



Received: October 17, 2024
Accepted: December 20, 2024
Available online: December 25, 2024

Климентина Исмаилова

Доктор филологических наук (DSc), доцент
Узбекский государственный университет
мировых языков
Ташкент, Узбекистан

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ УЗБЕКИСТАНА

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию вопросов интенсивно развивающегося в телевизионной журналистике Узбекистана трэвел-вещания. Выявляется специфика данного сегмента телевидения республики, раскрывается его роль в ознакомлении зрителей с культурой и традициями как своей страны, так и других народов, наций и народностей. Приводятся факторы, обуславливающие востребованность трэвел-вещания в настоящее время. В статье рассматриваются вопросы терминологической сущности журналистики путешествий и на основе анализа существующих определений трэвел-журналистики выдвигается собственная формулировка понятия «телевизионная трэвел-журналистика».

В статье обосновывается положение о том, что телевидение многократно усиливает влияние современной трэвел-журналистики. Особенности телепросмотра, способность переносить зрителя в любую точку земного шара, возможность показа увиденного в момент его свершения – все это делает ТВ привлекательным каналом для трэвел-контента. Отмечается роль новых технологий, предоставляющих возможности для появления новых форм трэвел-вещания и определяются творческо-технологические инновации этого телевизионного направления.

В статье выделяются устойчивые признаки телепередач трэвел-направленности, анализируются их модификации. Рассматриваются актуальные аспекты развития отечественного

Klimentina Ismailova

Filologiya fanlari doktori (DSc), dotsent
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O‘zbekiston
E-mail: iroda_ismailova@mail.ru
ORCID iD: 0009-0000-0169-3660

O‘ZBEKISTON TELEVISION TREVEL-JURNALISTIKA TARAQQIYOTINING DOLZARB JIHATLARI

ANNOTATSIYA

Maqola jadal rivojlanayotgan, biroq televizion jurnalistikaning yetarlicha tadqiq etilmagan segmenti – sayohatlar va turizm jurnalistikasiga bag‘ishlangan. Unda televizion trevel-jurnalistikaning zamonaviy mediamuhitda fenomen sifatida o‘ziga xosligi aniqlangan, tomoshabinlarga o‘z xalqining turmush tarzi, boshqa millatlarning an‘analari va madaniyati haqida ma‘lumot berishdagi roli ochib berilgan. Bugungi kunda trevel-efirming dolzarbligini belgilovchi omillar keltirilgan. Muallif trevel-jurnalistikaning terminologiyasi masalasini ko‘tarib, uning mavjud ta‘riflari asosida “televizion trevel-jurnalistika” tushunchasiga ta‘rifni taklif qiladi.

Televideniye zamonaviy trevel-jurnalistikaning ta‘sirini bir necha barobar oshirishi to‘g‘risidagi fikr asoslanib, teletomoshaning o‘ziga xosligi, tomoshabinni Yer sharining istalgan nuqtasiga olib o‘tish imkoniyatlari, voqeani u sodir bo‘layotgan vaqtda tomosha qila olish – bularning barchasi televizion trevel-kontent uchun jozibador kanalga aylantiradi. Trevel-ko‘rsatuvlar yangi shakllarining paydo bo‘lishi uchun a‘lo imkoniyatlarni taqdim etuvchi yangi texnologiyalarning roli ta‘kidlanadi. Mazkur televizion yo‘nalishning ijodiy-texnologik innovatsiyalari aniqlanadi.

Maqolada trevel yo‘nalishdagi teledasturlarning mo‘tadil belgilari ko‘rsatiladi, ularning modifikatsiyalari tahlil qilinadi. Ekran trevel-jurnalistikasi rivojining ijtimoiy ahamiyatga molik dolzarb muammolariga alohida e‘tibor

трэвел-вещания. Определяются характерные особенности функционирования трэвел-передач в различных вещательных структурах. Значительное место отводится рассмотрению эффекта воздействия трэвел-программ на восприятие аудитории.

Роль телевидения путешествий является эффективным средством межнациональной и межкультурной коммуникации, поскольку оно связано с процессами глобализации и международными отношениями. При этом указывается влияние рыночных механизмов на меняющийся характер трэвел-передач, проявляющееся в отходе от аналитичности к инфотейнменту. Трэвел-контент оказывается включенным в общий процесс коммерциализации эфира, при этом следует отметить, что просветительский, образовательный потенциал трэвел-телевещания полноценно не используется.

На основе конкретных примеров из телевизионной практики Узбекистана предлагается собственная система тематических направлений трэвел-контента. Обозначаются тенденции развития современного трэвел-вещания, определяются проблемы и пути их решения. Обосновывается необходимость качественной подготовки высококвалифицированных кадров для журналистики путешествий и туризма.

Ключевые слова: телевизионная трэвел-журналистика, путешествие, туризм, трэвел-контент, эфир, программа, телевидение, телезрители, канал, трансляция.

ВВЕДЕНИЕ

Современное телевидение развивается в условиях усиливающейся коммерциализации, «разгула» инфотейнмента, нарастания конвергенции. На активизацию телевизионного трэвел-вещания в немалой степени оказывают влияние и процессы глобализации. Востребованность трэвел-журналистики в настоящее время обусловлена двумя факторами: расширяющимися международными связями и развитием туризма как сферы культурного обмена.

Большое значение придается развитию туризма в нашей стране. В соответствии с Указом главы государства «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года туризм определен в качестве стратегической отрасли экономики нашей страны [УР-4861, 2016]. Постановлением Президента от 16 августа 2017 года утверждена Программа первоочередных мер по развитию туризма на 2018-2019 годы [РР-3217, 2017].

qaratiladi. Turli telekanallardagi trevel-dasturlarning o'ziga xos jihatlari aniqlanadi. Auditoriyaning ongiga sayohatlar va turistik turlar haqidagi ko'rsatuvlarning ta'siri tadqiqiga ham alohida e'tibor berilgan.

Tadqiqot metodologiyasi muhim millatlara-ro va madaniyatlararo kommunikatsiya vositasi sifatida televideniye vazifasining dolzarblashishiga asoslanadi. Sayohatlar va turizm to'g'risidagi televizion ko'rsatuvlar bugungi globalizatsiya jarayonlari, xalqaro munosabatlar bilan chambarchas bog'liqdir. Shu bilan birga, tahliliylikdan infoteynmentga o'tish, trevel-dasturlarning o'zgarayotgan xarakteriga bozor mexanizmlarining kuchaib borayotgan ta'siri yorqin tendensiyalar sifatida asoslangan. Trevel-kontent efirmi tijoriylashtirish jarayoniga kirib borayotgani, biroqtrevel-jurnalistikaning ma'rifiy, ta'limiy imkoniyatlaridan to'laqonli foydalanilmayotgani aniq misollarda ko'rsatib berilgan.

O'zbekistonning televizion amaliyotidan muayyan televizion loyihalar orqali trevel-jurnalistikaning etnografik, animalistik va boshqa mavzuli yo'nalishlari o'rganilib, zamonaviy trevel-efirning rivojlanish tendensiyalari yoritilgan va muammolar hamda ularni hal qilish yo'llari aniqlangan. Turizm va sayohatlar jurnalistikasi uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlash zarurati asoslangan.

