Флаэрти // Сеанс №32, / Сеанс, – СПб. - 2011.

Добреньков, В.И. Правда о глобализации / В.И. Добреньков //Апрельские  чтения – 2004: материалы науч.-практ.конф «Глобализация России».- М.:Международный университет бизнеса и управления,2004.

Еремина Д.А. Тенденция к развлекательности современных массмедиа в контексте философской традиции / Д.А. Еремина // Вестник МГОУ. Серия Философские науки. — 2013.

Кино и наука. Научно-популярное кино. Вып. 4. Искусство., – М. - 1984.

1. Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Журнал «Политическая лингвистика». Екатеринбург, – 2006 – №20.
2. Нескоросный В. Бертон Холмс. Великий путешественник// Foto&Video №2. КАТМАТ, – М., 2007.
3. Познин В.Ф. Просветительское телевидение // Журналистика сферы досуга : уч.пособие под общей редакцией Л.Р.Дускаевой., Н.С. Цветовой., – СПб. - 2012.
4. Показаньева И. В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной тревел-журналистики // Научный журнал Байкальского государственного университета экономики и права/ вопросы теории и практики журналистики – 2014. – №5.
5. Показаньева И. В. Погоня за экзотикой на телеэкране, или трэвел-журналистика на практике // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. Науч.-практ. Конф. 17-19 апреля 2013 г./ отв. ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб. СПбГУ, 2013.
6. Показаньева И. В. Презентация образа этнического «другого» в современных трэвел-фильмах //В мире научных открытий / Социально-гуманитарные науки «ЛитераПринт», Красноярск № 1,3 – 2015.

Почкай Е. П. Категория «Другие» в этнографических экранных путешествиях // Век информации. Журналистика 21 века: культура понимания: материалы семинара форума «Дни философии в Петербурге-2014»/ СПб. – 2015

Почкай Е. П. Категория «Другие» в этнографических экранных путешествиях // Материалы семинара форума «Дни философии в Петербурге-2014». № 2(S2) / ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Век информации журналистика 21 века: культура понимания/ СПб. – 2015.

1. Почкай Е. П. Телевидение в адреналиновой упаковке или экстремальное на телеэкране // Медиа, демократия, рынок в современном обществе : материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. СПб, Астерион, 2011.

Почкай. Е. П. Варианты реальности в путешествиях на телеэкране // Познание стран мира: история, культура, достижения: сборник материалов 1У Международной научно-практической конференции /Под общ. ред. С. С. Чернова. Новосибирск: Изд. ЦРНС, 2014.

1. Почкай. Е.П. Потребительская тележурналистика.//Журналистика сферы досуга /Уч.пособие. /Под общей редакцией Л.Р.Дускаевой., Н.С. Цветовой. –СПб. 2012.
2. Редькина Т. Ю. Рекламные интенции в трэвел-медиатексте // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / под ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т. 2012.
3. Редькина Т. Ю. Трэвел-текст: просвещение, убеждение или развлечение? // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: материалы 50-й международной научной конференции. СПб. 2011.

Фрисова Д Флаэрти и его фильмы // Роберт Флаэрти. Статьи. Свидетельства/ Сост.Т. Г.Беляева / Мастера зарубежного киноискусства .Искусство, – М. 1980.

Austin E. All Expenses Paid: exploring the ethical swamp of travel writing // The Washington Monthly. 31(7/8). 1999.

1. Greenman J.F. Introduction to Travel Journalism.On the Road with Serious Intent. —New York, Peter Lang Publishing Inc., 2012.
2. Jansson A. Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience // European Journal of Communication. — 2002. — Vol. 17. — № 4.
3. Santos C.A. Perception and Interpretation of Leisure Travel Articles / Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal. Volume 26. Issue 4. USA: University of Illinois at Urbana-Champaign. 2004.
4. McDowell E. Jumping on America's hospitality bandwagon: Foreign students choose U.S. for studying tourism // The New York Times. 1998.

## Интернет источники

Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп. –2008. – №2 [электронный ресурс] URL: <http://mediascope.ru/node/230> (дата обращения: 14.01.2015).

Баладинский Н., Географические проекты Российского ТВ: кто есть кто и что есть что? Информационный портал. География.ru, [электронный ресурс], URL: <http://www.geografia.ru/npprogr.html> (дата обращения 03.01.2015).

«Вояж, Вояж». Официальный сайт тревел-программы./ Для туристических фирм. [электронный источник], URL: <http://v-v.narod.ru/pricevoyage.html> (дата обращения: 17.11.2014).

