

**УДК 008****Эволюция трэвел-журналистики на российском телевидении****Хромова Анна Андреевна**

Студент,  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации,  
119571, Российская Федерация, Москва, пр. Вернадского, 82;  
e-mail: khromushka@mail.ru

**Аннотация**

В исследовании автор рассматривает этапы становления нового жанра в журналистике – трэвел-журналистики как актуального в современном в информационном обществе направлении развития СМИ. Автор основной акцент в работе делает на периодизацию развития нового направления в журналистике в контексте развития телевидения. В условиях цифровизации журналистики именно вопрос российского туризма стал наиболее активно транслироваться на телеканалах. Автор показал особенности развития трэвел-журналистики на каждом этапе, а также различные формы и виды программ, которые транслируют вопросы развития туризма. Автор в исследовании показал, что современный маркетинг напрямую связан с технологиями продвижения туристских услуг через телевидение. Именно трэвел-журналистика становится популярным жанром и направлением развития в сети Интернет. В исследовании приводятся основания и подтверждения того, что продвижение услуг туризма через трэвел-блоги на современном этапе усиливается через контакт с целевой аудиторией сквозь контакт с телезрителями. Продвижение туризма – это процесс по обеспечению вовлечения зрителя в трэвел-каналы. На основе сравнительного анализа эволюции трэвел-журналистики были представлены направления развития программ на телевидении.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Хромова А.А. Эволюция трэвел-журналистики на российском телевидении // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 4А. С. 31-36.

**Ключевые слова**

Маркетинг, туризм, бизнес, продукт, потребитель, телепрограмма, телеведущий.

---

## Введение

Современное телевидение является мощным инструментом и каналом продвижения товаров и услуг. Туризм является одной из самых популярных услуг, которая транслируется в разных каналах СМИ. Истоки исследования туризма в качестве особого предмета науки связаны с процессами глобализации. Человек во все времена стремился исследовать и освоить новые места и территории, а развитие телевидения ускорило данный процесс. Именно через телевидение туризм позволяет познакомить человека с новыми культурными системами, получением знаний, развития отдельного кластера экономики. В условиях цифровизации общества и ускоренного процесса интеграции туризм становится актуальным направлением развития экономики. Туризм – не только важный кластер экономики, истоки которого уходят в XX столетие. Современные информационные сдвиги в условиях глобализации происходят во многом благодаря новым технологическим возможностям, доступность цен на систему экскурсионных программ выводят туризм в разряд новой формы массового развлечения общества. Растет доступность туризма для потребителя, а также туризм становится особым направлением развития досуга и культуры, а высокий спрос на услуги туристических компаний привлекают миллионы мигрантов, беженцев, туристов, что подтверждается материалом в СМИ. Исходя из этого, на рубеже столетий туризм выступает в качестве важнейшего сектора экономики, при помощи которого ВВП увеличивается от 4% до 6,5 % в мире с 1980 г. До пандемии (2020 г.) количество туристов в мире превысило 1.5 млрд. человек, а к 2030 г. поток туристов превысит 1,9 млрд человек. Бесспорно, это явление в мировой экономике не может не найти отражения в СМИ. Эти процессы во многом детерминировали становление нового направления в журналистике – трэвел-журналистики [Показаньева, www].

## Основная часть

Трэвел-журналистика в концепции А.Н. Мирошника рассматривается в форме нового вектора журналистики, основная задача которой сводится к трансляции информации о путешествиях, туризме в целом. Трэвел-журналистика – сравнительно новое направление в науке. В концепции И.В. Смирнова подчеркивается актуальность трэвел-журналистики, поскольку она влияет на национальную самоидентификацию людей, позволяет изменять информацию под вкус клиента и читателя. Исследователь отмечает тот факт, что современная информация о туризме активно используется PR-агентствами и редакторами телепередач для воздействия на мировоззрение зрителя и читателя. В науке нет однозначного подхода к выделению трэвел-журналистики в качестве раздела науки, большинство экспертов относят данное направление к блогингу. На практике наблюдается сдвиг фокуса масс-медиа с хард-нюс на софт-нюс. В рамках поликультурного подхода эксперты рассматривают трэвел-журналистику в качестве научного кластера. Действительно, сегодня популяризация трэвел-журналистики обусловлена процессами конвергенции СМИ и экспансии инфотейнмента на телевидении – смеси информации и развлечения – как важнейшего тренда развития СМИ.

## Результаты исследования

В исследовании была проанализирована периодизация трэвел-журналистики через эволюцию телевидения. Истоки зарождения направления трэвел-журналистики в России уходят

корнями в 1960-е; именно в этот период появились первые телепередачи «Альманах кинопутешествий» и «Клуб кинопутешествий». Важно подчеркнуть, что данные передачи носили не сугубо научный характер, а транслировали, впервые в период оттепели, материал развлекательного жанра. В 1970-х гг. на центральном телеканале появились программы о туризме, которые раскрывали научные материалы по географии. Уже в этот период страноведение стало одним из направлений в СМИ, что заложило основы трэвел-журналистики [Афанасьева, Лаптева, Налейкин, 2022, 16]. Современные программы о путешествиях содержат образовательный компонент, документальность, элементы шоу, сериала, рекламного ролика. В данных позициях эксперты выделяют 3 этапа эволюции трэвел-журналистики:

- 1 этап (1950-1980 гг.),
- 2 этап (конец 1980-2000 гг.),
- 3 этап связан с путешествиями (2000-2020 гг.).

