

---

# Аудиовизуальная журналистика

---

## AUDIOVISUAL JOURNALISM

---

УДК 070:654.197(476)(091)

### АСАБЛІВАСЦІ ТРЭВЕЛ-ПЕРАДАЧЫ БЕЛАРУСКАГА ТЭЛЕБАЧАННЯ ЯК ГІБРЫДНАГА ЖАНРУ (РЫТАРЫЧНЫ ПАДЫХОД)

А. І. МАРОЗАВА<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup> *Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь*

Папулярны ў канвергентных медыя жанр трэвел-перадачы даследуецца на багатым гістарычным матэрыяле беларускага тэлебачання (з 1956 г. да нашых дзён), што дазваляе паказаць яго гібрыднасць і вызначыць характар эвалюцыі на мяжы грамадска-палітычнай інфармацыі, драмы, дакументалістыкі, а таксама камерцыйнай інфармацыі і рэаліці-шоу (з сярэдзіны 1980-х гг.). Паказана паступовае змяшчэнне сэнсавага цэнтра трэвел-перадачы з аўтара на герояў, а затым на гледача, якое пачалося ў 1970-я гг. Разглядаецца станаўленне ў межах выпускаў «Вецер вандраванняў» устойлівай аўдыторыі гэтага жанру – маладой беларускай навукова-тэхнічнай інтэлігенцыі. Устаноўлены асаблівасці, якія дазваляюць назваць трэвел-перадачу беларускага тэлебачання прадвеснікам айчыннага блога.

**Ключавыя словы:** трэвел-перадача; рытарычны падыход; рытарычныя стратэгіі; сродкі і прыёмы мастацкай выразнасці; гібрыдны жанр.

### ОСОБЕННОСТИ ТРЕВЕЛ-ПЕРЕДАЧИ БЕЛОРУССКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ КАК ГИБРИДНОГО ЖАНРА (РИТОРИЧЕСКИЙ ПОДХОД)

Е. И. МОРОЗОВА<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> *Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь*

Популярный в конвергентных медиа жанр тревел-передачи исследован на богатом историческом материале белорусского телевидения (с 1956 г. по наши дни), что позволяет показать его гибридность и определить характер

---

#### Образец цитирования:

Марозава А.І. Асаблівасці трэвел-перадачы беларускага тэлебачання як гібрыднага жанру (рытарычны падыход). *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2021;2:41–45.

#### For citation:

Morozowa E.I. Features of Belarusian travel series as a hybrid genre (rhetorical assumption). *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2021;2:41–45. Belarusian.

---

#### Автор:

**Елена Игоревна Морозова** – кандидат филологических наук; старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики.

#### Author:

**Elena I. Morozowa**, PhD (philology); senior lecturer at the department of television and radio broadcasting, faculty of journalism.  
[emorozowa@tut.by](mailto:emorozowa@tut.by)  
<https://orcid.org/0000-0002-5501-4499>





эволюции на стыке социально-политической информации, драмы, документального кино, а также коммерческой информации и реалити-шоу (с середины 1980-х гг.). Показано постепенное смещение смыслового центра тревел-передачи с автора на персонажей, а затем и на зрителя, которое началось в 1970-х гг. Рассматривается формирование в рамках программы «Ветер странствий» устойчивой аудитории этого жанра – молодой белорусской научно-технической интеллигенции. Выявлены особенности, позволяющие назвать тревел-передачу белорусского телевидения предвестником отечественного блога.

**Ключевые слова:** тревел-передача; риторический подход; риторические стратегии; средства и приемы художественной выразительности; гибридный жанр.

## FEATURES OF BELARUSIAN TRAVEL SERIES AS A HYBRID GENRE (RHETORICAL ASSUMPTION)

E. I. MOROZOWA<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Belarusian State University, 4 Niezaležnasci Avenue, Minsk 220230, Belarus

In the article popular in convergent media genre of travel series is investigated on the basis of a wide historical material of Belarusian television programmes, from 1956 to the present, which allows to show it as a hybrid genre that develops at the intersection of socio-political information, drama, documentary, and also consumer information and reality (from middle 1980s). Shift of the semantic centre of the genre release from the author to the characters and then to the viewer, that started from 1970s, has been determined. Within the framework of the programme «Wind of wanderings», the formation of a stable audience of travel issues which is the young Belarusian scientific and technical intelligentsia is shown. The article reveals the peculiarities that make it possible to call the travel release of the Belarusian television a harbinger of the national blog.

**Keywords:** travel series; rhetorical assumption; rhetorical strategies; means and techniques of artistic expression; hybrid genre.