Kalit so'zlar: televizion trevel-jurnalistika, sayohat, turizm, trevel-kontent, efir, dastur, televideniye, teletomoshabinlar, kanal, translyatsiya.

9 февраля 2021 года Ш.М. Мирзиёев утвердил законопроект по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Узбекистане. В документе «конкретизированы цели по совершенствованию туристического сервиса, качественному развитию дорожно-транспортной инфраструктуры и обеспечению выгодных условий как для иностранных, так для внутренних туристов» [UP-6165, 2021].

3 июня 2024 года Президент Республики Узбекистан на видеоселекторном совещании по мерам улучшения туристической инфраструктуры в регионах и увеличению потока иностранных туристов отметил важность организации масштабной рекламной кампании по продвижению туристической сферы республики. Глава государства подчеркнул особую роль в данном направлении телевидения и социальных сетей: «В рекламной кампании наряду с телевидением широко будут использоваться социальные сети. Для телевизионщиков и блогеров с большой аудиторией будут организованы информационные туры» [“Opredelennyue zadachi po podderzhke”, 2024]. На встрече Ш.М. Мирзиёев предложил создать общественный совет по развитию туризма, что было горячо поддержано присутствовавшими на встрече представителями сферы и предпринимателями.

В подтверждение актуальности сферы туризма в глобальном контексте, Ш.М. Мирзиёев на 25-й сессии Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации призвал международную общественность объявить 2025 год Всемирным годом инклюзивного туризма [“Shavkat Mirziyoyev poprosil ob”yavit’ 2025”, 2023].

Весомым доказательством проводимой в этом направлении работы стало создание круглосуточно вещающего телеканала «Dunyo bo‘y’lab». Он был организован согласно Постановлению Президента Узбекистана «О расширении количества цифровых телеканалов Национальной телерадиокомпании Узбекистана, их полноформатного использования, качественного наполнения и обслуживания» от 30 июля 2012 года. Среди основных задач телеканала было обозначено: «...широкое информирование международной общественности и населения страны об уникальном туристическом потенциале Узбекистана, возможностях и уровне развития познавательного и экологического туризма, подготовку высокохудожественных научно-популярных и просветительских программ об Узбекистане и их распространение на лицензионной основе на зарубежных каналах, а также популяризацию здорового образа жизни и активных форм отдыха» [UP-4532, 2013].

Все вышесказанное определяет актуальность выявления специфики трэвел-программ на телевидении, принципов их подготовки и продвижения на информационном рынке. Международный опыт трэвел-вещания наглядно демонстрирует количественную и качественную динамику данного сегмента журналистики. Достаточно привести в доказательство появление таких специализированных каналов, как Travel Channel, «Телепутешествия», Russian Travel Guide (RTG), Discovery, «Моя Планета».

Вместе с тем следует отметить, что интенсивно развивающийся на практике данный вид телевизионной журналистики еще не получил должного отражения в работах исследователей. Малоизученными остаются вопросы места трэвел-журналистики в системе телевидения, ее функциональной направленности, дифференциации трэвел-программ, их стилевых особенностей, анализа ведения.

В этой связи представляется важным рассмотрение трэвел-журналистики как важного феномена современного телевидения, обозначения критериев журналистского мастерства при организации и ведении трэвел-передач. Проведение сравнительного анализа трэвел-телепрограмм зарубежных и узбекистанских ТВ-каналов, по-нашему мнению, позволит не только обобщить опыт телевизионных путешествий в нашей стране, сопоставить его с международным, но и наметить конкретные пути повышения эффективности деятельности отечественных телевизионных служб по ознакомлению населения республики с культурой, достопримечательностями, традициями других народов, способствовать, по выражению нашего Президента, «...дальнейшему укреплению многовековой дружбы, отношений добрососедства, стратегического партнерства и взаимного доверия с государствами Центральной Азии...нашими основными партнерами – Россией, Китаем, США, Турцией, Германией, Францией, Великобританией, Южной Кореей, Японией, Индией, Пакистаном, Объединенными Арабскими Эмиратами и другими государствами» [“Poslaniye Prezidenta Uzbekistana”, 2020].

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось на основе принципов объективности и точности. Были использованы описательный, логический, сравнительно-сопоставительный методы, наблюдение (просмотр) для работы с эфирными материалами отечественных и зарубежных телеканалов.

Анализ дефиниций понятия «трэвел-журналистика» способствовал выявлению существенных и отличительных признаков телевизионного сегмента данного явления. Обобщение опыта проявления трэвел-вещания в современном медиапространстве определило основу для выявления особенностей телевидения как эффективного канала для трэвел-контента.

Эмпирическую базу составили трэвел-передачи телевидения Узбекистана, трэвел-проекты ведущих телевизионных служб мира, материалы сайтов телекомпаний, интервью с создателями трэвел-контента.

Применение комплексного и системного подходов, с одной стороны, обусловило рассмотрение внутренних процессов журналистики путешествий и туризма во взаимосвязи с явлениями внешней среды – процессами глобализации, коммерциализации, цифровизации и медиаконвергенции. Посредством системного метода феномен «трэвел-вещание» исследовался также как самостоятельная система со своеобразной структурой, тематическим и жанровым арсеналом.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Обратимся к рассмотрению понятийной сути трэвел-журналистики. Это,

по нашему мнению, позволит не только обозначить специфику рассматриваемого явления, но и позволит выявить особенности телевизионного трэвел-вещания, определить его жанровую палитру, тенденции развития, существующие проблемы и дальнейшие перспективы.

Википедия определяет трэвел-журналистику (от англ. traveljournalism) как «особое направление в массмедиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях (от англ. travel) в контексте разработки таких тем, как география, история, культура, туризм и др. Трэвел-журналистика представляет собой синтетическое направление, опирающееся на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа, то есть информацию, связанную с путешествиями и туризмом, и, как следствие, аудиторию, соответственно заинтересованную в специфической тематике» [“Trevel-zhurnalistsika”, 2024].

Свою трактовку трэвел-журналистике дает исследователь Тамара Редкина: «Трэвел-журналистика, или журналистика путешествий, – один из динамически развивающихся тематических направлений современной журналистики, которая представлена адресату в виде совокупности трэвел-медиа-текстов» [Redkina, 2013; 7].

По мнению М.С. Штейман и А.В. Покачаловой «Изначально журналистика путешествий оповещала людей о необычном и интересном вокруг них, а сегодня она представляет собой содержательный элемент с панорамой культурного и досугового образа жизни, без которого немислима познавательная журналистика в целом» [Shteyman & Pokachalova, 2019; 130].

Исследователь Н.Кривцов полагает, что трэвел-журналистика представляет собой политематическое и многожанровое, комплексное направление, и особо подчеркивает, что разделительная черта между беллетристикой и журналистикой пролегает не в плоскости терминологии, а в том, что «беллетристика позволяет и подразумевает вымысел, а журналистика всегда означает строгое следование фактам» [Krivtsov, 2017; 350-351].

