



Показаньева Инна Владимировна

аспирант, кафедра телерадиожурналистики
факультета журналистики,
Санкт-Петербургский государственный университет,
199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург,
Университетская набережная, 7–9,
e-mail: inna_pokazanyeva@yahoo.com

Inna V. Pokazanyeva

Saint Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya naberezhnaya, 199034, St.Petersburg,
Russian Federation, e-mail: inna_pokazanyeva@yahoo.com

**ГЕНЕЗИС ОТЕЧЕСТВЕННОГО
НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ
ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ:
ВОЗНИКНОВЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ
ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ**

В статье дается хронология процесса становления и развития российской телевизионной трэвел-журналистики как нового тематического направления в системе СМИ, и в частности жанра телевизионной трэвел-программы. Автором выделяются характерные черты каждого из трех этапов эволюции географического телевидения, а также приводятся наиболее яркие примеры телепрограмм, иллюстрирующие эти этапы. Эволюция трэвел-программ приводится в контексте современных условий дигитализации, конвергенции, конгломерации и унификации телевизионного контента, происходящую сразу в двух измерениях — содержательном и технологическом. Автор исследует современное состояние, проблемы, тенденции и перспективы развития российской научно-популярной журналистики географического направления. Благодаря исследованию эволюции трэвел-программ и их современного состояния можно проследить формирование единой общедоступной мультимедийной среды, формируемой с помощью Интернета, в которой начинают свободно циркулировать потоки медиаконтента вне зависимости от страны производства. Результаты исследования позволяют говорить о том, что отечественная телевизионная трэвел-журналистика находится на пороге перехода на новый этап развития, когда сам пользователь телевидения сможет не только составить собственную телепрограмму, но и участвовать в ее создании.

Ключевые слова: трэвел-журналистика; популяризация науки; телевидение; научно-популярная журналистика; путешествие; трэвел-программа.

**THE GENESIS OF THE RUSSIAN SCIENCE POPULAR
TELEVISION ON GEOGRAPHICAL TOPIC:
THE EMERGENCE OF TELEVISION TRAVEL JOURNALISM**

In this article author gives a chronological analyses of the Russian travel journalism, and a genre of travel program in particular. Evolution of television

travel journalism in Russia is described in three stages: author depicts characteristics of each stage in evolution, and provides the most vivid examples of TV-programs to illustrate these stages. The article examines the modern television travel programs in the context of the current media situation of digitalization, convergence, conglomeration, and unification of journalism, which occurs in two dimensions — contextual and technological. Author analyses the modern conditions, problems, trends and prospects of the Russian geographically oriented popular science journalism. The study detected the beginning of a formation of unified publicly available multimedia environment, where the content is circulating freely (regardless of the country of production). The study results suggest that the Russian television travel journalism is on the verge of transition to a new stage of development, where the user of television will not only be able to put together his or her own program schedule, but also to participate in the creation of travel program.

Keywords: travel journalism; science popularization; television; popular science journalism; journey; travel program.

Настоящая статья представляет собой попытку периодизации телевизионной трэвел-журналистики в России, а также определяет ее особенности и перспективы. Актуальность исследования обусловлена неизученностью этого стремительно набирающего популярность вида трэвел-журналистики. Удивительно, но вплоть до последнего времени теоретики и исследователи журналистики оставляли это явление без должного внимания: сам термин «трэвел-журналистика» почти не упоминался в научных трудах, сейчас можно встретить несколько вариантов написания, среди которых «трэвел-журналистика», или вовсе — полу-английское «travel-журналистика». Изучением трэвел-программ, трэвел-фильмов, травелогов и других жанров трэвел-журналистики занимались исследователи в рамках развлекательной, реже — научно-популярной журналистики. Телевизионная трэвел-журналистика изучалась поверхностно, без необходимого привлечения методологии и научного инструментария смежных наук, таких как антропология, география, социология, культурология и многих других. Несмотря на то, что многие исследователи писали о программах географической тематики, не было попытки обобщить опыт советских и российских трэвел-программ и выявить их

закономерности. Цель данного исследования — изучить эволюцию телевизионной трэвел-журналистики и выявить ее современное состояние, проблемы, тенденции и перспективы развития — направлена на устранение этого пробела в современной теории журналистики.

