

ТЕЛЕВІЗІЙНІ ТРЕВЕЛ-ПРОГРАМИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Сучасні ЗМІ перетворилися на один із найголовніших інструментів впливу на громаду. На сьогодні телебачення залишається тим каналом, якому українці довіряють, а отже саме за допомогою телебачення та його різних функцій можна висвітлювати таку інформацію, яка певним чином і формуватиме ту чи іншу громадську думку, а зміст тревел-шоу викликає емоції, переживання в аудиторії, втім, більшість із цих програм не несуть глибини, аналізу інформації.

Тревел-програми аудіовізуально передають культурні й національні розходження, пропонують і підтримують готові соціокультурні конструкти. Залежно від типу контакту з місцевим населенням, від драматургії оповіді й характеру переданої інформації, формат передачі може колитися від авторської замальовки-монологу до тревел-вікторини або гри [1]. Тревел-програми поєднують у собі елементи різних телевізійних жанрів, але звичайно один з аспектів певного жанру домінує. Ці аспекти охоплюють конкретні комунікативні наміри ведучого, атмосферу програми, структуру й спосіб оповіді. Тревел-програми можуть носити документальний, розважальний або споживчий характер залежно від комунікативних намірів автора: навчити, розважити або допомогти.

Розважальні програми різного типу мають головну мету – сприяти релаксації глядацької аудиторії. За змістом програми про подорожі – легкі для сприймання людиною, зорієнтовані на дозвілля та охоплюють різні сфери відпочинку [4].

Головною метою тревел-програми є надихнути глядача на подорож, розважити й дати прикладну інформацію про місце призначення. Завдяки новітнім технологіям глядач має широкі можливості впливати на формування змісту розважальних шоу, взявши безпосередньо участь під час трансляції програми. Зокрема, науковець П. Лебедев, говорить про те, що тревел-журналістика характеризується варіативністю спектрів висвітлення основної теми – подорожей, тому дослідник вважає доречним класифікувати тревелогі відповідно й до їх тематики:

- залежно від гендерної приналежності аудиторії;
- згідно зі специфічними захопленнями, хобі, інтересами аудиторії та автора;
- відповідно до віку й сімейного стану споживача інформації;
- щодо бізнес-напрямку;
- стосовно вирішення гостроактуальних проблем сфери подорожей [2].

Сучасний формат тревел-програми за своєю природою передбачає активну комунікацію ведучого, який надає своїй аудиторії інформативні довідки про місце перебування, коментує дійство навколо себе, бере інтерв'ю у героїв своїх сюжетів. Усе це ведучий подає крізь призму власного світосприйняття, чим персоніфікує програму. Такої думки дотримується Т. Шальман: «Найбільш високий рівень персоніфікації тоді, коли ведучий, він же журналіст, виступає як учасник екранізованої дії – бере інтерв'ю, організовує дискусію між двома сторонами, проводить репортаж-розслідування» [5].

Сучасні тревел-програми шукають нові тематичні аспекти, серед них і трудова мірація. Вона відіграє важливу роль на ринках праці у приймаючих країнах, а також у соціально-економічному розвитку в країнах призначення. Вагома роль мігрантів проявляється у створенні нових підприємств, а також посиленні економічних зв'язків країн походження та країн призначення через трансфер технологій та вмінь [3]. У той же час така серйозна проблематика репрезентується у розважальних шоу. Цей аспект журналістики є малодослідженим і потребує пильної уваги науковців.

Отже, тревел-журналістика – це напрям, який надає глядачеві повну інформації про подорож. Під час розповіді висвітлюються різні теми: історія, географія, культура та заробіток. Завдяки цьому формується світогляд людини, підвищується інтелектуальний рівень знань, прищеплюють громадянські, патріотичні почуття. Сучасна телевізійна журналістика вдосконалює формати тревел-програм, застосовує новітні техніки й технології для приваблення глядацької аудиторії, шукає нові проблемно-тематичні вияви.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Божко Л. Травелог у просторі нових медіа-комунікацій. *Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство*. Київ, 2018. Вип. 1 (10). С.14–20.
- 2.Лебедев П. Типологическая структура российской путевой прессы. *Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы»*. Москва, 2011. URL: http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10_11_part1.pdf.
- 3.Международная конвенция о защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей. *Конвенция ООН 995_203 от 18 декабря 1990 г.* URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_j91
- 4.Муленко Ю. В. Розважальні програми на українському телебаченні URL: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/mulenko_yu._v._entertainment_programs_on_ukrainian_television.pdf

5.Шальман Т. М. Телеведучий і аудиторія телепрограми: взаємодія і взаємовплив. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2005. Вип. 18. С. 56–61.