

## СТИЛЬ ВЕДУЧОГО ЯК ВАГОМА СКЛАДОВА В АВТОРСЬКИХ ПРОГРАМАХ ФОРМАТУ «ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКА»

Катріч К.В., Демченко С.В.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Дане дослідження проведено на основі магістерської дисертації «Специфіка авторських концептів формату «тревел-журналістика»: принципи та особливості реалізації». У статті досліджені теоретичні питання ролі ведучого та його стилю у телепрограмах жанру «тревел-журналістика». У роботі використано загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні методи. Так, поряд із загальнонауковим методом системного аналізу залучено і порівняльно-історичний метод, зокрема його парадигматичний, аналогічний, узагальнюючий, індивідуалізуючий і синтетичний аспекти. Одержані результати та їх новизна: вперше досліджені та проаналізовані стилі ведучих тревел-продуктів українського медіаринку. Отримані результати можна використовувати у наступних дослідженнях із суміжних тем.

**Ключові слова:** тревел-журналістика, телебачення, телепрограма, телеведучий, стиль.

**Постановка проблеми.** Дослідити вплив стилю ведучого в авторській телепрограмі формату «тревел-журналістика» на прикладі тревел-проектів «Світ навиворіт» (1+1) та «Шалений автостоп» (Новий канал).

**Аналіз остянення досліджень та публікацій.** Формат «тревел журналістика», а також роль ведучого (або тевел-райтера, або тревел-журналіста) досліджували російська дослідниця Тамара Редькіна, санкт-петербурзька дослідниця Інна Показаньєва, а також сучасний дослідник тревел-журналістики, мандрівник та блогер Григорій Кубат'ян. Усі дійшли висновків, ведучий тревел-програми – людина, що займається тревел-журналістикою, а саме збиранням та поширенням інформації, що стосується подорожей, історії, культури та традицій різних країн світу.

**Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Порівняння стилю ведучих двох тревел-програм українського медіа ринку «Світ навиворіт» та «Шалений автостоп».

**Мета статті:** дослідити головні аспекти стилю телеведучого жанру тревел-журналістика, а також порівняти стилі ведучих програм «Світ навиворіт» та «Шалений автостоп».

**Виклад основного матеріалу.** Подорожі є предметом громадського інтересу та однією зі складових людського дозвілля. Для того, щоб дізнатись, що очікує мандрівника у тій чи іншій країні, а також для тих, хто бажає поповнити свої знання у сфері культури, географії та особливостей інших країн – сучасний вітчизняний медіа ринок пропонує велику кількість спеціалізованих проектів. Такі проекти виконують культурно-просвітницьку, рекреативну, виховну функції.

Сучасний дослідник тревел-журналістики, мандрівник та блогер Григорій Кубат'ян надає наступне визначення формату тревел-журналістики: «Це специфічний жанр, який знаходиться на стику серйозної журналістики і простих щоденникових записів [2]. До того ж, він об'єднує літературу та фотомистецтво. Сьогодні ми живемо в епоху, коли люди хочуть не тільки почути про щось, але й побачити очима». Своє визначення сучасному формату тревел-журналістики надає російська дослідниця Тамара Редькіна: «Тревел-журналістика, або журналістика подорожей – один із динамічно розвиваючихся тематичних напрямків сучасної журналістики, яка представлена адресату у вигляді сукупності тревел-медіатекстів» [8]. Про те, що новий формат журналістики дуже активно розвивається, зазначила у своїй роботі і санкт-петербурзька дослідниця Інна Показаньєва, але вона вказала на те,

що сьогодні формат тревел-журналістика сприймається несерйозно, як із боку масового споживача, так і з боку самих журналістів, а також дослідників. Сама ж І. Показаньєва дала наступне визначення терміну тревел-журналістика: «Це особливий напрямок журналістики, який надає масовому споживачеві інформацію про подорожі, зачіпає теми історії, географії, культури, мистецтва, туризму, етики, філософії та інші» [7].

Діяльність телевізійних журналістів знайома всім, хто дивиться телепередачі. Разом з операторами, журналісти телебачення з'являються там, де відбувається щось важливе, що необхідно і цікаво побачити всім. Вони задають своїм екранним співрозмовникам питання, виступаючи представниками глядачів на екрані. У той же час тележурналісти надають регулярний вплив на громадську думку, на уми і серця своїх глядачів.