Обращение к истории отечественного научно-популярного телевидения географической тематики позволяет выявить три периода в развитии трэвел-журналистики.

ПЕРВЫЙ ЭТАП (1950–1980)

Первый этап, рамки которого можно приблизительно обозначить 1950–1980 гг., во многом связан с появлением и утверждением на Первом и Втором каналах Центрального телевидения передач, подготовленных Главной редакцией научно-популярных и учебных программ. На этом этапе была создана структура образовательных передач на Третьем канале Центрального телевидения, который охватывал вещанием более половины населения страны. Для телевидения советской эпохи была характерна социально-педагогическая и пропагандистская роль: идеологический ракурс определял верстку новостных и аналитических программ [17].

Программы образовательного телевидения того времени можно разде-

лить на школьные, или учебные, предназначенные для приема непосредственно во время урока в соответствии с учебным планом или факультативно дома; и культурно-просветительские, рассчитанные на несистематический прием и широкую аудиторию, желающую расширить свой кругозор [9].

Пионерами географических передач были циклы документальных фильмов: «Путешествия по СССР» (1946) В.А. Шнейдерова, «Наша Родина» (1948) и «У карты мира» (1948), «Под Южным Крестом» (1961) А. Григоряна, «Зовут дороги дальние» М. Дивовой и др.

В 1960 г. появляется «Клуб путешественников». Гостями и участниками передачи становятся исследователи-географы, археологи, мореходы, полярники, журналисты, среди которых Жак Кусто, Тур Хейердал, Гарун Тазиев, Жак Майоль и многие другие. Советский «Клуб путешественников» состоял из трех сегментов по 10–12 мин каждый: первая часть была посвящена городам и республикам СССР, вторая — социалистическим странам, в третьей же части разрешалось показывать капиталистические страны. В 1988–1990 гг. выходило приложение к передаче «Клуб путешественников» киноальманах «Вокруг света».

На первом этапе были сформированы основные критерии научно-популярной передачи о путешествиях, согласно которым она должна обладать:

- значимостью для аудитории;
- высокой степенью достоверности (опираться на документальные источники и непосредственные наблюдения);
- яркостью, зрелищностью, динамичностью, драматичностью и интеллигентностью изложения информации;
- авторитетным ведущим — ученым, путешественником или профессионалом-журналистом;
- и наконец, автор должен был быть свидетелем или участником собы-

тий, о которых шла речь в данной передаче [10].

Позже к ним добавляются следующие требования:

– передача должна иметь определенную композиционную драматургию: происходящее на экране должно соответствовать принципам замкнутости действия, законченности драматического сюжета;

– передачи должны иметь преемственность между предыдущим и последующим выпусками (проявляется принцип *серийности*).

ВТОРОЙ ЭТАП (КОНЕЦ 1980–2000)

В первый период российского телевидения конкуренции между каналами и программами не было — лишь несколько научно-популярных передач пользовались безоговорочным успехом у телезрителей, среди которых были «Клуб путешественников» и «В мире животных». Развал Советского Союза, «перестройка» в стране и перераспределение собственности на телевидении привели к глубокому кризису в сфере научно-популярного телевидения [8]. Во второй, или переходный, период на первый план выходят социально-познавательный и оппозиционный ракурсы в подаче информации, реализовавшиеся в открытии ранее запретных тем настоящего и прошлого, на экране появляются новые герои, немислимые в советскую эпоху как медиаперсонажи [17]. Происходит постепенное разгосударствление и децентрализация СМИ, появляются частные телекомпании, которые создают собственные трэвел-передачи. На волне общей тенденции перехода научно-популярное вещание в развлекательный режим, начавшейся в середине 1990-х гг., меняется форма и содержание трэвел-программ — научно-популярный компонент уступает место развлекательному и рекламному.