Английские ученые Д.Крауч, Р.Джексон, Ф.Томпсон отмечают роль трэвел-журналистов в социализации действительности, называя их проводниками в преобразовании культурных контекстов [Crouch et al., 2005; 96]. Тем самым они выделяют социокультурную сущность трэвел-журналистики.

Исходя из вышеизложенных определений, постараемся обозначить специфику телевизионного сегмента трэвел-журналистики. По нашему мнению, телевизионное трэвел-вещание – это особое направление аудиовизуальной журналистики, посвященное туризму и путешествиям, которое при помощи широкого спектра выразительных средств (планов, ракурсов, музыки, интершумов, монтажа) знакомит зрителей с историей и современной жизнью стран мира. Это направление телевещания, которое способствует сближению наций и народностей в контексте глобальных межкультурных связей.

Возвращаясь к вопросу о необходимости изучения телевизионного трэвел-вещания, следует отметить отсутствие четкой дифференциации телевизионных передач о туризме и путешествиях.

Существуют классификации трэвел-текстов, предложенных на основе печатных изданий. Так, Т.Ю. Редькина выделяет три типа трэвел-медиатекста: «...информационно-познавательный (интенция убеждения преобладает над интенцией информирования (просвещения), информационно-популяризирующий (информирование преобладает над убеждением) и информационно-рекламный (нацелен на побуждение к совершению действия)» [Red'kina, 2013; 7]. Функция информирования, по мнению исследователя, является обязательной для трэвел-медиатекста.

И.В. Калинин, основываясь на изменившейся геополитической ситуации последних лет, предлагает «проследить трансформацию трэвел-медиатекста с точки зрения не только просветительской, популяризирующей и рекламной интенций, но также в аспекте имиджевой и идеологической составляющей» [Kalinin, 2016; 40].

Тем самым он выдвигает новую модель типологии трэвел-медиатекстов – информационно-рекламный, информационно-развлекательный, информационно-популяризирующий и информационно-идеологический.

Некоторые исследователи разделяют периодическую печать, связанную с тематикой путешествий, на: «универсальные или массовые; специализированные; узкоспециализированные; профессиональные и точечные информационно-аналитические; универсальные и специализированные оперативно-справочные; универсальные и специализированные рекламно-коммерческие периодические издания» [Luchinskaya, 2009; 63].

Разработана и типология трэвел-блогов

Так, белорусские ученые Н.Г. Стежко и П.О. Недвецкая приводят следующие категории блогов о путешествиях: «категория «потребитель для потребителя» (consumer to consumer или C2C), категория «бизнес для бизнеса» (business to business или B2B), категория «бизнес для потребителя» (business to consumer или B2C) и категория «государство для потребителя» (government to consumer или G2C)» [Pokazan'yeva, 2015].

Анализ типологий трэвел-медиатекстов показал, что они различаются, главным образом, в зависимости от авторской сверхзадачи. В соответствии с интенциями журналиста на телевидении, как нам представляется, они могут быть *познавательными, развлекательными, рекламными*.

Разнообразен и спектр жанров трэвел-передач. Беря свое начало с путевых очерков и образовательных видео-лекций, современная телевизионная трэвел-журналистика проявляется в научных фильмах, документальных циклах и сериалах, просветительских передачах, реалити-шоу, трэвел-викторинах и играх, рекламных роликах.

На зарубежных и национальных телеканалах сегодня нередко можно наблюдать открытое восхваление туристических услуг и конкретных туроператоров. Именно поэтому исследователи трэвел-вещания указывают на важность учета экономического фактора, нередко отрицательно влияющего на объективность освещения трэвел-тематики. Опыт показывает, что зачастую обеспечение

журналиста в путешествии бесплатным режимом «все включено» приводит к предвзятому показу объектов страны пребывания, к приукрашиванию действительности. Как справедливо отмечено: «Это один из важнейших факторов, который делает трэвел-журналистику легкой добычей для рекламистов» [Hanitzsch, 2008].

Таким образом можно сделать заключение о том, что главная проблема современной трэвел-журналистики – проблема социальной ответственности журналистов, специализирующихся на создании телепередач о путешествиях. Сегодня, как никогда, требуется сознательное отношение журналиста к своей деятельности, следование социальным ценностям, регуляция контента трэвел-тематики, полноценное использование просветительского потенциала трэвел-программ.

Телевидение многократно усиливает влияние современной трэвел-журналистики. Современное телевидение – это не только шоу, фильмы, передачи, но и мощный инструмент воздействия на общественное сознание. Как верно подметил Виктор Пелевин «Телевизор – пульт дистанционного управления телезрителем» [Pelevin, 2003; 34].

В совокупности аудитория телевидения составляет миллионы, но просмотр телепередач, как правило, происходит индивидуально или в кругу семьи. Это отличительное свойство телепросмотра, предполагающего особый контакт коммуникатора с телезрителями, ведь телевидение одновременно обращается к многомиллионной аудитории и к отдельному ее представителю – потребителю телевизионной продукции.

Для трэвел-журналистики телевидение привлекательно еще и тем, что обладает способностью переносить зрителя в любую точку земного шара. Благодаря новым информационным технологиям, в частности, спутниковой связи, трэвел-журналисты получили возможность показа увиденного в момент его свершения, т.е. в формате прямой трансляции.

Есть и ограничительные свойства ТВ для трэвел-журналистики – это большие затраты времени и средств. По сравнению с другими телевизионными программами подготовка к эфиру очередного трэвел-выпуска требует больше времени на сборы и переезды съемочной группы, доставки аппаратуры. Нельзя скидывать со счетов, что съемки трэвел-передач проходят в разных климатических условиях и местах: в пустыне, в горах, на глубине моря или океана, в джунглях и т.д. Для этого нужно иметь хорошо обученную съемочную группу, дорогостоящие технические средства. Но как показывает практика, именно такие трэвел-проекты имеют высокий рейтинг и собирают у экранов телевизоров людей разных возрастов и интересов.

Современная телевизионная трэвел-продукция в тематическом плане настолько разнообразна, что полноценно проанализировать ее тематические направления практически не представляется возможным. Тем не менее, исследователями традиционно выделяются три группы тематики трэвел-передач: этнографическая тематика, современные темы-тренды и оригинальные трэвел-

проекты [Dolgorova, 2017; 36].

Опираясь на специфику отечественного телевизионного трэвел-вещания, нами формально выделены четыре основные группы тематических направлений, свойственных передачам о путешествиях. В первую группу входят самые распространенные в национальном телевизионном вещании передачи о путешествиях по своей стране. Вторая группа характеризуется телевизионными экскурсиями по миру. Третья группа включает телепроекты кулинарного профиля. К четвертой группе можно отнести программы экстремального туризма.