Ворончихина Е. ««Орел и Решка»: Коля и Регина рассказали о работе своей мечты и секретах шоу», [электронный ресурс], URL <http://ru.hellomagazine.com/kino-i-televidenie/teleshou/2605-vedushcie-orla-i-reshki-kolya-i-regina-o-rabote-mechty-i-sekretakh-shou.html> (дата обращения: 24.04.2014).

Гринстафф Л. «Реальное телевидение» и политика социального контроля, [электронный ресурс], URL: <http://culturca.narod.ru/Grin.htm> (дата обращения: 01.11.2014).

1. Демин Д. Владимир Адольфович Шнейдеров. Хоть на край земли, хоть за край, Журнал виртуальных путешествий. Вокруг Света, [электронный ресурс], URL: <http://vokrugsveta.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1240&Itemid=99&limit=1&limitstart=2>(дата обращения: 18.02.2015).

Захаров П.П., Кто ВЫ, Владимир Адольфович Шнейдеров?!., [электронный ресурс], URL: <http://www.mountain.ru/article/article_display1.php?article_id=6732> (дата обращения: 07.04.2015).

1. Ибарева Ж.Н. Киноиндустрия Южной Кореи // Библиотека Максима Мошкова. – 2008. – 28 августа/ [электронный ресурс] URL: [http://world.lib.ru/i/ibraewa\_z\_n/massowajak ulxtura.shtml](http://world.lib.ru/i/ibraewa_z_n/massowajakulxtura.shtml) (дата обращения: 01.03.2015).

Интервью Галины Мельниковой с Марией Желиховской, Официальный сайт Nikon. Раздел «Мир Nikon». [электронный ресурс], URL: <http://www.nikon.ru/ru_RU/local_content/AtService/05-travel.page> (дата обращения 24.12.2014).

1. Информационный портал Астраханский новости. «Завод рыбных консервов в Астрахани», [электронный ресурс], URL: http://astra-novosti.ru (дата обращения: 19.02.2015).

В «Непутевых заметках» расскажут о Мурманской области, Информационный сервер Хибины.com, [электронный ресурс], URL: <http://www.hibiny.com/news/archive/74427> (дата обращения 12.01.2015).

1. Капетский А. Тенденции развития русского дореволюционного кино, [электронный ресурс] URL: <http://www.goodcinema.ru/?q=node/708> (дата обращения: 12.01.2015).

Лекция Антона Мазурова о творчестве Гуалтьеро Якопетти,// Социальная сеть «В контакте», [электронный источник], URL: <http://qps.ru/WeLt2> (дата обращения: 19.03.2015).

1. Липилин В. Рейтинг благоговения перед жизнью. / Информационно-аналитический проект «Однако».Интервью с Тимофеем Баженовым, [электронный ресурс]URL: <http://www.odnako.org/magazine/material/reyting-blagogoveniya-pered-zhiznyu/> (дата обращения: 04.03.2015).

Официальная страничка Орел и Решка в соц.сети Facebook, [электронный ресурс], URL: <https://ru-ru.facebook.com/OrelReshka> (дата обращения: 05.04.2015).

Официальный блог Григория Кубатьяна «Жизнь в дороге», [электронный ресурс] URL: <http://kubatyan.blogspot.ru/> (дата обращения: 17.12.2014).

Официальный сайт 1 канала. Реалити-шоу «Последний Герой, [электронный ресурс], URL: <http://www.1tv.ru/hero/>(дата обращения:15.01.2015).

Официальный сайт 1 канала. Клуб кинопутешественников. Архив. Рублика «телепроекты», [электронный ресурс] URL: [http://www.1tv.ru/projects/si=22](http://www.1tv.ru/projects/si%3D22) (дата обращения 12.01.2015).

Официальный сайт. Путевые советы, [электронный ресурс], URL: <http://putevie.ru/show/> (дата обращения 07.02.2015).

Плынов. Д. Интервью с автором и ведущим телепередачи «Непутёвые заметки». Общественное информационное агентство Афиша «ПроАртИнфо», [электронный ресурс], URL: <http://proartinfo.ru/article/intervyu-s-avtorom-i-vedushchim-teleperedachi-neputevye-zametki-dmitriem-krylovym> (дата обращения: 30.03.2015).

1. Показаньева И.В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике // Universum: Филология и искусствоведение: электрон.научн. журн. – 2014. – № 8 (10), [электронный ресурс] URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1529> (дата обращения: 16.04.2015).