С 12 сентября 1999 г. на телеканале НТВ начала выходить программа «Путе-

шествия натуралиста», в которой ведущий Павел Любимцев путешествовал по зоопаркам мира в роли «натуралиста». Программа приобрела познавательный «географический» характер после того, как список зоопарков стал подходить к концу: больше внимания стало уделяться тому, что эти зоопарки окружает — местным жителям, истории, архитектуре. После смены нескольких ведущих (Марина Голуб, Александр Хабургаев) и нескольких телеканалов (НТВ — «Первый» — «Культура») передача была закрыта в 2009 г.

С 1992 г. телеканал ОРТ начал транслировать передачу «Непутевые заметки» телекомпании «ВИД». Ведущий Дмитрий Крылов в одном из интервью подчеркнул, что его журналистский проект «Непутевые заметки» — это не научная, и даже не научно-популярная передача [16]. С 2001 г. «Непутевые заметки» стали выпускаться ООО «Путевые советы» — собственным туристическим агентством Дмитрия Крылова, после чего программа стала более чем наполовину рекламной [12].

Телевидение на втором этапе становится во многом зависимым от рекламы. Культурно-просветительские и научно-популярные программы нацелены на узкую образованную аудиторию, которая не достаточно заинтересована в рекламе, а значит, существование таких программ в сети вещания частных телекомпаний уменьшает количество возможных источников финансирования. Тематическая политика каналов все чаще решается в пользу той тематики, которая приносит материальную выгоду. Программы о путешествиях адаптируются к этой тенденции, образовательный акцент смещается в пользу рекламного, спонсорами выпусков становятся туристические фирмы и агентства.

В 1999 году на телеканале СТС выходила 30-минутная программа «Вояж, вояж», представляющая для нас инте-

рес как пример рекламной трэвел-журналистики. Официальный сайт предлагал услуги программы туристическим фирмам за 150 дол. за одну минуту трансляции [5]. За недолгое время своего существования программа сумела продемонстрировать низкий уровень журналистской, в том числе, операторской работы представителей туристических фирм.

Также на втором этапе происходит приобщение российской телеаудитории к общемировому информационному обмену: российские каналы начинают транслировать передачи иностранного производства телеканалов «BBC», «Discovery», «National Geographic» и других. У телезрителей появляется возможность выбора: теперь почти каждый телеканал имеет свою программу о путешествиях. Число российских телевизионных каналов растет, также происходит профилирование, которое на третьем этапе приведет к появлению специализированных телеканалов, полностью посвященных путешествиям.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОГРАММЫ О ПУТЕШЕСТВИЯХ (2000–2014)

Новые экономические условия определяют тип телевизионного контента [3], инфотейнмент становится решающим режимом подачи информации. На этом этапе критически сокращается количество просветительских программ и документальных фильмов о путешествиях, увеличивается количество развлекательных программ и мокьюментари. Формируется особый характер современного российского телевидения, управляемого стремлением телекомпаний извлечь наибольшую коммерческую выгоду, а не желанием учесть интересы и потребности общества [1].

В 1998 г. на телеканале ОРТ и в 2000–2008 гг. на РТР выходила программа «Вокруг света», которая с 2000 по 2001 г. называлась «Планета Земля». Съемочные группы программы

побывали более чем в 80 странах мира. Ведущими программы были Дмитрий Захаров, Михаил Кожухов, Андрей Понкратов, Ирина Пудова, Сангаджи Тарбаев, Дарья Субботина, Антон Зайцев [15]. Программа «В поисках приключений» выходила на том же телеканале с 2002 по 2006 г. Ее ведущий Михаил Кожухов до этого участвовал в создании «Международной панорамы» на Центральном телевидении, а в 2001 г. создал программу о странах СНГ «Верные друзья» на ОРТ. В основе проекта «В поисках приключений» было три неизменных композиционных элемента — рассказ о профессии, обучение ведущего этой профессии и участие в процессе работы. После закрытия программы и профессионального перерыва Михаил Кожухов создает в 2010 г. программу «Охота к перемене мест» на канале «Моя планета» и «Далеко и еще дальше» на телеканале ТВЗ.

