

Карина Зелінська,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Луцький національний технічний університет
Науковий керівник –
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземної та української філології
Луцького національного технічного університету
Тамара Николук

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ

На сьогодні тревел-журналістика є одним із найпопулярніших сучасних форматів в медіасередовищі. У матеріалах журналістики подорожі розповідається про певне місце, країну, культуру, звичаї, народи, архітектуру, природу. Оскільки вона охоплює багато тем, це дозволило їй зацікавити велику аудиторію, адже людині притаманно пізнавати світ та дізнаватися про щось нове. Тревел-журналістика постійно розвивається, тому, попри вивчення науковцями цієї теми, вона є актуальною та потребує аналізу.

Серед досліджень чималий внесок в аналізі тревел-журналістики зробили такі науковці: Полежаєв Ю., який писав про історичний аспект становлення журналістики про подорожі [3], Бабак О., що вивчав сучасний розвиток [1], Печеранський І., Катренко В. – жанрову різноманітність [2].

Подорожня журналістика поєднує у собі різні функції, проте ключовими серед них є інформаційна, рекламна та розважальна.

Інформаційний її характер у тому, що журналіст опирається виключно на факти та реальні події, проте інколи у журналістських матеріалах спостерігається домисел. В українських друкованих виданнях туристичного напрямку 20-тирічної давності використовували також міфологію та легенди у розповідях про певне місто, мандрівники ділилися суб'єктивним баченням та власними вподобаннями, що мало ознаки реклами.

Зміст інформації на туристичних сайтах досить важливий, оскільки розвиток туризму впливає на імідж країни.

Журналістика про подорожі дозволяє не тільки дізнатися про флору та фауну різних народів, а й відпочити від заангажованого інформаційного простору. Переглядаючи тревел-шоу чи читаючи тревел-репортаж, споживач ніби релаксує, адже немає новин, що викликають стрес або ж подій, що змушують задуматись.

Особливість тревел-журналістики проявляється у специфічному поданні інформації. Порівняно з класичними жанрами журналістики, у ній немає чітких правил та структури, тому з сучасними тенденціями виникають нові гібридні жанри. Автор може використовувати різні інструменти представлення інформації, може виражати власну думку або додавати щось нове, чим би зацікавив читача. Тревел-журналістика прагне вийти за рамки стандартних туристичних маршрутів та показати невідомі або маловідомі аспекти подорожей. Приклади можна зустріти на телебаченні (тревел-шоу «Орел і решка», «Світ навиворіт», «Ле маршрутка» та ін.), сайтах про туристичну сферу («Луцьк туризм», «Travel News», «Mandry» та ін.), у друкованій пресі (журнал «Mandry», «Вічний мандрівник» та ін.). Окрім того, в інтернет-виданнях про новини є рубрика, пов'язана з культурним життям міста.

Візуалізація інформаційного простору є не менш важливою, особливо у мандрах. Із сучасними технічними можливостями майже до кожної публікації прикріплюють фото- або відеоматеріали. Це пов'язано з тим, що тревел-журналіст намагається відтворити атмосферу побаченого та створити ефект присутності. Такий прийом можна побачити і в текстових матеріалах, коли журналіст деталізує елементи подорожі. Найпоширенішими жанрами тревел-журналістики, у яких помітна така деталізованість є подорожній нарис та репортаж.

Ще одна особливість журналістики про мандри – неординарна роль автора. Зазвичай журналіст у медіапросторі виступає нейтральним посередником між реципієнтом та інформацією, проте не у тревел-журналістиці. Автор-мандрівник допомагає читачу або глядачу побачити та відчувати все, що побачив та почув сам. Його специфічне сприйняття та бачення відрізняє тревел-журналістику від суто інформаційних жанрів. У телевізійних тревел-програмах це особливо помітно: авторський голос, враження та емоції від подорожі є важливими складовими тревел-матеріалів. Варто зазначити, що при цьому він не спотворює інформацію, а подає факти.

У нинішньому медіапросторі виник новий спосіб інформування суспільства: через соціальні мережі. Традиційні методи втрачають аудиторію, тому для захоплення уваги реципієнта журналісти використовують різні платформи та жанри. У журналістиці про подорожі набуває популярності тревел-блогінг, коли блогер публікує короткі відео або ж пости про туризм та мандрівки. Автор таких публікацій створює цікавий контент, описуючи власний досвід.

Отже, тревел-журналістика, як і кожен жанр журналістики, має свої характерні риси. Вона може вплинути на вибір місця для подорожі, розповісти про культурну спадщину, розкрити нове та створити імідж для цілої країни.

Список використаної літератури

1. Бабак Я. Тенденції в розвитку сучасної тревел-журналістики в Україні. *Медіаконтент: види, форми подачі та особливості сприйняття* : зб. матеріалів доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 4 квіт. 2017 р). Київ, 2017. С. 159–161.
2. Печеранський І., Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Сер. : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 1. Т. 2. С. 33–41.
3. Полежаєв Ю. Г. Розвиток просвітницької тревел-журналістики в Україні (середина XIX – початок XX століття). *Держава та регіони*. Серія: Гуманітарні науки. 2012. № 4 (20). С. 106–110.