Показаньева И.В. Проблемное поле тревел-журналистики как явление современного медиапространства // Медиаскоп – 2013. – №3, [электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/1385> (дата обращения: 15.02.2015).

Показаньева И.В. Роль треш-стетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп – 2009. – №1, [электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/280> (дата обращения: 14.12.2014).

1. Сатова Е. Мне бы такую работу: интервью с соавтором и ведущим программы «Орел и Решка» Евгением Синельниковым, Информационный портал, [электронный ресурс], URL: <http://bit.ua/2014/11/orel-i-reshka/> (дата обращения: 16.01.2015).
2. Сборник фактов о телевидении «Телеконтекст», [электронный ресурс] URL: <http://xn--e1aaatbcqh4abgd.xn--p1aadc.xn--p1ai/products/item202.php> (дата обращения: 15.01.2015).

Туристический путеводитель. [электронный ресурс], URL: <http://www.tripadvisors.narod.ru/teleputeshestviya.html> (дата обращения: 24.02.2015).

Шилина М. Г.. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций. // Медиаскоп. – 2009. – №3, [электронный ресурс] URL: <http://mediascope.ru/node/404> (дата обращения: 19.03.2015).

Экстремальный туризм. Свободная интернет энциклопедия Википедия. [электронный ресурс], URL: <http://qps.ru/Oe913> (дата обращения: 04.02.2015).

1. Электронный мемориал «Помним про», [электронный ресурс] URL:http://pomnipro.ru/memorypage57603/biography (дата обращения: 26.02.2015).
2. Энциклопедия Кругосвет, [электронный ресурс] URL: <http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/teatr_i_kino/DOKUMENTALNOE_KINO.html> (дата обращения: 17.03.2015).

## Видеоматериалы

1. «30 дней по России»//Моя планета, Вилле Хаапсало, 2010.
2. «Без тормозов», Михаил Тормозов, 2010.
3. «Бешнл Джеографик», Тимур Родригес, 2007.
4. «В диких условиях», Пэнн Ш. 2007.
5. «Вокруг света», Андрей Панкратов, Михаил Кожухов, 2000, 2012.
6. «В поисках приключений», серии 1,3,15,20-25, Михаил Кожухов, 2010.
7. «Выжить любой ценой», Беар Гриалс. 2011.
8. «Далеко и ещё дальше. Индонезия» с Дмитрием Комаровым. 2010.
9. «Дикий мир. Экспедиция с Тимофеем Баженовым. Время реки». 2015.
10. «Дикий мир. Экспедиция с Тимофеем Баженовым. Двадцать девятый леопард». 2015.
11. «Дикий мир. Экспедиция с Тимофеем Баженовым. Хищное небо». 2015.
12. «За кадром», Марк Подрабеняк, 2014.
13. «Их нравы»,серии 1-15, Дмитрий Захаров, 2003.
14. «Магия приключений», серии 1-10, Сергей Ястржембский, 2011.
15. «Мир наизнанку», сезон 1 «Камбожда». Дмитрий Комаров. 2010.
16. «Мир наизнанку», сезон 2 «Индия». Дмитрий Комаров.2010.
17. «Мир наизнанку», сезон 5 «Индонезия». Дмитрий Комаров.2014.
18. «Мировой рынок», 5 сезон, Александр Пряников, 2014.
19. «Непутевые заметки. Горнолыжные курорты Красной поляны». 2015.
20. «Непутевые заметки. Кения далекая и прекрасная» 2014.
21. «Непутевые заметки. Монастырь Монсеррат» 2015.
22. «Одна на планете. Япония», 2013.
23. «Одноэтажная Америка», 2012.
24. «Орел и Решка», 10 сезон, Индия.2015.
25. «Орел и Решка», 2 сезон, 17 серия, А.Бедняков, Ж.Бадоева.2011.
26. «Орел и Решка», 3 сезон, 4 серия ,А.Бедняков, Л.Никитюк.2012.
27. «Орел и Решка», 4 сезон, 8 серия, А.Бедняков,А.Короткая.2012.
28. «Орел и Решка», 6 сезон, 2 серия, , А.Бедняков,А.Короткая .2013.
29. «Орел и решка. СССР», 7 сезон, 1,5,8,18,19 серии, А.Бедняков, А.Короткая. 2013.
30. «Охотники за адреналином», 1-20 серии, Валерий Розов, 2007.
31. «Планета вкусов», серии 1-3, Антон зайцев, 2012.
32. «Последний герой». (Первый канал).2001.
33. «Путешествия натуралиста», Марина Голуб, 2007.
34. «Танцующая планета», Александр Пухов, 2012.
35. «Шнур Вокруг Света». 2013.
36. «Шокирующая Африка». Кастильони А., Кастильони А., Кастильони Г.Г. 1982.
37. Вертов Д. «Три песни о Ленине», 1934.
38. Вертов Д. «Колыбельная», 1937
39. Серф. К. «Коронация Николая II»// хроникальная съёмка.
40. Флаэрти Р. «Луизианская История». 1948.
41. Флаэрти Р. «Моана». 1926.
42. Флаэрти Р. «Нанук с Севера». 1920.
43. Флаэрти Р. «Человек из Арана». 1934.
44. Шнейдеров В.А. . «По Самарканду» 1924.
45. Шнейдеров В.А «По Узбекистану». 1924.
46. Шнейдеров В.А «Гайчи». 1938.
47. Шнейдеров В.А «Два океана». 1933.
48. Шнейдеров В.А «Джульбарс». 1936.
49. Шнейдеров В.А «Золотое озеро». 1934.
50. Шнейдеров В.А «Клуб кинопутешественников». 1950.
51. Шнейдеров В.А «На высоте 4500». 1931.
52. Шнейдеров В.А «Путешествия по СССР». 1946-1959.
53. Шнейдеров В.А «Ущелье Аламасов». 1937.
54. Шнейдеров В.А «Эль Йемен». 1930.
55. Шнейдеров В.А. «Великий перелёт». 1925.