Анализ каждого из периодов эволюции трэвел-журналистики позволил выявить специфику становления нового направления в науке. Например, в период оттепели в 1960 стали на центральном канале транслировать телепередачи по туризму. В 1965 г. в СССР впервые был создан специальный канал, который выпускал программы для студентов и детей, а также культурно-просветительные, позволяющие расширить кругозор. Так, 18 марта 1960 года появилась первая телепередача «Клуб кинопутешествий», которую вел более 30 лет Владимир Шнейдеров. В 1995 г. программа стала называться «Клуб путешественников». С 1973 г. программа стала популярной благодаря знаменитому путешественнику Юрию Сенкевичу, который транслировал информацию о самых отдаленных уголках Земли. Фактически на всех континентах велись научные исследования. Впервые были приглашены ученые с мировым именем Жак Ив Кусто, Карло Маури, Федор Конюхов, Владимир Чуков. Телепередача выпускалась до 2003 г. [Кривцов, 2017, 35].

На втором этапе с 1980 по 2000 гг. стали выпускаться программы телевизионного вещания и научно-популярных передач. В постсоветский период децентрализация СМИ, появление коммерческих телеканалов детерминировало рекламу трэвел-программ. В 1991 г. на ОРТ была запущена программа Дмитрия Крылова «Непутевые заметки», которая вещала о достопримечательностях, мифах, специфике национальных кухонь.

Третий период развития трэвел-журналистики связан с активным применением цифровых технологий и пиком расцвета отечественной трэвел-журналистики. В данный период журналистика выходит на новый этап, когда за ее развитием можно было наблюдать из дома. Вырос спрос на услуги таких телепередач, особенно со стороны рекламодателей. В этот период стали транслировать международные проекты. Например, в 2000-2008 гг. на канале «Россия» транслировали телепрограмму «Вокруг света», позволяющая зрителям перенестись на объекты и места, в которых зритель не был. Такая передача позволяла исследовать костюмы, кухню, быт. В 2008 г. стала выпускаться известная телепередача «Одноэтажная Америка» под руководством Владимира Познера и Ивана Урганта, которые в течение 2 месяцев путешествовали по США на автомобилях. Развитие трэвел-журналистики приобретает новый окрас после появления телеканала «Пятница», транслирующего телепередачи «Орел и решка. Шоппинг», «Орел и решка. Кругосветка», «Орел и решка. Незведанная Европа», «Еда, я люблю тебя». Эти программы транслировали информацию о специфике культуры народов, этнической кухни. Программа «Проводник» стала первой телепередачей о путешествиях по России, и «Мир

наизнанку». В этот период самым популярным телевизионным проектом становится «Орел и решка», транслирующий редкие кадры по туризму и географии по всему миру с 2011 по 2022 гг. Этот проект имел характер реалити-шоу, в рамках которого автор с легкостью показывал культуру народов, или как выжить на 100 долларов. Этот проект стал настолько популярным в России, что ежегодно количество туристов увеличивалось в сотни раз. Этот проект больше напоминал шоу с научным уклоном и сопровождался красочными съемками. Сегодня развитие трэвел-журналистики характеризуется новыми особенностями. В 2010-х гг. телепередачи о страноведении стали выпускаться под влиянием ряда факторов [Зуева, 2022, 600]:

- переход от научно-популярного формата программ о страноведении к шоу,
- открытость и популярность в мире,
- формирование новых векторов о культуре мира,
- драматизм сюжета. Например, появились реалити-шоу «С миру по нитке», «Орел и решка», «Ревизорро».
- подмена реальности, когда создается телепередача в формате «лайф» («Орел и решка»).
- большинство телепередач связаны напрямую с определенными медийными личностями-ведущими. Такой передачей становится проект Сергея Шнурова «Шнур вокруг света»),
- создатель и автор программы транслирует образ страны, её культуры.

### Заключение

Таким образом, современное представление и развитие трэвел-журналистики уходит корнями в эпоху оттепели СССР, когда стали появляться первые телепередачи. Действительно, данное направление на отечественном телевидении насчитывает 70-летнюю историю, в рамках которых эксперты выделяют 3 основных этапа: от первых программ до появления полномасштабных шоу. Современные телепередачи о путешествиях носят не только развлекательный, но и просветительский характер, тем самым формируя вкус и эстетические ценности зрительской аудитории РФ. Сегодня трэвел-журналистика порождает новое направление в развитии медиа – трэвел-блоггинг, который включает элементы науки и шоу.

