

## Жанры и форматы travel-журналистики в Интернете

Научный руководитель – Лахтачева Ольга Сергеевна

*Тарасенко Александра Владимировна*

*Студент (бакалавр)*

Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики, Челябинск,  
Россия

*E-mail: alexa.tarasenko95@mail.ru*

*В данной статье мы рассмотрели такие понятия как «формат» и «жанр», определили их особенности и место в жанровой системе интернет-журналистики. Мы разработали классификацию и описали форматы для travel-журналистики в интернете. Кроме того мы рассмотрели возможные жанры travel-журналистики и интегрировали современные функциональные качества медиаматериалов в классические характеристики жанровых категорий.*

**Ключевые слова:** жанр, формат, travel-журналистика, интернет, туризм.

*In this article, we reviewed concepts such as "format" and "genre", identified their differences and showed how they are connected. We have also developed classification formats for journalism on the Internet. We discuss the genres of travel journalism and integrated the modern and functional quality of media materials in the classic characteristics of the genre categories.*

**Key words:** genre, format, travel-journalism, Internet, tourism.

Из-за терминологической нечеткости и размытости понятия «формат» возникает вопрос, чем все-таки формат отличается от жанра или данные понятия тождественны? Рассмотрим понятия жанр и формат. Так, по мнению ведущих теоретиков в области жанровой специфики журналистики А.А. Тертычного, Л.Е. Кройчика, жанр - это устойчивая форма журналистского произведения, которая характеризуется определенными жанроформирующими признаками: предмет отображения, целевая установка, методы интерпретации действительности. Данное понятие отображает внутреннюю структуру журналистского произведения.

Формат - совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, выступающих в качестве критериев при соотнесении его с другими предметами коммуникации в целях выявления его коммерческой значимости#\_ftn1. Данное понятие характеризует внешние связи в процессе коммуникации.

Таким образом, можно сделать вывод, что данные понятия не тождественны, а значит, они будут иметь свои характеристики и свое место в журналистском производстве. Главное их отличие состоит в том, что жанр и формат соотносятся с разными сферами деятельности. Так, понятие «жанр» относится к журналистскому творчеству, а значит созданию материала, его структуре и контенту в целом. «Формат» же относится к бизнес-процессу, то есть он определяет то место, где произведение будет опубликовано и какая аудитория будет в нем заинтересована.

Также стоит отметить, что данные понятия тесно связаны друг с другом. Многие исследователи данной области#\_ftn2 опираются на теорию «часть - целое». Жанр понимается как часть, формат - как целое. То есть формат полностью поглощает понятие жанровой категории. Жанр рассматривается как идея авторства, его задумки и желание интерпретировать информацию. А формат - как потребность аудитории. Зачастую за желанием

быть читаемым и собрать как можно больше аудитории, автор жертвует собственными задумками, воплощая в жизнь потребности аудитории. Это значит, что формат влияет на жанр и изменяет его. Отсюда и трансформация жанров, их взаимопроникновение - гибридность, и, как следствие, появление новых форм.

Формат ориентирован на доминирующую категорию целевой аудитории. Он характеризуется динамизмом, так как напрямую зависит от развития технологий. Причины расширения понятия «формат»:

1. Возникновение информационного рынка и повышение ценности информации. В связи с данным явлением СМИ повысились в значимости.

2. Глобализация, которая проникает во все сферы жизни человека. Из-за актуализации роли коммуникации в обществе у СМИ возникла необходимость оптимальной организации коммуникационного процесса и передачи информации.

3. Техническое развитие и его влияние на модернизацию СМИ. Современное общество характеризуется бурным развитием как технологий в целом, так и технологий в сфере коммуникации и передачи информации.

Формат - это определенная концепция, которая с самого начала закладывается в медиапродукт. Она направлена на привлечение целевой аудитории и позволяет отражать жизнь современного мира.