Программа «Их нравы» впервые вышла в эфир 7 сентября 2003 г. на телеканале НТВ. Это программа журнального типа: каждый выпуск программы состоит из трех частей, посвященных той или иной стране [13]. Репортажи в программе делаются в информационном журналистском стиле. 17 сентября 2006 г. на том же канале началась демонстрация цикла из 16 передач «Шнур вокруг света», концепцией которого стало развенчивание различных этнографических мифов, созданных туристическими агентствами, глянцевыми журналами и кассовыми фильмами. В проекте не было места журналистской объективности: то, что происходило на экране интерпретировалось музыкантом и фронтменом группы «Ленинград» Сергеем Шнуровым.

С 11 февраля по 26 мая 2008 г. на «Первом» канале выходила программа «Одноэтажная Америка» Владимира Познера и Ивана Урганта об их 60-дневном путешествии по Соединенным Штатам Америки. Они повторяли авто-

мобильное путешествие советских авторов И. Ильфа и Е. Петрова от Восточного до Западного побережья США и обратно, предпринятое ими в 1935 году и описанное в книге «Одноэтажная Америка». Герои программы — В. Познер в роли Ильфа, И. Ургант в роли Петрова, и их американский гид Брайан Ган в роли мистера Адамса — сравнивают современную Америку с Америкой времен Ильфа и Петрова. Каждая серия программы — это фрагмент путешествия по определенным штатам США [11].

Заслуживают нашего упоминания новейшие программы отечественного телевидения. Одна из которых — «Магия приключений» Сергея Ястржембского, которая начала транслироваться на телеканале «Россия 2» 23 января 2011 г. В рамках первого сезона в эфире было показано 10 документальных фильмов из цикла «Вне времени», снятого кинокомпанией «Ястреб-Фильм». На данный момент существует уже три сезона программы «Магия приключений». Эти фильмы рассказывают о нравах, обычаях, традициях и судьбах редких, малочисленных и исчезающих народов.

В августе 2014 г. «Первый» канал начал демонстрировать документальный цикл фильмов «По следам великих русских путешественников». Автор фильмов — член Русского географического общества этнограф Леонид Круглов. Выпуски программы посвящены известным русским путешественникам и их маршрутам, по которым прошли современники — эти экспедиции проходили на верблюдах, собачьих и оленьих упряжках, на ледоколах, паруснике и т.д. Съёмки всего цикла передач заняли 8 лет [7].

Таким образом, третий период характеризуется бурным ростом количества трэвел-программ. Культурно-просветительские передачи постепенно переходят на узкоспециализированные эфирные и тематические кабельные и

спутниковые телеканалы. Растет и количество специализированных трэвел-каналов не только зарубежного, но и российского производства: в настоящий момент существует более десяти трэвел-каналов — «Телепутешествия», «Travel Channel», «Russian Travel Guide», «Моя планета», «Ocean-TV», «Viasat Explorer», «Nat Geo Wild», «DiscoveryTravel&Living», «Outdoor Channel», «Viasat Nature», «Nautica Channel» и др.

По данным «TNS Россия» в топовой десятке неэфирных каналов 2009 г. представлены четыре познавательных — «DiscoveryChannel», «Animal Planet», «NationalGeographicChannel» и «Охота и рыбалка». Из них абсолютный лидер — «DiscoveryChannel» с среднемесячным охватом аудитории в 9 442 тыс. зрителей. «Animal Planet» в этом рейтинге занимает 2-е место с охватом в 7 787 тыс. зрителей. В лидирующей десятке также телеканал «NationalGeographicChannel», занимающий 7-е место с 4 387 тыс. зрителей. В рейтинге по среднесуточному охвату аудитории также лидирует «DiscoveryChannel» с 3 105 тыс. зрителей. Также в десятку вошел телеканал «Animal Planet» с общим охватом в 2 169 тыс. зрителей, что ставит его на 3-е место [14].

Кратко приведя основные исторические этапы эволюции российской телевизионной трэвел-журналистики, мы принимаем попытку характеристики ее современного состояния, проблем, тенденций и перспектив. Мы полагаем, что приведенная история телевизионной трэвел-журналистики в России позволяет нам выявить некоторые общие закономерности в контексте современного телевидения, которые могут быть применимы и к зарубежной телевизионной трэвел-журналистике.