Каждая страна сама выбирает конкретный аспект телевизионного путешествия по родной вотчине. Так, в проекте «Святыни России» семьи известных на всю страну людей – Антона и Виктории Макарьских, Михаила и Катерины Башкатовых, Глафиры Тархановой и Алексея Фадеева, Агнии Кузнецовой и Максима Петрова – путешествуют по святым местам России и делятся своими впечатлениями о посещаемых храмах, монастырях, святых источниках [“Sem’i, izvestnyye vo vsej strane”, n.d.]. Примечательно, что рассказ о местах паломничества ведется не только от имени звездных героев, но и через призму восприятия их коренных жителей.

На телевидении Узбекистана данное тематическое направление представляют цикловые передачи «Xush kelibsiz» («Добро пожаловать»), «Mening o‘lkam» и др. В них нашли отображение древние памятники нашей страны, ее современный облик, культурные богатства и быт узбекского народа.

Среди телевизионных проектов этой тематики особое место занимают передачи, посвященные каким-либо отраслям жизнедеятельности страны, либо знаковым событиям. Так, в цикле «Остров Крым» (Первый канал РФ) рассказывалось о полуострове в годы Первой мировой войны, о героической обороне Крыма и Севастополя в период Великой Отечественной войны, а Арина Шаропова, к примеру, знакомила с маршрутом из Коктебеля до Арабатской косы и берега Азовского моря! [“Ostrov Krym”, 2021].

На телеканале «Dunyo bo‘ylab» представителем такого типа передач является программа «Добро пожаловать». Ведут ее поочередно Аюбир Азимов и Тигранбек Кодиров. Так, в выпуске от 7 июля сего года соотечественники и гости нашей страны познакомились с красотами Чарвакского водохранилища. Зрители узнали, что это искусственное озеро называют «жемчужиной Тянь-Шаня», вместе с ведущим они побывали в поселке Богистон, где родились великие мыслители Востока шейх Ховенди ат-Тахур (Шейхантаур) и известный в мире великий суфий Убайдулла Ахрор [Dobro pozhalovat’!, 2024].

Примечательна в этом плане и трэвел-программа Эльмиры Тухватуллиной «Все о туризме». Первоначально программа называлась «Туризм – ревью», это было своеобразное туристическое обозрение, и передача была несколько узконаправленной. А ее нынешнее название и формат уже помогают охватить все направления туризма – и авиацию, и транспорт, и развлечения, и фольклор.

Благодаря Эльмире Тухватуллиной зрители смогли лучше узнать популярное место в Маргилане – Урам Самовар. Оно существует со времён Шёлко-

вого пути, когда здесь останавливались караваны торговцев в чайханах. Здесь готовят уличную еду. Местные в шутку говорят: наш стрит-фуд. Эльвира открыла узбекистанцам много путешествующего по Центральной Азии голландского художника Рональда Кляйера, который, полюбив нашу землю, многие годы живет в Узбекистане, раскрывая в своих картинах неповторимые черты нашего края и характер простых людей в удаленных от городов селениях [“Proyekt Ronal’da Klyayera”, 2023].

Немало создано блистательной телеведущей сюжетов о Бухаре, Самарканде, Хиве, других городах, величественной архитектуре восточного Средневековья, синтезе нового и старого в нашей жизни. Особого внимания заслуживают ее передачи о туристических сообществах энтузиастов, туристических маршрутах. Так, в одном из выпусков передачи «Все о туризме» от 29 июня 2024 года Эльвира Тухватуллина с командой TrekkingClub Uzbekistan познакомила зрителей с турами и походами.

С функцией ознакомления аудитории с достопримечательностями родного края успешно справляется и программа «Экспедиция» на том же канале «Dunyo bo‘ylab». К примеру, в сентябре 2024 года по воскресеньям в репортажной форме телезрителям была предоставлена возможность побывать в Гиждуване, туристических объектах Самаркандской и Наманганской области, в местах паломничества Ташкентской области. Такие передачи обладают большим положительным зарядом, способствуют посещению нашей страны иностранцами в качестве туристов, продвижению Узбекистана на мировой арене.

В данной группе трэвел-передач можно выделить телепрограммы об Узбекистане, подготовленные зарубежными коллегами. Так, в 2022 году на Первом канале РФ состоялась премьера документального фильма «Узбекистан. Заглянуть за горизонт». Ведущий Вальдис Пельше, в анонсе к телевизионному проекту, провозглашал: *«Приглашаем совершить путешествие и вместе со съемочной группой посетить древнейший город, ровесник Рима и Вавилона, некогда центр Великого шелкового пути – Самарканд. Увидеть не только его главную площадь – Регистан, но и узнать, как 500 лет назад создавались самые точные в мире астрономические расчеты Мирзо Улугбека; как более 2 000 лет назад делали самую долговечную бумагу. Побывать в Ташкенте: он строится очень быстро, не смотря на сейсмически активную зону теперь здесь есть и отели-небоскребы! Увидеть мощнейшую в мире уникальную Солнечную печь, способную за несколько секунд выдавать температуру свыше 3000 градусов по Цельсию. И конечно же, побывать на цветущих маковых полях: найти их в Узбекистане – большая удача»* [“Uzbekistan. Zaglyanut’ za gorizont”, 2022]

В последние годы наблюдается возрастающий интерес зарубежных каналов к нашей республике. Летом 2023 года британский телеканал “BBC World News” рассказал о туристическом потенциале Узбекистана, включив в популярную еженедельную телепрограмму “The Travel Show” 23-минутную передачу об Узбекистане. После премьерного показа она шла в эфире международного канала с повтором 4 месяца [“Krupneyshiy britanskiy telekanal”, 2023].

Осенью того же года в Узбекистане побывала творческая группа культурно-этнографического проекта «Поедем. Поедим!». Ведущий данной рейтинговой программы канала НТВ Федерико Арнольди познакомился с древнейшими городами Узбекистана – Самаркандом и Бухарой. Он увидел чарующие мечети и роскошные дворцы, научился выбирать самую вкусную дыню, самостоятельно зажарил барашка на вертеле и узнал секреты приготовления вкуснейшего плова [“Uzbekistan: goryacheye gostepriimstvo”, 2024].

Следующую группу тематических направлений трэвел-журналистики представляют путешествия по миру. Среди российских программ в этом плане следует выделить сравнительно новый проект на канале «Россия-1» – «Взял и поехал». Впервые он вышел в эфир 6 марта 2024 года. Ведет его бывший блогер, путешественник Владимир Карманов. Уникальность данной программы заключается в том, что создатели не пропагандируют красоты страны, которую посещают. Чаще всего они бывают в местах, которые небезопасны для съемки. И героями передач являются не совсем обычные люди, а беженцы, гастарбайтеры, отшельники... Задача программы – показать, что путешествие – это и захватывающие впечатления, и реальные опасности. Так, в одном из выпусков Владимир показал наркопритон, и рассказал о молодых людях, пытающихся завязать с пагубным увлечением. И даже подержал в руках ружье наркоторговца [Карманов, n.d.].

На отечественных телеканалах группу передач о путешествиях по миру долгое время возглавляла передача «Jahon bo‘yulab» («Вокруг света»). Первоначально передача выходила на канале «Dunyo bo‘yulab» только на русском языке с известной телеведущей, заслуженным журналистом Республики Узбекистан, обладателем медали «Mustaqillik» Эльмирой Тухватуллиной. Это было в 2015 году. Ровно через год передача начала транслироваться на этом же канале на узбекском языке с ведущим Собиром Турдиевым.