Згідно з думками дослідника Я. Засурського, існує сім амплуа телевізійного журналіста: репортер, інтерв'юер, коментатор, оглядач, модератор, шоумен та ведучий новин [1]. На сьогодні в Україні потужна журналістська школа, яка готує кваліфікованих спеціалістів серед перших чотирьох професій. На нашу думку, модератор, шоумен та ведучий новин не отримують гідної професійно-практичної підготовки. Про психологічні критерії формування іміджу В. Маргалик писав так: «У випуску новин ми разом з новинами отримуємо деяку психологічну підтримку чи, навпаки, відчуваємо її відсутність. Ведучий – це таке обличчя, на яке хочеться дивитися ще раз» [5].

У тревел-журналістиці ведучий програми (він же тревел-журналіст або тревел-райтер) втілюється у чотирьох, із вище зазначених, амплуа: репортер, інтерв'юер, коментатор та оглядач. Та частіше за все, у тревел-програмах ведучий проводить інтерв'ю, та робить огляди. Так, наприклад у програмі «Світ навиворіт» (1+1, ведучий програми Дмитро Комаров) завжди готується до інтерв'ю заздалегідь: знаходить завжди цікаву особистість – Рубіна Алі (акторка із кінофільму «Мільйонер із нетрів», брат президента США Малік Обама, або ж українці, які проживають у країні, де журналіст проводить експедицію та ін.). А от ведучі програми «Шалений автостоп» (Новий канал, Василь Москаленко, Станіслав Капралов), проводять інтерв'ю раптово, адже специфіка програми передбачає імпровізацію. Так, ведучі проводять інтерв'ю-бесіду із водіями транспорту, які підвозять хлопців до пункту призначення, або ж інтерв'ю із каучсерферами (учасниками програми, які запрошують іноземців на безкоштовну ночівлю).

Огляди у тревел-журналістиці займають велике місце, адже ведучі завжди описують усе, що бачать під час подорожей: Дмитро Комаров «спеціалізується» на дослідженнях нетуристичних звичаїв у тій чи іншій країні. Тож, він робить цікаві огляди помешкань у племінних общинах, або огляд життя людей, які здобувають дорогоцінні камені.

Станіслав Капралов та Василь Москаленко досліджують дешеві (майже безкоштовні) способи подорожувати, тож ведучі завжди роблять акцент на огляді помешкань, які пропонують їм каучсерфери, огляд доступної вуличної їжі, а також огляд безкоштовних розваг.

Щодо амплуа репортеру у тревел-журналістиці, то можна зазначити, що не кожен ведучий вдається до такого способу збирання інформації, адже для зйомки репортажу необхідно готуватися заздалегідь. Так, Дмитро Комаров під час (трьох-чотирьох місячної експедиції) прораховує найяскравіші події, які відбудуться у країні. У циклі програм із Індії, ведучий зняв репортаж про свято Холі. Дмитро Комаров показав не тільки, як проходить свято, але й розповів як до нього готуються, та передісторію.

Ведучі «Шаленого автостопа» майже не знімають репортажі, окрім випадків, коли вони самі «випадково» натрапляють на якусь подію. Так, ведучі потрапили на анти-гей-парад, у якому прийняли участь, але ведучі не розповіли про причини організації цього заходу. Для глядачів такий репортаж не надає культурної, естетичної або пізнавальної інформації.

Ведучий-коментатор – такий вид діяльності актуальний для тих ведучих, які працюють у сфері спорт. Але, журналісти тревел-програм також можуть підпадати під категорію «коментатор». Дмитро Комаров у програмі про бій биків на арені виступав таким коментатором: його місце було серед глядачів, але ведучий чітко доповідав про те, що відбувається на «ринзі», як реагують глядачі на такі змагання. Також, під час коментування заходу, ведучий розповідає історію, причини проведення таких змагань, а також після бою, Дмитро Комаров демонструє та коментує наслідки «родео».

Василь Москаленко та Станіслав Капралов не часто виступають у ролі коментатора, але все ж таки вдаються до такого способу збирання інформації. Так, перший сезон «Турція», ведучі зняли майже весь у стилі коментаря. Так, у сюжеті про турецькі мечеті, ведучі коментували усе, що бачать: люди розбуваються, люди моляться, люди п'ють воду. Такий спосіб ретрансляції інформації важко назвати саме коментарем, але опис події із позиції «журналіст» – можна вважати за різновид коментарю.