Итак, на современном этапе открываются новые возможности для трансляции трэвел-контента — теперь

передачи симультивно выходят на различных медиа, в том числе сети Интернет, совершенствуются творческие и технические возможности телевидения. В данной статье мы отмечаем, что революция в трэвел-журналистике происходит сразу в двух измерениях — содержательном и технологическом. Современная трэвел-журналистика подвергается содержательному изменению ввиду нескольких специфических процессов, главные из которых:

1. Изменение вектора дестинаций, или туристических направлений (от отдаленных к близким или местным).

2. Обусловленность предпочтительных мест для съемок туроператорами и поставщиками туристических услуг.

3. Стереотипизация образа определенных культур, которая зачастую сопровождается изображением превосходства одной из культур над другой («высших» над «низшими»).

4. Заимствование жанровых элементов из телепрограмм других жанров для привлечения внимания массового зрителя (прежде всего, реалити-шоу, юмористических, кулинарных, игровых программ).

Трэвел-журналистика, подобно многим другим телевизионным направлениям СМИ, подвержена влиянию инфотейнмента как особого приема передачи информации, реализуемого в:

1. Драматизации сюжета, которая заключается в превращении медийной продукции в шоу, своего рода спектакль [18]. Программы в стиле «инфотейнмент» апеллируют к эмоциям слушателей и зрителей, вызывая чувство сопереживания экранным героям.

2. Имитации спонтанности, при которой текст и действия героев заранее прописаны в сценарии, однако реализуются в стиле «лайв» — режиме реального времени.

3. Персонификации, при которой информация преподносится с точки зрения одного человека, через частную

историю, на основе которой делаются обобщения [6]. Персонафикация также проявляется в выборе ведущих и героев программы: популярность ставится выше профессионализма. Таким образом, личная жизнь человека — героя программы выносится на передний план.

4. Бытовизации телевизионной реальности, проявляющейся в обилии потребительской информации (сувениры, отели, гардероб).

Во многом эволюция отечественного научно-популярного телевидения географической тематики обусловлена технологическими и структурными изменениями СМИ. Технологические изменения, произошедшие за последнее десятилетие с телевизионной трэвел-журналистикой, носят глобальный характер. Таким образом, современная трэвел-журналистика характеризуется несколькими процессами.

Первый процесс — это *дигитализация*, т.е. переход СМИ в цифровой формат, при котором информационный продукт передается по каналам электронной коммуникации. Дигитализация устраняет различия между отдельными видами СМИ и в какой-то мере ведет к конвергенции.

Второй процесс — это *конвергенция*, который характеризуется процессами схождения и взаимоуподобления медиа. Процесс конвергенции реализуется в интеграции информационных и коммуникационных технологических платформ, а также унификации передаваемых ими информационных продуктов [2]. Конвергенция в будущем сможет стереть различия между отдельными видами СМИ: на одной платформе можно будет получить любые виды информационных услуг. Уже сейчас подобная модель СМИ реализована на портале телеканала «Моя планета»: в одном месте можно смотреть, слушать, общаться с другими путешественниками, загружать свой материал (после регистрации).

Третий процесс — это *конгломерация*, обозначающий слияние и сосредоточение существующих медиа в руках относительно небольшого числа владельцев. Многие владельцы географических СМИ совмещают традиционные и электронные медиа — владеют телепрограммой, телеканалом, журналом, веб-сайтом с материалами по подписке, а также радиопрограммой или подкастами (Например, «Вокруг Света» (журнал, телепередача, радиопередача, веб-сайт), «Моя планета» (телеканал, вебсайт), «National Geographic» (журнал, телеканал, youtube-канал, вебсайт и т.д.) и другие). Одновременное владение несколькими СМИ обеспечивает тиражирование и высокую доходность продукта. Также многие географические СМИ владеют интернет-магазинами, где торгуют товарами для активного отдыха и туристическим снаряжением.