## Приложение 1.

## Сценарий фильма «Минги-Тау – Сердце Балкарии»

«Лучше гор могут быть только горы,
На которых еще не бывал» Высоцкий

|  |  |
| --- | --- |
| **Видео** | **Звук** |
| **БЛОК 1** **1 Кадр Эльбрус в облаках, название**Кадры Эльбруса, туристов. |  |
| Стенд ап | Вот мы и прибыли на Эльбрус, погода солнечная, кругом лыжники и сноубордисты, осталось взять экипировку и можно подниматься на гору. |
| Кадры туристов ,  | Музыка + ЗК Здесь можно встретить туристов из разных стран, как зимой, так и летом! И каждый стремится подняться на Эльбрус! кстати, цены на подъемники для туристов почти в 10 раз выше, чем для местных жителей, только тсс, никому не говорите. |
| Проходка в прокат снаряжения,Стенд апПроходка, надеваю шапку, кадры сноубордов, вышла с бордом.Проходка до канаток, сажусь в кабину. | ботинки надеты, осталось взять борд и можно подниматься на гору.музыка |
| Поднимаемся, кадры ущелий  |  ЗК Чистейший воздух, умиротворенная природа, горы невероятной красоты и в то же время устрашающие своим величием. Эльбрусский район в долине Баксанского ущелья – уникальный и живописных уголков России. Здесь находится самая высокая точка Европы, Местные жители – балкарцы – ее называют Минги Тау, нам же она известна, как гора Эльбрус.  |
| Кадры Эльбруса | ЗК Для того, преодолеть высоту более 3800 метров, мы поднимались на двух канатных дорогах, а дальше можно отправиться на буране, ратраке …или пешком, если вы слишком отчаянные. Мы выбрали бураны.  |
| Кадры подъема на буране |  |
| Кадры туристов на верхушке горы | музыка |
| Стенд ап | Сейчас мы находимся на одной из самых высоких точек Эльбруса, ее высота составляет 4500метров |
| ОТБИВКА  |
| Под музыку кадры гор, туристов. | ЗК Когда мы поднялись первый раз на Эльбрус, оказывается, я забыла сноуборд внизу у канаток, поэтому, второй подъем мы совершаем уже с доской, на этой необычной машине, на гусеничном ходу, которая называется - ратрак.  |
| Кадры подъема на Эльбрус на ратраке, селфи, ратрак сверху, изнутриКадры спортсменов, поднимающихся на гору | МузыкаЗК Первым, кто покорил западную вершину Эльбруса, оказался балкарский пастух и охотник Ахия Соттаев. На двуглавом вулкане он побывал девять раз: последнее восхождение совершил на сто двадцать первом году жизни! С тех давних пор на Эльбрус взошли многие: это популярная вершина, среди альпинистов и горнолыжных спортсменов не только в России, но и в мире. |
| Эльбрус, стойка на борде | ЗК Поднимаясь второй раз мы не забыли сноуборд! И нам, кажется пора спускаться. |
| Кадры спуска на сноуборде с экшн-камеры  | МузыкаЗвук перемотки пленкиЗК Если вы думаете, что это я так катаюсь – вы очень заблуждаетесь, мои передвижения на доске выглядели вот так. |
| Кадры нарезки из падений ведущей на сноуборде. | МузыкаЗК Как оказалось, что для таких склонов нужны навыки в сноубординге более прокаченные, чем мои. |
| ОТБИВКА |
| **БЛОК 2 местные жители**Кадры Приэльбрусья, пейзажи,+ кадры спуска с горы на канатке. | ЗК у подножия горы Минги Тау, или Эльбруса, расположились селения Балкарцев. Это тюркоязычный народ, населяющий ущелья и предгорья Центрального Кавказа. Говорят местные жители на [карачаево-балкарском языке](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%B5%D0%B2%D0%BE-%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA).  Чтобы узнать побольше о балкарцах, мы посетили исследователя истории народа - Махти Джуртубаева |