### Уводзіны

Тэлежурналісты ў апошнія гады сутыкнуліся з неабходнасцю інтэнсіўнага асваення новага канала аўдыявізуальнай камунікацыі – інтэрнэта. Яго хуткае развіццё і зменлівасць вымушаюць аўтараў прытрымлівацца правіл рынку, няспынна шукачы і апрабоўваючы новыя мастацкія рашэнні. У такіх умовах асабліва карысным можа стаць зварот да гістарычнага вопыту беларускага тэлебачання, што на пачатку свайго развіцця таксама было смелым праектам, над якім працавалі таленавітыя пісьменнікі, у тым ліку І. Мележ, С. Грахоўскі, Г. Бураўкін, У. Караткевіч і інш. Натуральна, з-за істотных тэхнічных абмежаванняў не ўсе ідэі атрымалася рэалізаваць належным чынам, аднак у час імклівага тэхніка-тэхналагічнага прагрэсу ў нас з'явілася такая магчымасць.

Жанр тэлепадарожжаў пакуль асэнсаваны недастаткова: расійскія даследчыкі М. Крыўцоў, І. Паказаньева, А. Муха і Н. Федасеева, як і прадстаўнікі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта А. Кузьмінава і Д. Сяліцкі, вывучаюць трэвел-журналістыку пераважна сінхранічна, у асноўным на матэрыяле выпускаў XXI ст. Бадай што адзіным даследаваннем перадач аб падарожжах беларускага тэлебачання ў гісторыка-культурным кантэксце з'яўляецца кандыдацкая дысертацыя аўтара гэтага артыкула<sup>1</sup>, дзе даказана пераемная сувязь такіх перадач з літаратурнай традыцыяй. Лагічным працягам працы можна назваць дадзены артыкул, задача якога – прасачыць развіццё тых сродкаў, што ў розныя перыяды ўжывалі аўтары перадач для ўсталявання кантакту з аўдыторыяй, і вылучыць найбольш перспектывыя з іх.

### Матэрыялы і метады даследавання

Матэрыяламі даследавання сталі перадачы беларускага тэлебачання аб падарожжах (з 1956 г. да нашых дзён), у тым ліку ілюстраваныя апавяданні (гутаркі) аб вандроўках выдатных грамадскіх дзеячаў за мяжу, выпускі перадач «Спадчына» і «Вечер вандраванняў», а таксама сучасныя тэлевізійныя і ін-

тэрнэт-выпускі падарожнай тэматыкі. У дадзеным артыкуле выкарыстоўваецца рытарычны падыход, у яго межах жанр разглядаецца як «сацыяльнае дзеянне» (К. Міллер), гістарычна сфарміраваны «образ мыслення» [1, р. 151], які праяўляецца ў адметных рытарычных стратэгіях. Апошнія вызначаюць

<sup>1</sup>Марозова А. І. Падарожны нарыс на беларускім тэлебачанні: эвалюцыя жанру : дыс. ... канд. філал. навук : 10.01.10. Мінск : БДУ, 2020. 142 с.



ца характарам, мастацкімі сродкамі і прыёмамі размеркавання роляў аўтара, аўдыторыі і герояў (дзеючых асоб). Прыхільнікі гэтага падыходу, у прыватнасці прафесар Універсітэта Канзаса А. Дэвіт, прафесар Вестмінстэрскага ўніверсітэта А. Хіл, прафесар Універсітэта Паўночнай Караліны К. Міллер і іншыя, распрацоўваюць сістэму жанраў, што складалася ў тэатральным мастацтве і бадай што ўпершыню была асэнсавана і занатавана Арыстоцелем, які вылучаў лірыку (апавед аўтара ад уласнага імя), эпас ці эпічны наратыў (апавед аўтара пра герояў), а таксама драму (апавед герояў пра саміх сябе), у тым ліку камедыю і трагедыю. Аднапаведна з такім падыходам можна вызначыць наступнае: драма на тэлебачанні развіваецца як самастойны жанр (да яе трэба аднесці, напрыклад, сіткі), а лірыка і эпас растварыліся ў іншых жанрах, у прыватнасці элементы эпічнага наратыву прасочваюцца ў дакументальным жанры (*documentary*), калі, напрыклад, у перадачы аўтар распавядае пра лёс выдатнай асо-

бы; рысы лірыкі ёсць у так званых лірычных адступленнях, замалёўках – індывідуальна-аўтарскіх рэфлексіях, што падаюцца на экраны асобна ці, напрыклад, у межах тэлефільмаў. Акрамя таго, тэлебачанне, на думку прыхільнікаў рытарычнага падыходу, паспрыяла шырокаму распаўсюджанню такіх жанраў, як навіны (*news*), забава (*entertainment*), дзіцячыя перадачы (*children*), адукацыйныя перадачы (*learning*), рэаліці-шоу (*reality*), карысная інфармацыя для спажывецкай (*consumer information*). Варта падкрэсліць, што вылучаныя жанры з'яўляюцца ідэальнымі і верагоднасць сустрэць іх у чыстым выглядзе на тэлебачанні невысокая, большасць перадач належаць да гібрыдных жанраў. З гэтай нагоды дацкія даследчыкі М. С. Дамкьер і А. М. Ваадэ называюць трэвел-перадачу гібрыдным жанрам, які спалучае рысы дакументалістыкі, забавы і карыснай інфармацыі для спажывецкай [2, р. 40]. Прасочым, наколькі такая схема дапасуецца да гістарычных рэалій развіцця беларускага тэлебачання.