Передачи «Jahon bo‘yulab» и «Вокруг света» рассказывали не только о странах, но и героях, событиях нашего времени. Создатели цикла не ставили целью показать живописные места страны посещения, они стремились через удивительные истории жителей открыть ее самобытность, познакомить с культурой, обычаями, религиозными ритуалами. Программа подкупала своей искренностью, человеколюбием, гуманным и корректным отношением к происходящему. К сожалению, данная программа исчезла из сетки вещания.

Во многих современных трэвел-программах акцент делается на определенной традиции или обычае того или иного народа, нации. К примеру, в шоу российского Первого канала «Играем свадьбу» на примере свадьбы конкретной пары показываются традиции свадебных церемоний той или иной народности. Так, в выпуске от 21 сентября 2024 года зрители получили возможность побывать на свадьбе Баира и Юлии, живущих в Улан-Удэ, узнали, как проходит сватовство в Бурятии, научились готовить национальное бурятское блюдо – буузы, увидели настоящий бурятский хороводный танец, олицетворяющий связь человека с солнцем [“Buryatiya. Igrayem svad’bu!”, 2024].

Похожая идея у программы канала «Dunyo bo‘ylab» «Dunyo to‘ylari» («Свадьбы мира»). Появившись впервые на отечественных телеэкранах в 2017 году, эта программ просуществовала два года. Ее автор и ведущая Юлдуз Хасанова делала акцент на демонстрации обрядовых церемоний различных народов. Так, в выпуске программы 17 ноября 2018 года зрители узнали, что только в одной Индии существует порядка десятка свадебных церемоний.

Значимое место занимают в арсенале тематических направлений и кулинарные путешествия. Так, Т.Ю. Редькина пишет об этой тематике следующее: «В качестве источника удовольствия и положительных впечатлений о стране часто выступает возможность попробовать что-нибудь вкусное, купить что-нибудь красивое, получить необычную услугу, что отражает существование таких секторов индустрии туризма, как гастрономический (кулинарный) туризм, шоп-туризм, spa-туризм» [Red’kina, 2011; 217].

Ярким представителем подобных передач является российское кулинарное шоу «Повара на колесах». Его можно назвать своеобразным выездным гастрономическим мастер-классом. Идея шоу, выходящего в эфир с 2022 года, заключается в том, что несколько прославленных поваров путешествуют по России на специально оборудованном трейлере, знакомят зрителей с национальными блюдами той местности, где проходит съемка и на их основе готовят свои авторские блюда. Готовую продукцию оценивают местные жители. В отличие от других аналогичных трэвел-передач «Повара на колесах» больше взаимодействуют с народом, происходит не только демонстрация рецептуры популярных кушаний, но обмен опытом, что в свою очередь, активизирует межкультурную коммуникацию, расширяет контингент зрителей [Cherkessk, 2024].

В подобных форматах готовятся российская трэвел-передача «Планета вкусов» («Моя Планета») с ведущим Антоном Зайцевым, украинское трэвел-шоу «Еда, я люблю тебя!» с ведущими Владимиром Дантесом, Эдуардом Мацаберидзе и Николаем Камка.

Особо хочется отметить трэвел-шоу «Поедем, поедим!», которое многие годы выходило на НТВ и неизменно занимало первые строчки в топах российских передач о путешествиях. В 2021 году программа была удостоена награды «Золотое перо» за выпуск про Чечню [“Partnery programmy NTV”, 2023].

К сожалению, на отечественных телеканалах в отличие от российских и украинских кулинарные трэвел-программы постепенно сходят на «нет», да и существующие далеки от формата шоу. В качестве примера можно привести цикл трэвел-передач так называемого гастрономического туризма под названием «Планета вкуса». Он выходит в понедельник (7.30) и вторник (16.00) на канале «Dunyo bo‘ylab». В отличие от передач российских и украинских коллег ведущий данной программы не готовит блюда с местными знаменитостями и жителями, он просто знакомит телезрителей в документальном ключе с рецептами распространенных национальных блюд народов мира. Примечательным стилем ведения ТВ-проекта являются аналогии, проводимые им между «импортными» и национальными блюдами. Это существенно упрощает восприятие экранного

материала и способствует сближению народов.

В этой связи хотелось бы упомянуть еще одну программу канала «Dunyo bo‘ulab» – «Mazali sayohat», вышедшую в период 2020-2021 гг. Передача не делала акцент на блюдах народов мира. Она знакомила телезрителей с популярными в областях Узбекистана блюдами. К примеру, в одном из ноябрьских выпусков 2021 года ведущая Мухайё Носирова в интерактивном формате готовила «Antiq kabob» [Mazali sayohat, 2021].

Тематика экстремальных видов путешествий и туров относительно реже используется в экранной журналистике. Чаще всего ее связывают с понятием приключенческого туризма. По мнению исследователя А.В. Бабикина, «приключенческий туризм – это вид туризма, который объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получения новых ощущений, впечатлений» [Babikin, 2008; 252].

К виду экстремальных путешествий можно отнести телевизионные проекты «Рейтинг Баженова» на телеканале «Моя Планета», «Опасные гастроли» на канале «Пятница!», трэвел-передачи российского спортивно-развлекательного телеканала «Русский Экстрим».

На телеканалах Узбекистана, как показало наше исследование, экстремальные телепутешествия не приветствуются и не практикуются. Отечественное телевидение в своем трэвел-вещании больше придерживается тенденции просветительского вещания, нежели развлекательного. Хотя в 2023 году в сетку вещания канала «Dunyo bo‘ulab» была введена рубрика «Спорт-экстрим», существовала она недолго, впрочем, истинного экстрима там и не наблюдалось.

Анализ тематических направлений современных телевизионных трэвел-передач, как нам представляется, был бы неполным, если не упомянуть циклы, посвященные животному миру стран, выбранных для съемок. Беря свое начало со знаменитой еще в советское время передачи «В мире животных» (1968 г.), передачи анималистического толка заняли свое достойное место в сетке вещания телеканалов США, России, Украины, Узбекистана. Они посвящены повадкам животных, их среде обитания, зоологии в целом.

Большую популярность сегодня завоевали документальные фильмы BBC «Жизнь млекопитающих» («The Life of Mammals»), «Дневник большой кошки» («Big Cat Diary»), «Самые забавные животные планеты» («The Planet’s Funniest Animals») и др.

Анималистические трэвел-передачи занимают особое место и в вещании Узбекского телевидения. Так, только в феврале-марте сего года телезрители республики получили возможность познакомиться с обитанием суматровских слонов (27 февраля 2024 г.), образом жизни различных попугаев (28 февраля 2024 г.), повадками крокодилов (12 марта 2024 г.), наблюдали борьбу обитателей подводного мира за выживание на дне океана (10 марта 2024 г.), увидели самую большую черепаху в мире (14 марта 2024 г.).