### Библиография

1. Афанасьева Т.С., Лаптева А.В., Налейкин К.В. Проблемы и перспективы развития трэвел-журналистики в России // Реклама, PR и медиа: Современное состояние и перспективы развития. СПб., 2022. С. 15-18.
2. Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1. С. 8-13.
3. Замятин Д.Н. Путешествие: пространство, образ, реальность // Лабиринт. 2015. № 5. С. 23-29.
4. Зуева Г.С. Динамика трэвел-контента журнала Интернет-портала «Вокруг света» в начале пандемии COVID-19 // Нефилология. 2022. № 3. С. 593-603.
5. Зуева Г.С. Российские трэвел-медиа в период пандемии COVID-19 // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия. 2021. С. 274-275.
6. Кривцов Н.В. Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. № 3. С. 34-39.
7. Кубастьян Г. Блог «Жизнь в дороге». URL: <http://ku-batyana.blogspot.ru/>
8. Маслова Н.М. Путевой очерк: проблемы жанра. М., 1980. 64 с.
9. Показаньева И.В. Трэвел-журналистика как явление современного медиа пространства. URL: <http://www.geografia.ru/travelj.html>
10. Blaer M., Frost W., Laing J. The future of travel writing: Interactivity, personal branding and power // Tourism Management. – 2020. – Т. 77. – С. 104009.

---

## Evolution of travel journalism on Russian television

**Anna A. Khromova**

Student,  
Russian Presidential Academy  
of National Economy and Public Administration,  
119571, 84, Vernadskogo ave., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: khromushka@mail.ru

### Abstract

In the study, the author examines the stages of the formation of a new genre in journalism, travel journalism as a relevant direction in the modern information society for the development of the media. The author places the main emphasis in the work on the periodization of the development of a new direction in journalism in the context of television development. In the context of the digitalization of journalism, it is the issue of Russian tourism that has become the most actively broadcast on TV channels. The author showed the features of the development of travel journalism at each stage, as well as various forms and types of programs that broadcast issues of tourism development. The author showed in the study that modern marketing is directly related to the technologies of promoting tourism services through television. It is travel journalism that is becoming a popular genre and direction of development on the Internet. The study provides grounds and evidence that the promotion of tourism services through travel blogs at the present stage is enhanced through contact with the target audience through contact with TV viewers. Tourism promotion is a process of ensuring the involvement of the viewer in travel channels. Based on a comparative analysis of the evolution of travel journalism, the directions of development of programs on television were presented.

### For citation

Khromova A.A. (2024) Evolyutsiya trevel-zhurnalistiki na rossiiskom televidenii [Evolution of travel journalism on Russian television]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (4A), pp. 31-36.

### Keywords

Marketing, tourism, business, product, consumer, TV program, TV presenter.

### References

1. Afanas'eva T.S., Lapteva A.V., Naleikin K.V. (2022) Problemy i perspektivy razvitiya trevel-zhurnalistiki v Rossii [Problems and prospects for the development of travel journalism in Russia]. In: *Reklama, PR i media: Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya* [Advertising, PR and media: Current state and development prospects]. St. Petersburg.
2. Krivtsov N.V. (2017) Trevel-zhurnalistika: spetsifika napravleniya i ego problemy [Travel journalism: specifics of the direction and its problems]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], 3, pp. 34-39.
3. Kubat'yan G. *Blog «Zhizn' v doroge»* [Blog "Life on the Road"]. Available at: <http://ku-batyan.blogspot.ru/> [Accessed 04/04/2024]
4. Maslova N.M. (1980) *Putevoi ocherk: problemy zhanra* [Travel essay: problems of the genre]. Moscow.
5. Pokazan'eva I.V. *Trevel-zhurnalistika kak yavlenie sovremennogo media prostranstva* [Travel essay: problems of the genre]. Available at: <http://www.geografia.ru/travelj.html> [Accessed 04/04/2024]

6. Vartanova E.L. (2022) Menyayushchayasya arkhitektura media i tsifrovye platformy [Changing media architecture and digital platforms]. *Medi@l'manakh* [Media almanac], 1, pp. 8-13.
7. Zamyatin D.N. (2015) Puteshestvie: prostranstvo, obraz, real'nost' [Travel: space, image, reality]. *Labirint* [Labyrinth], 5, pp. 23-29.
8. Zueva G.S. (2022) Dinamika trevel-kontenta zhurnala Internet-portala «Vokrug sveta» v nachale pandemii COVID-19 [Dynamics of travel content of the magazine of the Internet portal “Around the World” at the beginning of the COVID-19 pandemic]. *Neofilologiya* [Neophilology], 3, pp. 593-603.
9. Zueva G.S. (2021) Rossiiskie trevel-media v period pandemii COVID-19 [Russian travel media during the COVID-19 pandemic]. In: *Zhurnalistika v 2020 godu: tvorchestvo, professiya, industriya* [Journalism in 2020: creativity, profession, industry].
10. Blaer, M., Frost, W., & Laing, J. (2020). The future of travel writing: Interactivity, personal branding and power. *Tourism Management*, 77, 104009.