Російський дослідник телевізійної журналістики Г. Кузнецов вважає, що процес формування іміджу можна розбити на декілька етапів: виявлення цільової аудиторії, вивчення (принаймні емпіричне) пристрастей телеглядачів, з якими індивідуальний комунікатор планує взаємодіяти. Як домінанту можна виділити трійку працюючого іміджу: вміння говорити мовою своєї аудиторії; знання того, що її сьогодні хвилює; гострота розуму і почуття гумору [3].

Так, журналіст програми «Світ навиворіт» поставив собі за мету зробити програму однаково цікавою для домогосподарки, школяра, студента, менеджера середньої ланки, а також бізнесмена. Дослідивши у дипломній роботі аудиторію програми, ми можемо зазначити, що «Світ навиворіт» програма для дітей: 6-17 років, студентів, домогосподарок, жінок, які знаходяться у декретній відпустці,

мандрівники, люди, які цікавляться нестандартними мандрівками.

Аудиторією програми «Шалений автостоп» є – молодь. Оскільки, меседж, який сформували ведучі – безкоштовні подорожі, та безкоштовні розваги, не зважаючи на відсутність умов для проживання. Також, ведучі пропагують подорожі автостопом, що може зацікавити молодь (віком до 27 років), студентів, а також мандрівників.

У ході дослідження ми дійшли до думки, що ведучий програм не красень, він «один з нас, проте у покращеному вигляді. Більш детальну характеристику вдалої майстерності ведучого можна знайти у працях Л. Миргородської, яка зазначає: «Ведучий тримається вільно, проте не розв'язано. Впевнений у собі, проте не самовпевнений. Голос та погляд – інструменти, на яких він вмільо грає» [9]. Також ми проаналізуємо зовнішній вигляд кожного ведучого та дослідимо, як це впливає на сприймання телепрограми глядачами.

Дмитро Комаров – молодий, енергійний чоловік, який завжди знаходиться в активному русі. Ведучий має «робочу уніформу»: чорна футболка із білою наліпкою «Мир наизнанку». Він завжди знімається лише у такій формі одягу, окрім останнього сезону (7 сезон), де він проводить зйомки переважно у буденному одязі: футболка або сорочка та джинси. Також, після повернення Дмитра Комарова із експедиції, редактори програми влаштовують для глядачів конкурси, в яких дарують переможцям «фірмові» чорні футболки із наліпкою «Мир наизнанку».

П'ять сезонів підряд автор не змінював свій стиль: мав волосся середньої довжини; а от у новому сезоні – Дмитро Комаров змінив зачіску на більш сучасну. Також, ведучий завжди залишає наліпку «Мир наизнанку» на місцях, де він проводить зйомку.

Щодо мови ведучого, то Дмитро Комаров використовує просту, гарно поставлену, зрозумілу мову. Усі терміни він пояснює та розшифровує. Частіше за все, ведучий заздалегідь готує стенд-апи та текст, який звучить у кадрі, що робить сприйняття програми більш комфортним.

Таким чином, пізнавана «уніформа», а саме, чорна футболка із наліпкою «Мир наизнанку», проста зовнішність ведучого, а також простота мови – роблять програму по-перше, пізнаваною, а по-друге – простою на сприйняття.

Ведучі Василь та Станіслав не мають постійної форми для зйомок програми, як у ведучого програми «Світ навиворіт». Оскільки ведучі подорожують автостопом, то одяг у них має бути зручним, тому це переважно джинси та футболка. Але, часто Василь та Станіслав одягають яскравий одяг (футболки із нецензурними написами або вульгарними картинками), головні убори та сонцезахисні окуляри (що не бажано робити на телебаченні). Також ведучі з'являються у кадрі у спідній білизні, а буває, що й взагалі без одягу. Такий зовнішній вигляд та поведінка ведучих у кадрі створює не позитивний імідж програмі.

Щодо мови – ведучі використовують багато лайливих, сленгових та нецензурних слів. У кадрі Василь Москаленко та Станіслав Капралов багато імпровізують, тож під час інтерв'ю або діалогу – хлопці вживають жарти. Також, ведучі готують закадровий текст, який начитують безпосередньо у студії. Тому мова, яка звучить у стенд-апах ведучих, та закадрове начитання тексту дуже відрізняється з точки зору лексичного, граматичного, а також етичного аспектів.