Анализ телевизионных трэвел-передач показал, что тематика их из года в год расширяется, разрабатываются новые ТВ-проекты, идет поиск новых фор-

матов и новых подходов к их продвижению.

Говоря о тенденциях развития телевизионной трэвел-журналистики, важно подчеркнуть, что телевизионные передачи о путешествиях и туризме неразрывно связаны с процессами глобализации, с международными отношениями и межкультурной коммуникацией. Они все больше становятся зависимыми от рыночной экономики. Это подтверждают и мнения зарубежных исследователей. Ученые выражают обеспокоенность тем, что трэвел-журналисты все больше отступают от принципов социальной ответственности и общественных интересов [Hanusch & Fürsich, 2014; 2].

Как явную тенденцию следует отметить и все более намечающийся крен трэвел-вещания в сторону развлекательности. Вынужденное постоянно адаптироваться к рыночным реалиям, трэвел-телевидение все чаще отказывается от просветительских ТВ-проектов, аналитических и исследовательских трэвел-передач. Как верно замечено, «Серьезная, качественная журналистика о туризме в лучших традициях научно-популярного вещания уступила место на телеэкране современному гибриднему инфотейменту» [Pokazan'yeva, 2013].

Следует отметить, что узбекистанские вещатели в большей степени привержены просветительским традициям национальной журналистики. В отличие от российского, украинского, белорусского телевидения, отечественные телепрограммы не являются адаптацией зарубежных форматов. В них прослеживается большая нацеленность на повышение национального самосознания граждан республики, формирование и развитие у них толерантного уважительного отношения к культуре и традициям других народов.

Популярность и востребованность трэвел-программ обусловлена еще одним существенным обстоятельством. Зрелищность как важнейшее природное свойство телевидения оказывает ощутимое влияние на характер и динамику передач о путешествиях и туризме. В наше время все отчетливее проявляется игровая природа телевидения не только как эффективного способа интерпретации действительности, но и отвечающего социально-эмоциональным потребностям аудитории. На зарубежных и отечественных телеканалах элементы трэвел-журналистики все чаще включаются в реалити-шоу, конкурсные программы. В качестве примера можно привести рейтинговые циклы российского канала ТНТ «Выжить в Дубае», «Выжить в Самарканде». Борьба за приз в 10 миллионов в этих реалити-шоу проходит в контекстном показе достопримечательностей этих городов, с ярко красочной демонстрацией традиций и обрядов арабского и узбекского народов [“Vyzhit' v Dubaye”, 2023].

Не менее важной тенденцией развития телевизионной трэвел-журналистики является, по нашему мнению, усиливающаяся персонификация ведения передач о путешествиях и туризме. Сегодня ведущий не просто знакомит зрителя с определенной информацией, он – лицо программы, визитная карточка канала.

Специалисты британской компании Би-Би-Си существенным фактором успешности телевизионного ведущего считают внешность, образование, жиз-

ненный опыт, находчивость, юмор [“Kakim dolzhen byt”], n.d.]. На наш взгляд, важным качеством ведущего программы-телепутешествия является любознательность. Он должен обладать способностью увидеть в обычном явлении необычное, найти редкий ракурс происходящего и неповторимыми красками передать его на экране. Умение увлечься самому и увлечь других – вот важное его качество.

Ведущий трэвел-проектов должен обладать необыкновенной харизмой, быть физически и морально выносливым, иметь твердый характер и выдержку. Ему должно быть свойственна гибкость мышления, хорошая реакция, он должен обладать высокой культурой общения, неустанным трудолюбием, креативностью, талантом взаимодействия как с героями своих передач, так и со зрителями.

Речь ведущего должна быть выразительной, лексически выверенной, богатой на интонации. Она должна как бы вовлекать зрителей в происходящее, погружая в тот мир, который журналист воссоздает на экране. К примеру, Эльвира Тухватуллина в программе «Все о туризме» использует фразы, как бы объединяющие ее с аудиторией: «А давайте пройдемся...», «Нам с вами не впервой...», «Уверена, наши с вами сердца останутся здесь...» и т.д.

Изучение трэвел-проектов на телевидении Узбекистана показало, что ведущие чаще выступают проводниками, гидами телезрителей. Тогда как зарубежные их коллеги стремятся использовать приемы, демонстрирующие, что сами они из народа, такие же простые люди. В частности, практикуются стендапы с выходом из толпы, фотографирование с местными жителями, использование их диалекта.

Для ведущих телевизионных путешествий важно находить правильную тональность коммуникации, уметь обеспечивать подходящую аудиовизуальную стилистику увиденного, быть «своим» для телезрителей. Нужно всегда помнить, что восприятие той или иной страны или даже своей республики происходит через видение журналиста, его впечатления и ощущения.

Именно поэтому, на наш взгляд, необходимо пересмотреть систему подготовки кадров для трэвел-журналистики в Университете журналистики и массовой коммуникации Республики Узбекистан, Национальном университете им. Мирзо Улугбека, в Узбекском государственном университете мировых языков, где преподаются дисциплины по трэвел-журналистике. К сожалению, в образовательном процессе по этому направлению, по-прежнему, наблюдается избыток теории, и некоторый дефицит практики. Как нам представляется, будущие трэвел-журналисты должны набираться опыта не за партами в учебных аудиториях, а разъезжая по родной стране, снимая уникальные памятники старины, готовя сюжеты для национального и зарубежного телевидения.

ВЫВОДЫ

Как мы смогли убедиться, телевизионная трэвел-журналистика имеет свои специфические преимущества. Это самобытное направление, посредством ау-

диовизуальных средств развивающее у людей национальное самосознание, формирующее представления о различных культурах, способствующее сближению наций и народностей в контексте глобальных межкультурных связей. Оно обладает большим эмоциональным зарядом и предоставляет возможность путешествовать, часто не выходя из дома. Это один из самых востребованных сегментов телевидения, так как не каждый зритель может позволить себе поездку или путешествие в зарубежные страны.

Как показало наше исследование, трэвел-продукция заняла прочное место в системе современного телевидения Узбекистана. Ни один канал сегодня не обходится без проекта о путешествиях и туризме. Информирова и развлекая телезрителя, передачи о путешествиях и туризме осуществляют важные просветительские функции – знакомят нас с образом жизни, обычаями других народов, открывают нам неизведанные места в родной стране, пополняют наши познания в национальных блюдах народностей и наций, расширяют представления о флоре и фауне.

Трэвел-журналистика сегодня – это полигон для создания оригинальных телевизионных проектов о путешествиях и туризме, способствующий раскрытию творческого потенциала трэвел-журналистов. Посредством богатых выразительных средств вещания, при помощи новых информационных технологий трэвел-программы должны каждый раз по-новому открывать для нас окружающий мир.