Нельзя не отметить процесс глобальной *унификации* телевизионного контента, произошедшего благодаря повсеместной интернетизации. В настоящее время Интернет заполнен нелегальным контентом от известных производителей, например, телеканалов «BBC», «National Geographic» и др. Этот процесс неизбежно будет происходить и далее, вплоть до осуществления полного юридического (в том числе и международного) контроля за нелегальным содержанием Интернет-ресурсов подобных *thepiratebay.se*, *rutracker.org*, *vk.com* и многих других.

Появление единой информационно-коммуникационной среды выдвигает перед профессиональным сообществом проблему *содержательного и выразительного наполнения контента*. После появления возможности публикации новых трэвел-медиапродуктов в сети Интернет их содержательное наполнение становится довольно сложно контролируемым. Модерация таких материалов приобретает особое зна-

чение в современных условиях существования трэвел-журналистики.

Таким образом, кратко охарактеризовав самые знаковые трэвел-программы, мы проследили путь становления самого жанра телевизионной трэвел-программы. Несомненно, за всю историю отечественного телевидения трэвел-программ было больше, однако мы выделили наиболее существенные для данного исследования. Приведенная история телевизионной трэвел-журналистики в России позволяет нам выявить некоторые закономерности развития, проблемы и тенденции современной трэвел-журналистики. Мы выяснили, что

в настоящее время формируется единая мультимедийная среда, в которой могут свободно циркулировать потоки медиаконтента вне зависимости от страны производства. Общедоступность этой среды, и в частности функционирование Интернета как социальной трибуны, доступ к которой есть у каждого, и есть реализованная глобализация в сфере СМИ. Современная российская трэвел-журналистика находится на пороге перехода на новый этап развития, когда пользователь телевидения сам по желанию сможет не только составить собственную телепрограмму, но и участвовать в ее создании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникина М.Е. Куда идет ТВ: от журналистики к развлечению / М.Е. Аникина // СМИ в меняющейся России / под ред. Е.Л. Ватановой. — М., 2010.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие / Е.Л. Вартанова. — М., 2003.
3. Демина И.Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И.Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 172–181.
4. Демина И.Н. Ценности в жизни общества: характеристика социальной роли / И.Н. Демина // Массмедиа и ценностные отношения общества : сб. науч. ст. / под ред. Г.В. Лазутиной. — М., 2013. — С. 17–25.
5. Для туристических фирм. — URL: <http://v-v.narod.ru/pricevoyage.html>.
6. Еремина Д.А. Тенденция к развлекательности современных массмедиа в контексте философской традиции / Д.А. Еремина // Вестник МГОУ. Серия Философские науки. — 2013. — № 4. — С. 7–43.
7. Жизнь в Аватаре. На Первом канале выходит цикл «Семь великих русских путешественников» // Российская газета. — 2014. — URL: <http://www.rg.ru/2014/07/03/puteshestvenniki.html>.
8. Константинова Е.Г. Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления / Е.Г. Константинова // Медиаскоп. — 2009. — № 1. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/290>.
9. Лапина И.Ю. Основные тенденции функционирования научно-популярного телевидения : дис. ... канд. филол. наук / И.Ю. Лапина. — М., 2005.
10. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса / С.А. Муратов. — М., 1997.
11. Одноэтажная Америка // Litblog.ru: книжные новинки и рецензии на книги. — 2008. — URL: <http://www.litblog.ru/odnoetazhnaya-amerika/>.
12. ООО «Туристическое агентство “Путевые советы”» // allinfo24.ru: AllInfo24 — информация об организациях России. — 2010. — URL: http://allinfo24.ru/company/ooo-turisticheskoe-agentstvo-putevye-sovety_id1101487.html.
13. Программа «Их нравы» с Дмитрием Захаровым // geografia.ru: страноведческая журналистика. — 2006. — URL: <http://www.geografia.ru/intv.html>.
14. Телевидение в России 2009 г.: Состояние, тенденции и перспективы развития : докл. / под общ. ред. А.Ю. Романченко, Е.Л. Вартановой, В.П. Коломийца. — М., 2009.
15. Телепрограмма «Вокруг света». — URL: <http://www.vokrugsveta.ru/tv/vs/>.
16. Телепутешествия // tripadvisors.narod.ru: Туристический путеводитель. — 2010. — URL: <http://www.tripadvisors.narod.ru/teleputeshestviya.html>.