| синхрон | не все может быть знают, что карач.ибалкарцы – один и тот же народ живущий по обе стороны эльбруса. Балкарцы на восток, карачаевцы на западе. Примерно 3 пятых живет в карачае 2 пятых в балкарии. Вопрос о происхождении балкарско-карачаевского народа долгое время считался историей сложным трудно проясняемым .склейка с +00.56 когда местные, свои ученые начали заниматься этой проблемой выяснилось совершенно другое \*перечисляет племена\*, что это и есть предки тюркских народов. Склейка с существует несколько сот неопровержимых данных, ктр указывают на то, что предками качрач-балк народа были западные племена скифов-аланов |
| Иллюстрации Аланов | ЗК Аланы - это [ираноязычные](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B8) кочевые племена [скифо](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%B8%D1%84%D1%8B)-[сарматского](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D1%8B) происхождения, в письменных источниках упоминаются с [I века](https://ru.wikipedia.org/wiki/I_%D0%B2%D0%B5%D0%BA) н. э., Прародиной тюркских народов были предстепи восточной Европы от полосы лесов на севере до Кавказского хребта. После демографического взрыва часть пратюрков ушла через волгу с сторону средней Азии, другая часть добралась аж до японских островов, а та часть, которая отправилась на Северный Кавказ, предположительно, и есть предки современных карачаево-балкарцев |
| Танцор LIVE | ЗК Сохранению культуры предков, способствуют занятия народным творчеством. Балкарская лезгинка раскрывает всю мощь и стать кавказского темперамента. Народным танцам детей обучают с детства, и такие уроки пользуются популярностью. Ведь, ни одно торжество здесь не обходится без танцев. |
| ОТБИВКА |
| Кадры с барашками, коровы, пастух. | ЗК Балкарцы с древнейших времен занимались и занимаются скотоводством. На лето овец, барашек и коров выгоняют на пастбища - жайлыкь. Продукция этой отрасли хозяйства одевала, кормила и обувала народ , она же шла на общекавказские рынки, ее обменивали на все необходимые товары: ткани, посуду, соль. |
| Пейзажи, дом, проходка: заходим к Хамзату | ЗК Помимо сельскохозяйственного труда, здесь встречаются люди творческих профессий. Хамзат бачиев – кузнец известный на всю Кабардино-балкарию, а его изделия хранятся в музеях по всей России.  |
| Кадры его мастерской, фотографии, на стенах, его изделий. |  |
| СИНХРОН | Сейчас я делаю балкарский бичак. По –русски – нож, такой бичак нашли при раскопках, и форма его не меняется по сей день. Изготавливается он из многих слоев стали, всего в нем 891 слой. |
| кадры издеелий, и как он трудитсяСИНХРОН | Если же человек порезался сильно этим ножом, считалось, что у него плохая аура, и такой нож больше не использовали. Я когда делаю свои изделия, переношусь в другой мир. Работа эта тяжелая, там горячо, телу, а душе… Нормально. |
| ОТБИВКА |
| Кадры воды, реки, крупно, общие  | ЗК «Путник, остановись и поклонись. Если ты молод, вода даст тебе силу. Если ты пожилой, вода даст тебе здоровье. Женщинам она придаст красоты и любви» - эти слова были выбиты на столбе возле источника целебной воды, как гласит одна кавказская притча. На нем же висел кувшин, чтобы каждый мог удостовериться. Мы, конечно, без кувшина, но тоже решили посетить источник.  |
| Стенд ап | Это и есть тот самый нарзан, минеральная вода из подземных источников, но судя по всему, она не такая, какой мы привыкли видеть ее на прилавках. (набираем воду). На вкус весьма своеобразно… Зато полезно! |
| ПЕЙЗАЖИ, горы, реки. |  |
| ПроходкаУскоренно кадры рынкаБалкарка вручает мне пакет, обнимает. | ЗК Перед отъездом, как любой порядочный турист, я посетила местный рынок, чтобы накупить всякой всячины и сувениров на память. А на рынке мне подарили теплые шерстяные носочки и горный чай! Вот что значит кавказское гостеприимство!  |
| ОТБИВКА |
| стенд ап + проходка  | В народе говорят, если уезжая заберешь с собой камень – обязательно вернешься. |
| Кадры гор, Эльбруса | Музыка (Аланская народная) |
| Последний кадр – гора и уходящее солнце. | музыка |

