

## Роль современных телевизионных тревел-шоу в развитии внутреннего туризма

Научный руководитель – Олешко Владимир Фёдорович

*Ширяева Виолетта Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,  
Уральский гуманитарный институт, Екатеринбург, Россия

*E-mail: lettavi27@gmail.com*

В современном медиапространстве важными направлениями развития отечественного телепроизводства являются разнообразие форматов и жанров, адаптация к внедрению и использованию новых технологий для улучшения качества контента. В новых массмедийных реалиях особенно активно развивается такое направление как тревел-журналистика. Оно «предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии и другие» [2, с. 2]. Интерес аудитории к тревел-контенту последние несколько лет возрастает в связи с постоянным увеличением спроса на путешествия среди населения нашей страны [1, с. 36].

И. Показаньева выделяет две тенденции современных тревел-программ [Там же, с. 3]: конкретная целевая адресация во взаимосвязи с форматом программы (подростки и молодежь, путешественники, домохозяйки и так далее); а также перефокусировка внимания с местного населения на ведущих, часто знаменитостей – актёров, шоуменов, политических деятелей, бизнесменов.

В свою очередь тревел-шоу – это телевизионная или сетевая программа, относящаяся к тревел-журналистике и ориентированная на путешествия и исследование различных мест. Такие медиапроекты могут включать в себя экскурсии, культурные особенности, гастрономические открытия и другие интересные аспекты путешествий. Их задача – привлечь интерес зрителей к разнообразным культурам и местам по всему миру.

Основные направления развития тревел-журналистики, по мнению исследователей: конвергенция, внедрение элементов интерактивности, визуализации, а также ориентация на soft-media, инфотейнмент [3, с. 236]. Мы считаем, что не менее важным стратегическим направлением современных тревел-программ является продвижение внутреннего туризма.

В концепцию новых проектов, связанных с путешествиями, закладывается особое внимание к отечественным маршрутам. Это помогает популяризировать отдельные регионы нашей страны, а также привлечь внимание как можно большего числа туристов. Туристические шоу стимулируют интерес аудитории, демонстрируя красоту и уникальность природы России. Её культура, достопримечательности сравниваются с зарубежными странами. Эта тенденция отмечается как на федеральных, так и региональных телеканалах.

К примеру, новое авторское тревел-шоу журналистки Марии Шаховой «Мы и они». Программа выходит в эфир телеканала «СТС» с 2024 года. Ведущая вместе со съемочной командой путешествует по разным местам нашей страны и общается с иностранцами, которые эмигрировали в Россию. Среди героев выпуска – итальянец Марко, который переехал во Владивосток, голландец Питер, обосновавшийся на Сахалине и многие другие. Во время интервью Мария Шахова спрашивает у гостей шоу, почему они покинули родные края и остались жить в России, что такого есть в нашей стране, чего нет за рубежом. Цель программы – взглядами иностранцев продемонстрировать достоинства России, показать красоту различных мест, и, конечно, внести вклад в продвижение отечественных туристических маршрутов.

Региональные телевизионные тревел-проекты также акцентируют свое внимание на динамичном развитии индустрии туризма в Российской Федерации. Так, на «4 канале» (городском телеканале Екатеринбурга) и платформе Utravel media с 2022 года стартовал туристический продукт под названием «Отпуск неподалёку». Ведущие программы – известные личности, такие как экс-ведущий «Орла и решки» Антон Зайцев, актёр Антон Жижин и звезда каналов «Ю» и МУЗ-ТВ Артём Шалимов. Вместе со съёмочной бригадой они отправляются в необычные и малоизвестные места Свердловской области, Урала и Сибири. Цель шоу – найти аналоги зарубежным достопримечательностям, сравнить их и показать, что у нас не хуже, а даже лучше.

Авторы «Отпуска неподалёку» используют интересный прием – перифраз, то есть играют со словами, подменяют одно понятие другим. К примеру, Екатеринбург становится Уральским Сингапуром (выпуск от 26 октября 2022 года), а один из старейших городов Урала Невьянск превращается в Италию по-Уральски (выпуск от 1 декабря 2022 года). В начале тревел-шоу ведущий дает краткую справку о зарубежной стране, затем анонсирует зрителям, какое место на Урале ему предстоит посетить на этот раз. Так, в выпуске «Уральский Сингапур» журналист упоминает о достопримечательностях Сингапура, а затем утверждает: «Все как у нас! Проверим?» [4]. В течение дня шоумен посещает разные места в Екатеринбурге, которые являются зарубежными аналогами. В конце выпуска делится своими впечатлениями: «Это был по-настоящему сингапурский уикенд, хоть и с уральским оттенком» [4] и призывает путешествовать по Уралу.

Таким образом, мы выяснили, что тревел-шоу в современной медиаиндустрии является востребованным продуктом, так как сочетает в себе информационную и развлекательную направленность. Кроме того, тенденция новых туристических программ – продвижение внутренних маршрутов страны. Зрители погружаются в малоизвестные и необычные места, вместе с ведущим путешествуют по родным краям. Такие тревел-проекты привлекают внимание потенциальной аудитории к новым местам, способствуют развитию туризма в разных регионах России, что в значительной мере влияет на показатели внутреннего турпотока страны.

### Источники и литература

- 1) Галечко-Лопатина В.Д. Тревел-журналистика: роль и функции // Вестник Приамурского государственного ун-та им. Шолом-Алейхема. 2019. No. 2 (35). С. 35-42.
- 2) Показаньева И.В. Проблемное поле тревел-журналистики как явления современного медиaprостранства // Медиаскоп. 2013. No. 3. С. 1-11.
- 3) Тулупов В.В., Штейман М.С., Стрельникова М.А., Покачалова А.В. Тревел-журналистика в продвижении туристического продукта: региональный аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. No. 2. С. 225-239.
- 4) RuTube: <https://rutube.ru/video/587f75e3cb67f40ad2bc9f3970fed57a/?ysclid=lt0befegwb85524309>