Понятие «формата» можно отнести к любому виду СМИ, а значит условно разделим форматы на 4 группы:

1. Форматы телевидения;
2. Форматы радио;
3. Форматы печатных СМИ;
4. Форматы интернет-СМИ.

Не стоит путать понятие «формат» с понятиями «тип издания», «вид коммуникационного канала» или «способ передачи информации», так как формат определяет только место материала в информационном обществе и его характеристики, связанные с коммерческим успехом.

Так как наше исследование больше ориентировано на изучение travel-журналистики (в том числе блогов) в интернете, то рассмотрим возможные форматы материалов во Всемирной сети. Так, интересующие нас форматы можно разделить на 2 группы:

1. Материалы с возможностью просмотра в любое время и неограниченное количество раз.

Например,

1. Пост: формат подачи информации в интернете небольшого объема (от 100 знаков до 1000 знаков, если содержит текстовую информацию), в основе которого может лежать любой информационный элемент или их сочетание.

- a. содержащий фото;
- b. содержащий видео;
- c. содержащий аудио;
- d. содержащий текст;
- e. содержащий анимацию;
- f. мультимедийный пост (может включать любое сочетание вышеперечисленных вариантов контента).

2. Публикация: формат подачи информации в интернете, основой которого служит текст среднего объема (от 1000 знаков до 10 000 знаков) и аудиовизуальные компоненты.

- a. текстовая;
- b. мультимедийная;

3. Лонгрид: формат подачи текстовой информации в интернете, в основе которого лежит текст большого объема и аудиовизуальные компоненты#\_ftn3.

Данные форматы будут отличаться объемом. Так, самым коротким будет такой формат как пост (длиной ориентировочно до 1000 знаков), затем публикация (длиной более 1000 знаков), а самым объемным форматом станет лонгрид, так как изначально представляет собой мультимедийную историю.

2. Материалы с возможностью просмотра в режиме реального времени, то есть только во время эфира. Например, онлайн-трансляция.

Если произведение выходит за рамки формата, но при этом не теряет качество и ценность, то образуется новый формат.

Теперь рассмотрим travel-материалы с точки зрения содержания. Материалы travel-журналистики совмещают в себе черты информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Также стоит помнить о важных функциях, которые материал должен выполнять в первую очередь: информировать и доставлять удовольствие от прочтения или просмотра. Значит это такие функции, как информационная и рекреативная.

Тексты travel-журналистики можно разделить на следующие жанровые категории:

- Путевой очерк;
- Путевые (дневниковые) заметки;
- Обозрение
- Репортаж;
- Справка;
- Беседа;
- Рекомендация (материал-путеводитель).

Данные жанры в travel-журналистике представлены в классическом варианте. Но стоит отметить, что в интернет-форматах данные жанры могут терпеть некоторые изменения.

Дневниковая заметка определяется следующими речевыми характеристиками: монологичность, склонность к использованию всех типов речи, повествование от первого лица. Автор рассказывает историю, которая случилась за время путешествия аудитории как друзьям, обращаясь одновременно ко всем и к каждому в отдельности. Проанализировав тексты, мы выявили, что в большинстве случаев используются глаголы прошедшего времени, немного реже настоящего чтобы создать эффект репортажа. Такие тексты распространены в интернет-пространстве, так как не имеют ограничения в объеме. Они могут быть написаны как кратко (длиной от 150-200 знаков, такой вид материала будет относиться к формату поста), так и объемно (длиной более 1000 знаков). А значит будут подходить для любого формата.

Рекомендация - это совет туристу. Здесь автор выступает в роли эксперта, который имеет право направлять свою аудиторию. В таком материале часто используются глаголы повелительного наклонения, которые создают тон материалу-совету. В таком материале четко прослеживается мнение автора. Его позиция может вызвать у аудитории негативные эмоции к объекту повествования, хотя на самом деле это может быть далеко не так. Именно поэтому, работая в данном жанре, travel-журналист должен быть аккуратен и стараться охватить весь спектр мнений по поводу объекта повествования. Важно помнить, что зачастую негативный отзыв рождается из-за эмоционального всплеска, вызванного неприятной случайностью. Обычно такие материалы можно найти у travel-блогеров, так как именно они могут публиковать материалы с ярко выраженной точкой зрения и без каких-либо последствий. Также материалы подобного характера популярны среди так называемых мини-блогеров, которые работают на мобильных платформах. Такой жанр можно найти, например, в InstaStory, где текст располагается на фотографии.