1. Прокофьева Н. И. Хождение за три моря Афанасия Никитина М.: Сов. Россия, 1980, С.35-37. [↑](#footnote-ref-1)
2. Семенов Л. С. Путешествие Афанасия Никитина.— М.: Наука, 1980. [↑](#footnote-ref-2)
3. Станиславлева В.Н. Советский очерк о зарубежных странах в 50−70 годы. - М., 1979. [↑](#footnote-ref-3)
4. Hanusch F. The Dimensions of Travel Journalism / Journalism Studies. 11:1, P.- 2010 , 68−82. [↑](#footnote-ref-4)
5. Братья Люмьер// История Мировой кинематографа// http://www.nradatvr.kiev.ua/i01/. [↑](#footnote-ref-5)
6. Вознесенская И.Н. Звуковое решение фильма, - М.: Наука, 1984, С.41-46. [↑](#footnote-ref-6)
7. Пажитнова Л.И. Кадр… и вся жизнь. – М: Киноцентр, 1988. С. 116-117. [↑](#footnote-ref-7)
8. См. «Коронация Николая II»// хроникальная съёмка Камилла Серфа. [↑](#footnote-ref-8)
9. История зарубежного кинематографа// http://istoriya-kino.ru/. [↑](#footnote-ref-9)
10. См. Фильм Дзиги Вертова «Три песни о Ленине», 1934. [↑](#footnote-ref-10)
11. ###  См. [Фильм Дзиги Вертова "Колыбельная", 1937](https://vk.com/video-10352536_170809364?list=c86c49e231820ace33).