LITERATURA

1. Ukaz Prezidenta Respubliki Uzbekistan № UP-4532. (8 aprelya 2013 goda). O vnesenii izmeneniy i dopolneniy v nekotoryye akty Prezidenta Respubliki Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/ru/docs/2153917>.
2. Ukaz Prezidenta Respubliki Uzbekistan № UP-4861. (2 dekabrya 2016 goda). O merakh po obespecheniyu uskorennoy razvitiya turistskoy otrasli Respubliki Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/docs/3077023>.
3. Postanovleniye Prezidenta Respubliki Uzbekistan № PP-3217. (16 avgusta 2017 goda). O pervoocherednykh merakh po razvitiyu sfery turizma na 2018-2019 gody. *Lex.uz*. <https://lex.uz/docs/3311821>.
4. Ukaz Prezidenta Respubliki Uzbekistan № UP-6165. (9 fevralya 2021 goda). O merakh po dal'neyshemu razvitiyu vnutrennego i palomnicheskogo turizma v Respublike Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/ru/docs/5283959>.
5. Poslaniye Prezidenta Uzbekistana Shavkata Mirziyoyeva Oliy Mazhlisu 2021. (30 dekabrya 2020 goda). *Review.uz*. <https://review.uz/post/poslanie-prezidenta-uzbekistana-shavkata-mirziyoyeva-oliy-majlisu>.
6. Shavkat Mirziyoev prizval ob'yavit' 2025 god Vsemirnym godom inklyuzivnogo turizma. (16 oktyabrya 2023 goda). *Kun.uz*. <https://kun.uz/ru/news/2023/10/16/shavkat-mirziyoev-prizval-obyavit-2025-god-vsemirnym-godom-inklyuzivnogo-turizma>.
7. Opredeleny zadachi po uluchsheniyu turisticheskoy infrastruktury. (3 iyunya 2024 goda). *President.uz*. <https://president.uz/ru/lists/view/7282>.
8. Buryatiya. Igrayem svad'bu!. (21 sentyabrya 2024 goda). *Itv.ru*. <https://www.1tv.ru/shows/igraem-svadbu/vypuski/buryatiya-igraem-svadbu-vypusk-ot-21-09-2024>.
9. Dobro pozhalovat'!. (14 iyulya 2024 goda). *Charvakskoye vodokhranilishche* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sZmdNO2sOzQ>.
10. Dolgova, L.V. (2017). Tematicheskoye i zhanrovoye raznoobraziye sovremennoy

- turisticheskoy zhurnalistiki. *Vypusk. kvalif. rab.* Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet.
11. Hanitzsch, T. (2008). Comparing media systems reconsidered: Recent development and directions for future research. *Journal of Global Mass Communication*, 1(3/4), 111–117.
 12. Hanusch, F., & Fürsich, E. (2014). On the relevance of travel journalism: An introduction. In F. Hanusch & E. Fürsich (Eds.), *Travel Journalism* (pp. 1–17). London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137325983_1.
 13. Kakim dolzhen byt' televedushchiy. (n.d.). *Dedovkgu.narod.ru*. <https://dedovkgu.narod.ru/bib/bbc2.htm>.
 14. Kalinin, I.V. (2016). Transformatsiya trevel-mediateksta v rossiyskikh SMI: k probleme ideologizatsii kontenta. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*, 10-3(52), 39–42.
 15. Karmanov, V. (n.d.). *Home* [YouTube channel]. YouTube. https://www.youtube.com/channel/UC4GvOTJ9d0YvI_W-GyDDypg.
 16. Krivtsov, N.V. (2017). Trevel-zhurnalistika: spetsial'nyye napravleniya i yego problemy. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 6(3), 347–365.
 17. Krupneyshiy britanskiy telekanal rasskazhet o turisticheskom potentsiale Uzbekistana. (23 iyunya 2023 goda). *Sputniknews.ru*. <https://uz.sputniknews.ru/20230623/uzbekistan-turizm-reklama-kanal-velikobritaniya-36254486.html>.
 18. Crouch, D., Jackson, R., & Thompson, F. (Eds.). (2005). *The media and the tourist imagination: Converging cultures* (1st ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203139295>.
 19. Luchinskaya, S.Yu. (2009). Zhurnaly-travelogi v usloviyakh globalizatsii mass-media. *Diss. kand. filol. nauk*. Krasnodar.
 20. Mazali sayohat. (2021-yil, 21-noyabr). *Antiqa kabob* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=knP5QRThlwU>.
 21. Ostrov Krym. Chast' 2. Dokumental'nyy fil'm. (3 iyulya 2021 goda). *Itv.ru*. <https://www.1tv.ru/doc/pro-puteshestviya/ostrov-krym-chast-2-dokumentalnyy-film>.
 22. Partnery programmy NTV «Poyedem, poyedim!» nakormili blyuda ital'yanskoj kukhni. (10 noyabrya 2023 goda). *Ntv.ru*. <https://www.ntv.ru/novosti/2798911/>.
 23. Pelevin, V. (2003). *Dialektika perekhodnogo perioda iz niotkuda v nikuda*. Moskva: Eksmo.
 24. Pokazan'yeva, I.V. (2013). Problemnoye pole trevel-zhurnalistiki kak sostoyaniye sovremennogo mediaprostranstva. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal «Mediascope»*, 3. <http://www.mediascope.ru/node/1385>.
 25. Pokazan'yeva, I.V. (2015). Teoreticheskoye osmysleniye osnov trevel-blogginga. Funktsional'nyye dostoinstva trevel-blogera i trevel-zhurnalista. *Universum: filologiya i iskusstvovedeniye*, 3-4(17), 4.
 26. Poyedem, poyedem!. (3 fevralya 2024 goda). *Uzbekistan: zharkoye gostepriimstvo, roskoshnyye dvortsy i vkusneyshiy plov*. Ntv.ru. https://www.ntv.ru/peredacha/poedem_poedim/m24320/o753470/.
 27. Proyekt Ronal'da Klyayera «1000 portretov lyudey Uzbekistana» v TSVZ. (17 iyunya 2023 goda). *Art-blog.uz*. <https://art-blog.uz/archives/44593>.
 28. Red'kina, T.Yu. (2011). Sredstva realizatsii razvlekatel'noy funktsii v trevel-tekste. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*, 4, 210–218.
 29. Red'kina, T.Yu. (2013). *Trevel-mediatekst: metody i priyemy recheporozhdeniya*. Sankt-Peterburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet.
 30. Sem'i, izvestnyye vo vsekh stranakh. (n.d.). *Spastv.ru*. <https://spastv.ru/category/svyatyni-rossii/>.
 31. Trevel-zhurnalistika. (11 sentyabrya 2024 goda). *Wikipedia.org*. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Трэвел-журналистика>.
 32. «Uzbekistan. Zaglyanut' za gorizont». Fil'm Valdisa Pel'sha. (18 sentyabrya 2022 goda). *Itv.ru*. <https://www.1tv.ru/doc/pro-puteshestviya/uzbekistan-zaglyanut-za-gorizont-film->

- valdisa-pelsha.
33. Babikin, A.V. (2008). *Spetsial'nyye vidy turizma*. Rostov-na-Donu: Feniks.
 34. Vyzhit' v Dubaye. Vozvrashcheniye. (2023). *Vyzhit' v Samarkande, 2 vypusk* [Video]. Rutube. <https://rutube.ru/video/9803c317716ee5b7fd6cc093903c701b/>.
 35. Shteyman, M.S., & Pokachalova, A.V. (2019). Razvitiya i aktivnoy trevel-tennalistiki v informatsionnom pole rossiyskikh SMI. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 8(1), 129–146.
 36. Cherkessk. (18 avgusta 2024 goda). *Povara na kolesakh*. Vokrug.tv. https://www.vokrug.tv/video/show/cherkessk_povara_na_kolesah1291093/.