17. Фролова Т.И. Проблемы социальной сферы в телевизионной журналистике / Т.И. Фролова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2014. — № 2. — URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19037>.

18. Schöbi K. Infotainment. — Luzern: PHZ Luzern, 2012. — 24 p. — URL: http://themen.zembi.ch/infotainment/AktualisierungBuch_Version08a_24Seiten.pdf.

REFERENCES

1. Anikina M.Ye. Whither TV: from journalism to entertainment. In Vatanova Ye.L. (ed.) *SMI v menyayushcheysya Rossii* [Media in a changing Russia]. Moscow, 2010. (In Russian).

2. Vartanova Ye.L. *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Mediaekonomika foreign countries]. Moscow, 2003.

3. Demina I.N. Methodological approaches to the mission and goals of media system. *Vo-prosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2013, no. 1, pp. 172–181. (in Russian)

4. Demina I.N. Values in society: the role of social characteristics. In Lazutina G.V. (ed.) *Massmedia i tsennostnyye otnosheniya obshchestva* [MEDIA societal attitudes and values, Collection of scientific works]. Moscow, 2013, pp. 17–25. (In Russian).

5. For travel agencies. Available at: <http://v-v.narod.ru/pricevoyage.html>. (In Russian).

6. Yeremina D.A. The trend towards entertaining the media in the context of modern philosophical tradition. *Vestnik MGOU. Seriya Filosofskiyey nauki = Newsletter of MGOU, a series Philosophical science*, 2013, no 4, pp 7–43. (In Russian).

7. Life in Avatare. The cycle called «Seven great Russian trevelers» is started on the first channel. *Rossiyskoy gazety = Russian newspaper*, 2014. (In Russian). Available at: <http://www.rg.ru/2014/07/03/puteshestvenniki.html>.

8. Konstantinova Ye.G. Popularization of science on the modern russian TV: crisis of a district and ways of negotiation. *Mediascope = Mediascope*, 2009, no. 1. (In Russian). Available at: <http://www.mediascope.ru/node/290>.

9. Lapina I.Yu. *Osnovnyye tendentsii funktsionirovaniya nauchno-populyarnogo televideniya. Kand. Diss.* [The main trends in the popular science television. Cand. Diss.]. Moscow, 2005.

10. Muratov S.A. *Nravstvennyye printsipy telezhurnalistiki: Opyt eticheskogo kodeksa* [Ethical princirles of TV-journalism: Experiens of Ethical's rule-book]. Moscow, 1997.

11. *Of singel storeyed America*. Available at: <http://www.litblog.ru/odnoetazhnaya-amerika/>. (In Russian).

12. *The tourists agency «Travels advices»*. Available at: http://allinfo24.ru/company/ooo-turisticheskoe-agentstvo-putevye-sovety_id1101487.html. (In Russian).

13. *TV-programm «Theirs nature»*. Available at: <http://www.geografia.ru/intv.html>. (In Russian).

14. Romanchenko A.Yu., Vartanovoy Ye.L., Kolomyitsa V.P. (eds) *Televideniye v Rossii 2009 g.: Sostoyaniye, tendentsii i perspektivy razvitiya* [TV in Russia in 2009 year: Report]. Moscow, 2009.

15. *TV-programm «Around the World»*. Available at: <http://www.vokrugsveta.ru/tv/vs/>. (In Russian).

16. *TV-journey*. Available at: <http://www.tripadvisors.narod.ru/teleputeshestviya.html>. (In Russian).

17. Frolova T.I. Problems of social sphere in TV journalism. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economic Akademy*, 2014, no. 2. (In Russian). Available at: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19037>.

18. Schöbi K. *Infotainment*. Luzern, 2012, 24 p. Available at: http://themen.zembi.ch/infotainment/AktualisierungBuch_Version08a_24Seiten.pdf