 [↑](#footnote-ref-11)
12. Фильм Роберта Флаэрти «Человек из Арана», 1934. [↑](#footnote-ref-12)
13. Эйзенштейн С. М Рецензия на фильм С. И. Юткевича Освобожденная Франция, Советское искусство, 19 апреля 1945. [↑](#footnote-ref-13)
14. Документальное кино // <http://www.krugosvet.ru/>. [↑](#footnote-ref-14)
15. Кино: Энциклопедический словарь/Гл. ред. С. И. Юткевич; Редкол.: Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др.- М.: Сов. энциклопедия, 1987. С. 640. [↑](#footnote-ref-15)
16. Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики //Журналистская практика, СПб. -2014. [↑](#footnote-ref-16)
17. Лапина И.Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения : дис. канд. филол. наук// И.Ю. Лапина. — М., 2005. [↑](#footnote-ref-17)
18. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодека — М., 1997. [↑](#footnote-ref-18)
19. Константинова Е.Г. Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления // Медиаскоп. — 2009. —№ 1. [↑](#footnote-ref-19)
20. Путевые советы// allinfo24.ru// URL: http://allinfo24.ru/company/oooturisticheskoeagentstvo-putevye-sovety\_id1101487.html. [↑](#footnote-ref-20)
21. Для туристических фирм// URL: http://v-v.narod.ru/pricevoyage.html. [↑](#footnote-ref-21)
22. Демина И.Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И.Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 172–181. [↑](#footnote-ref-22)
23. Аникина М.Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению / М.Е. Аникина // СМИ в меняющейся России / под ред. Е.Л. Ватановой. — М., 2010. [↑](#footnote-ref-23)
24. Одноэтажная Америка // Litblog.ru: книжные новинки и рецензии на книги. — 2008. — URL:http://www.litblog.ru/odnoetazhnaya-amerika/. [↑](#footnote-ref-24)
25. Имеется в виду покорение Сибири Ермаком в XVI веке. [↑](#footnote-ref-25)
26. Жизнь в Аватаре //На Первом канале выходит цикл «Семь великих русских путешественников» // Российская газета. — 2014. — URL: http://www.rg.ru/2014/07/03/puteshestvenniki.html. [↑](#footnote-ref-26)
27. Cocking B. Travel Journalism / Journalism Studies. 10:1. 2009. P. 54−68. [↑](#footnote-ref-27)
28. Добреньков, В.И. Правда о глобализации / В.И. Добреньков //Апрельские  чтения – 2004: материалы науч.-практ.конф «Глобализация России».- М.:Международный университет бизнеса и управления,2004.- Ч.1. [↑](#footnote-ref-28)
29. McDowell E. Jumping on America's hospitality bandwagon: Foreign students choose U.S. for studying tourism // The New York Times. 1998. May, 6. P. 1. [↑](#footnote-ref-29)
30. Межуев В.М. Культура в контексте модернизации и глобализации / В.М.Межуев// Теоретическая культурология.- М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, РИК 2005. С.317. [↑](#footnote-ref-30)
31. Мальковская И.А. Межкультурная коммуникация / И.А. Мальковская// Глобалистика: энциклопедия.- М.: ОАО Издательство «Радуга»,2003.С.579. [↑](#footnote-ref-31)
32. Тромпенаарс Ф., Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса,- М.:Попурри, 2004. С. 29. [↑](#footnote-ref-32)
33. Верещагин Е.М., Язык и культура, - М.: 1990. С.89. [↑](#footnote-ref-33)
34. [↑](#footnote-ref-34)
35. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М., 2000.С.7. [↑](#footnote-ref-35)
36. ,42 Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М., 2000. С.19. [↑](#footnote-ref-36)
37. Редькина Т.Ю. Трэвел-медиатекст: способы и приемы речепорождения// спецкурс, ВШЖиМК, СПб. -2013. [↑](#footnote-ref-37)
38. Пронин А.А.Материалы лекции,.СПб., 2014. [↑](#footnote-ref-38)
39. Фернхэм А.. Культурный шок. - М.,1986.С.127. [↑](#footnote-ref-39)
40. Хофстеде Г. Организационная культура. - М., 2008. С.103-105. [↑](#footnote-ref-40)
41. Холл Э. Как понять иностранца без слов. - М., 2002. [↑](#footnote-ref-41)
42. Santos C.A. Perception and Interpretation of Leisure Travel Articles / Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal. Volume 26. Issue 4. USA: University of Illinois at Urbana-Champaign. 2004. [↑](#footnote-ref-42)
43. Показаньева И.В. Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики //Журналистская практика, СПб. -2014. [↑](#footnote-ref-43)
44. Еремина Д.А. Тенденция к развлекательности современных массмедиа в контексте философской традиции / Д.А. Еремина // Вестник МГОУ. Серия Философские науки. — 2013. — № 4. С. 7–43. [↑](#footnote-ref-44)
45. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие / Е.Л. Вартанова. — М., 2003. С.28-29. [↑](#footnote-ref-45)
46. Большой иллюстрированный словарь иностранных слов. М., 2002. С. 788 [↑](#footnote-ref-46)
47. [↑](#footnote-ref-47)
48. 48, Гусейнов А.А. Толерантность и диалог культур//Диалог культур и партнерство цивилизаций: IX Международные Лихачевские научные чтения, 14-15 мая 2009 г., Изд-во СПбГУП, СПб. – 2009. [↑](#footnote-ref-48)
49. *У*олцер  М. О терпимости. - М., 2000. С. 24–25 . [↑](#footnote-ref-49)
50. Бичарова М.М. Идея толерантного отношения к «другому» как ценностный ориентир в современной английской и американской литературе // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2012. Т. 2, № 8. С. 30–38.  [↑](#footnote-ref-50)
51. #  Показантьева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства// Медиаскоп, выпуск №3, М. - 2013