Беседа предполагает собой диалог и менее всего распространена в интернете. Обычно такой жанр используется в видео- или аудиоблогах. Иногда, подобные материалы опубликованы в текстовом виде. Но жанр беседы редко используется на мобильных медиаплатформах (таких как, например, Instagram), так как является довольно объемным и направлен больше на текст, чем на медиаконтент.

Репортаж предполагает присутствие автора и создание материала на «месте событий». В материале повествование и описание представлено в режиме реального времени. Для этого используются глагольные формы настоящего времени. При использовании данного подхода в подаче материала в видеосообщениях или аудиоблоге возможны блиц-опросы, небольшие интервью на улицах и использование интершума как дополнительного источника информации для аудитории. Также репортаж лучше всего подходит для онлайн-трансляции.

Жанр обзора предполагает собой освещение общественных событий и их анализ. Данный жанр относится к аналитическим. Предметом станут общественные и политические события, важные для внутренней или внешней политики страны. Такая форма будет использоваться скорее в специализированных блогах, автор которых является специалистом по данным вопросам.

Путевой очерк - это жанр, который характеризуется большим объемом описательной части какой-либо проблемы. Из-за своего большого объема и длительности времени производства, он не особо популярен и не используется в современных блогах и мини-блогах (для которых характерна оперативность в подаче информации). Данный жанр больше всего похож на литературное произведение. И потому может публиковаться либо в блогах, предполагающих размещение большого объема информации, либо на некоторых электронных ресурсах, специализирующихся на литературе.

Справка представляет собой список, перечисление или рейтинг. Материал-справку можно найти на любом ресурсе. Справки делятся на два вида в зависимости от количества фактов: содержащие один факт или же содержащие несколько фактов. Так к справкам можно отнести материалы, где автор разрабатывает собственный рейтинг мест, или в которых автор перечисляет факты о каком-либо одном месте. Также справка может быть представлена как небольшой пост под фотографией на мобильном ресурсе. Зачастую такой материал можно встретить, например, на платформе Instagram.

Стоит отметить, что текст для блога и текст для публикации (например, в Instagram) будет существенно отличаться. В мобильных сервисах, предназначенных больше для публикации визуального контента, не стоит писать большие тексты, так как они будут ее перегружать и аудитория, скорее всего, просто их пролистает. Поэтому для автора очень важно выбрать правильный формат, потому что от этого будет зависеть его успешность.

В travel-журналистике зачастую жанры будут смешиваться и образовывать новые гибридные формы. Например, можно встретить дневниковую заметку, совмещенную со справкой. Или репортаж в формате онлайн-трансляции сможет соединить в себе и рекомендацию, и беседу, и справку. Таким образом, travel-журналисты и travel-блогеры будут использовать и традиционные жанровые категории, и гибридные.

## Источники и литература

- 1) Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ [Электронный ресурс]: методический семинар. URL: <http://www.me-diascope.ru/taxonomy/term/221>.
- 2) Лазутина, Г. В. Жанр и формат как понятия современной журналистики. Видеоконспект доклада [Электронный ресурс]. URL: [www.me-diascope.ru/files/lazutina.ppt](http://www.me-diascope.ru/files/lazutina.ppt).

- 3) Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А.А. Тертычный – М.: Аспект Пресс, 2000.
- 4) Шестеркина Л.П., Создание мультимедийного лонгрида в условиях образовательного процесса: методические указания/ Л.П. Шестеркина, М.Н. Булаева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016.