**Висновки та пропозиції.** Отже, дослідивши роль ведучого у тревел-програмі, ми зробили наступні висновки: на сьогодні існують основні напрями журналістської діяльності – це телекоментатор, теле-репортер, оглядач та інтерв'юер. Також розглянуто кожну діяльність окремо, та приведені приклади із ряду досліджуваних програм «Світ навиворіт» (1+1, ведучий Дмитро Комаров) та «Шалений автостоп» (Новий канал, ведучі Василь Москаленко та Станіслав Капралов). Ми дійшли висновків, що у тревел-програмах вищезазначені амплуа журналістів мають свою специфічну інтерпретацію та методи втілення на екрані.

Зовнішній вигляд ведучих, а також мова – впливають на сприйняття програми. Досліджено,

що постійна пізнавана уніформа, охайний зовнішній вигляд, та проста, зрозуміла, правильна мова робить програму більш привабливою для глядача.

Також, у статті ми дослідили цільову аудиторію тревел-програм, та можемо зазначити, що обидва досліджуваних проекти відносяться до формату «тревел-журналістика», але вони мають абсолютно різну аудиторію. Це пов'язано із метою, яку ставить перед собою тревел-журналіст.

Пропозиції: продовжити дослідження тревел-програм пострадянського простору, а також закордонних телевізійних ринків, аби краще зрозуміти, яку роль відіграє стиль ведучого у телевізійних програмах формату «тревел-журналістика».

### Список літератури:

1. Засурский Я. Н. Телерадиоэфир: История и современность / Я. Н. Засурский. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 239 с.
2. Кубатьян Г. Тревел-журналистика. Начало / Г. Кубатьян // Блог. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kubatyan.livejournal.com/20940.html>
3. Кузнецов Г. В. Журналист на экране / Г. В. Кузнецов. – М.: Дело, 1985. – 204 с.
4. Маклюэн М. Телевидение: робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра / М. Маклюэн. – М.: Высшая школа, 1987. – 132 с.
5. Мельник Г. Общение в журналистике: секреты мастерства / Г. Мельник. – СПб.: Питер, 2005. – 217 с.
6. Мир наизнанку. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/naiznankutv>
7. Показаньева И. В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства / И. Показаньева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1385>
8. Редькина Т. Ю. Средства реализации развлекательной функции в трэвел-тексте / Т. Ю. Редькина // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. – 2011. Вып. 4.
9. Уроки журналистики для начинающих: электронная библиотека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.journ-lessons.com/litra.html>
10. Шалений автостоп. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Безумний\\_Автостоп](http://uk.wikipedia.org/wiki/Безумний_Автостоп)

**Катрич К.В., Демченко С.В.**

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

## СТИЛЬ ВЕДУЩЕГО КАК ВЕСОМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В АВТОРСКИХ ПРОГРАММАХ ФОРМАТА «ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА»

### Аннотация

Данное исследование проведено на основе магистерской диссертации «Специфика авторских концепций формата «тревел-журналистика»: принципы и особенности реализации». В статье исследованы теоретические вопросы роли ведущего и его стиля в телепрограммах жанра «тревел-журналистика». В работе использованы общенаучные, междисциплинарные и специальные методы. Так, наряду с общенаучным методом системного анализа привлечены и сравнительно-исторический метод, в частности его парадигматический, аналогичный, обобщающий, индивидуализирующий и синтетический аспекты. Полученные результаты и их новизна: впервые исследованы и проанализированы стили ведущих тревел-продуктив украинского медиарынка. Полученные результаты могут быть использованы в последующих исследованиях по смежным тем.

**Ключевые слова:** тревел-журналистика, телевидение, телепрограмма, телеведущий, стиль.

**Katrich K.V., Demchenko S.V.**

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

## ANCHORMAN'S STYLE AS AN IMPORTANT COMPONENT IN AUTHORS' PROGRAMS OF «TRAVEL JOURNALISM» FORMAT

### Summary

This study is based on the master's thesis «The specifics of the authors' concepts in the format of «travel journalism»: Principles and features of implementation». The article is devoted to theoretical questions of the role of anchorman and his style in TV programs of «travel journalism» genre. Methods: the author applied general scientific, interdisciplinary and special techniques. Along with the general scientific method system analysis, the author employed comparative historical method, including its paradigmatic, analogical, synthesizing, individualizing and synthetic aspects. The results and their novelty: for the first time, the style of anchor men in travel journalism shows of Ukrainian media was investigated and analyzed. The results can be used in the following researches in related topics.

**Keywords:** travel journalism, television, TV show, anchorman, style.