REFERENCES

1. Presidential Decree of the Republic of Uzbekistan No. PD-4532 (2013, April 8). On introducing amendments and additions to some acts of the President of the Republic of Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/ru/docs/2153917>.
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PD-4861. (2016, December 2). On measures to ensure accelerated development of the tourism industry of the Republic of Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/docs/3077023>.
3. Presidential Decree of the Republic of Uzbekistan No. PD-3217. (2017, August 16). On priority measures for tourism development for 2018-2019. *Lex.uz*. <https://lex.uz/docs/3311821>.
4. Presidential Decree of the Republic of Uzbekistan No. PD-6165. (2021, February 9). On measures for further development of domestic and pilgrimage tourism in the Republic of Uzbekistan. *Lex.uz*. <https://lex.uz/ru/docs/5283959>.
5. Address of the President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis 2021. (2020, December 30). *Review.uz*. <https://review.uz/post/poslanie-prezidenta-uzbekistana-shavkata-mirziyoyeva-oliy-majlisu>.
6. Shavkat Mirziyoyev called for declaring 2025 the world year of inclusive tourism. (2023, October 16). *Kun.uz*. <https://kun.uz/ru/news/2023/10/16/shavkat-mirziyoyev-prizval-obyavit-2025-god-vsemirnym-godom-inklyuzivnogo-turizma>.
7. Tasks for improving tourism infrastructure have been defined. (2024, June 3). *President.uz*. <https://president.uz/ru/lists/view/7282>.
8. “Uzbekistan. Looking beyond the horizon”. Film by Valdis Pelsh. (2022, September 18). *Itr.ru*. <https://www.1tv.ru/doc/pro-puteshestviya/uzbekistan-zaglyanut-za-gorizont-film-valdisa-pelsha>.
9. Babikin, A.V. (2008). *Special types of tourism*. Rostov-on-Don: Phoenix.
10. Buryatia. Let's play a wedding!. (2024, September 21). *Itr.ru*. <https://www.1tv.ru/shows/igraem-svadbu/vypuski/buryatiya-igraem-svadbu-vypusk-ot-21-09-2024>.
11. Cherkessk. (2024, August 18). *Chefs on wheels*. Vokrug.tv. https://www.vokrug.tv/video/show/cherkessk_povara_na_kolesah1291093/.
12. Crimea island. Part 2. Documentary film. (2021, July 3). *Itr.ru*. <https://www.1tv.ru/doc/pro-puteshestviya/ostrov-krym-chast-2-dokumentalnyy-film>.
13. Crouch, D., Jackson, R., & Thompson, F. (Eds.). (2005). *The media and the tourist imagination: Converging cultures* (1st ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203139295>.
14. Dolgova, L.V. (2017). Thematic and genre diversity of modern tourism journalism. *Grad. qualif. work*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.
15. Enjoyable journey. (2021, November 21). *Unique kebab* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=knP5QRThlWU>.
16. Families known in all countries. (n.d.). *Spastv.ru*. <https://spastv.ru/category/svyatyni-rossii/>.
17. Hanitzsch, T. (2008). Comparing media systems reconsidered: Recent development and directions for future research. *Journal of Global Mass Communication*, 1(3/4), 111–117.
18. Hanusch, F., & Fürsich, E. (2014). On the relevance of travel journalism: An introduction. In F.Hanusch & E.Fürsich (Eds.), *Travel Journalism* (pp. 1–17). London: Palgrave Macmillan.

- https://doi.org/10.1057/9781137325983_1.
19. Kalinin, I.V. (2016). Transformation of travel media text in Russian mass media: On the problem of content ideologization. *International Research Journal*, 10-3(52), 39–42.
 20. Karmanov, V. (n.d.). *Home* [YouTube channel]. YouTube. https://www.youtube.com/channel/UC4GvOTJ9d0YvI_W-GyDDypg.
 21. Krivtsov, N.V. (2017). Travel journalism: Special directions and its problems. *Questions of Theory and Practice of Journalism*, 6(3), 347–365.
 22. Let's go, let's go!. (2024, February 3). *Uzbekistan: Warm hospitality, luxurious palaces and delicious plov*. Ntv.ru. https://www.ntv.ru/peredacha/poedem_poedim/m24320/o753470/.
 23. Luchinskaya, S.Y. (2009). Travel magazines in the context of mass media globalization. *Diss. cand. philol. scien*. Krasnodar.
 24. Major British TV channel to cover tourism potential of Uzbekistan. (2023, June 23). *Sputniknews.ru*. <https://uz.sputniknews.ru/20230623/uzbekistan-turizm-reklama-kanal-velikobritaniya-36254486.html>.
 25. Partners of NTV program “Let's go, let's eat!” served italian cuisine dishes. (2023, November 10). *Ntv.ru*. <https://www.ntv.ru/novosti/2798911/>.
 26. Pelevin, V. (2003). *Dialectics of a transitional period from nowhere to nothing*. Moscow: Eksmo.
 27. Pokazanyeva, I.V. (2013). Problem field of travel journalism as a phenomenon of contemporary media environment. *Electronic Scientific Journal of “Mediascope”*, 3. <http://www.mediascope.ru/node/1385>.
 28. Pokazanyeva, I.V. (2015). Theoretical understanding of travel blogging fundamentals. Functional advantages of travel bloggers and travel journalists. *Universum: Philology and Art History*, 3-4(17), 4.
 29. Redkina, T.Y. (2011). Means of implementing the entertainment function in travel text. *Bulletin of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 4, 210–218.
 30. Redkina, T.Y. (2013). *Travel media text: Methods and techniques of speech generation*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.
 31. Ronald Klayer's Project '1000 Portraits of People of Uzbekistan' at Central Exhibition Hall. (2023, June 17). *Art-blog.uz*. <https://art-blog.uz/archives/44593>.
 32. Shteyman, M.S., & Pokachalova, A.V. (2019). Development and active travel journalism in the information field of Russian mass media. *Questions of Theory and Practice of Journalism*, 8(1), 129–146.
 33. Survive in Dubai. Return. (2023). *Survive in Samarkand, Episode 2* [Video]. Rutube. <https://rutube.ru/video/9803c317716ee5b7fd6cc093903c701b/>.
 34. Travel journalism. (2024, September 11). *Wikipedia.org*. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Трэвел-журналистика>.
 35. Welcome!. (2024, July 14). *Charvak reservoir* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sZmdNO2sOzQ>.
 36. What a TV host should be like. (n.d.). *Dedovkgu.narod.ru*. <https://dedovkgu.narod.ru/bib/bbc2.htm>.