 [↑](#footnote-ref-51)
52. Илья Кривицкий Последний герой забытые в раю// Комсомольская Правда 29 Сентября 2008. [↑](#footnote-ref-52)
53. Николай Баладинский Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? – URL: http://www.geografia.ru/npprogr.html [↑](#footnote-ref-53)
54. Программа «В поисках приключений» с Михаилом Кожуховым. [↑](#footnote-ref-54)
55. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям, Научное образование – М.,2012. [↑](#footnote-ref-55)
56. Гуревич П.С. Приключения имиджа - М., 1999. [↑](#footnote-ref-56)
57. Леонтьева В.М. Объяснение в любви. Записки диктора, - М., 1996. [↑](#footnote-ref-57)
58. Шепель В.М. Имиджелогия, Как нравиться людям, Научное образование – М.,2012. [↑](#footnote-ref-58)
59. [Симулякры и симуляция](https://en.wikipedia.org/wiki/Simulacra_and_Simulation) // Simulacres et simulation  (фр.) ([1981](https://ru.wikipedia.org/wiki/1981)), [рус.перевод., М.- 2011](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml). [↑](#footnote-ref-59)
60. Программа «Орел и решка» // URL: http://orel-i-reshka.friday.ru/ [↑](#footnote-ref-60)
61. Результаты исследований аудитории СМИ// URL: http://www.tns-global.ru. [↑](#footnote-ref-61)
62. Николай Баладинский Географические проекты российского ТВ: кто есть кто и что есть что? – URL: http://www.geografia.ru/npprogr.html [↑](#footnote-ref-62)
63. Непутевые заметки// URL: http://www.telezri.ru/1tv/putevie/ [↑](#footnote-ref-63)
64. «Мир наизнанку» с Дмитрием Комаровым. [↑](#footnote-ref-64)
65. «Мир наизнанку» с Дмитрием Комаровым. [↑](#footnote-ref-65)
66. «Мир наизнанку» с Дмитрием Комаровым. [↑](#footnote-ref-66)
67. ##  С.Г. Покровский Начало//История «Клуба кинопутешествий» глазами одного из его создателей. 2009// http://planetguide.ru/

 [↑](#footnote-ref-67)
68. Почкай Е. П. Категория «Другие» в этнографических экранных путешествиях // Век информации. Журналистика 21 века: культура понимания: материалы семинара форума «Дни философии в Петербурге-2014»/ СПб. – 2015 [↑](#footnote-ref-68)
69. Илья Малахов Культуре – мат//Культура//Новые известия, 23 июня 2006. [↑](#footnote-ref-69)
70. Программа «Шнур Вокруг Света», выпуск «Гонконг», 2011. [↑](#footnote-ref-70)
71. А.Чернобровина «Одна на планете», выпуск «Япония», 2013. [↑](#footnote-ref-71)
72. Беляев И.К. Введение в режиссуру// Курс для документалистов//Часть I. - М., 1998. С.54. [↑](#footnote-ref-72)
73. Показаньева И. В. Погоня за экзотикой на телеэкране, или трэвел-журналистика на практике// Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения.СПб., 2013. С. 101. [↑](#footnote-ref-73)
74. Показантьева И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства// Медиаскоп, выпуск №3, М. - 2013 [↑](#footnote-ref-74)
75. Альперина С. В круге Светы // http://www.rg.ru/printable/2006/09/21/sorokina.html. [↑](#footnote-ref-75)
76. Беляев И.К. Введение в режиссуру/ Курс для документалистов/ Часть I, - М., 1998. С.47. [↑](#footnote-ref-76)
77. Рабигер М. Режиссурa документaльного кино и "Постпродaкшн"// Учебное пособие. - М., 1999. [↑](#footnote-ref-77)
78. Познин В.Ф. Изобразительное и звуковое решение экранного произведения/ Учебное пособие, СПб, 2015. С.41-42. [↑](#footnote-ref-78)
79. Рабигер М. Режиссурa документaльного кино и "Постпродaкшн"// Учебное пособие. - М., 1999. [↑](#footnote-ref-79)
80. Рабигер М. Режиссурa документaльного кино и "Постпродaкшн"// Учебное пособие. - М., 1999. С.67-69. [↑](#footnote-ref-80)
81. Рабигер М. Режиссурa документaльного кино и "Постпродaкшн"// Учебное пособие. - М., 1999. С.67-69. [↑](#footnote-ref-81)
82. Познин В.Ф. Изобразительное и звуковое решение экранного произведения/ Учебное пособие, СПб, 2015. С.16-17. [↑](#footnote-ref-82)
83. Познин В.Ф. Изобразительное и звуковое решение экранного произведения/ Учебное пособие, СПб, 2015. С. 21. [↑](#footnote-ref-83)
84. Селянинова Е.В. Сценарий как первооснова телевизионного документального фильма, - Екб., 2006. С. 37. [↑](#footnote-ref-84)