### Вынікі даследавання і іх абмеркаванне

Рытарычны падыход выкарыстоўваюць практыкі адной з самых буйных у свеце грамадскіх тэлерэдыёвяшчальных арганізацый BBC пры стварэнні класіфікацыі сучасных жанраў тэлежурналістыкі.

Паміж ёй і структурай рэдакцый беларускага савецкага тэлебачання, якая ў разгалінаваным выглядзе склалася ў 1980-я гг., намі заўважана адпаведнасць, прыведзеная ў табліцы.

Адпаведнасць паміж класіфікацыяй жанраў BBC і структурай рэдакцый беларускага тэлебачання 1980-х гг.

Correspondence of the BBC classification to the structure of Belarusian television editorial offices in the 1980s

| Жанр (класіфікацыя BBC)                                             | Структурнае падраздзяленне беларускага тэлебачання                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Навіны ( <i>news</i> )                                              | Галоўная рэдакцыя прапаганды, інфармацыі                                                                              |
| Драма ( <i>drama</i> )                                              | Галоўная рэдакцыя літаратурна-драматычных праграм (аддзелы літаратуры і мастацтва, пастановак і забаўляльных праграм) |
| Дакументалістыка ( <i>documentary</i> )                             | Галоўная рэдакцыя па вытворчасці тэлефільмаў                                                                          |
| Спорт ( <i>sport</i> )                                              | Аддзел спартыўных праграм                                                                                             |
| Дзіцячыя перадачы ( <i>children</i> )                               | Галоўная рэдакцыя праграм для дзяцей                                                                                  |
| Карысная інфармацыя для спажывецкай ( <i>consumer information</i> ) | Галоўная рэдакцыя рэкламы (з 1990-х гг.)                                                                              |
| Адукацыйныя перадачы ( <i>learning</i> )                            | Галоўная рэдакцыя навукова-папулярных і вучэбных праграм                                                              |

Даследаванне канкрэтных прыкладаў з беларускага тэлебачання паказвае, што з 1956 г. па 1970-я гг. перадача аб падарожжах сфарміравалася як гібрыдны жанр, што ўтрымлівае рысы *навін* (грамадска-палітычнай інфармацыі) і *дакументалістыкі*. У *Галоўнай рэдакцыі грамадска-палітычных перадач* выходзілі выпускі ў форме гутаркі (так называлі размову аўтара з гледачом), у некаторых з іх («З далёкіх дарог», 1962; «Што я бачыў у Амерыцы», 1977) быў яшчэ вядучы, які задаваў аўтару пытанні, напрыклад, пра абставіны яго падарожжа. Важна падкрэсліць, што гледача разумелі пераважна як успрымальніка ўжо гатовых ідэй. Аўтары імкнуліся ўздзейнічаць

на грамадскую свядомасць, супрацьпаставіць свой ідэальны свет чужому, поўнаму заган, растлумачыць аўдыторыі асаблівасці міжнароднай палітыкі, абгрунтаваць важную ролю СССР у ёй. У перадачах не было забаўляльнага складніка, часцей за ўсё іх стваралі з нагоды важных палітычных падзей: Сусветнага фестывалю моладзі і студэнтаў у Вене, вызвалення ад каланіяльнай залежнасці часткі афрыканскіх краін, адкрыцця рэйсу па маршруце Масква – Гавана, сесіі Генеральнай Асамблеі ААН з удзелам савецкай дэлегацыі і інш. Сэнсавым цэнтрам выпуску ў кадры быў аўтар, якога можна назваць ідэальным савецкім грамадзянінам, эталонам.



У гэтай ролі выступалі вядомыя грамадскія дзеячы, напрыклад пісьменнік І. Мележ («Падарожжа вакол Еўропы», 1956), артыст М. Яроменка («В революционной Кубе», 1962), журналісты Т. Ананьіна («Города и встречи», 1963), Э. Луканская («Встречи с юностью Франции», 1964), А. Сімураў («Што я бачыў у Амерыцы», 1962) і інш. Аўтар падкрэсліваў, што ён падзяляе погляды і пачуцці ўсіх савецкіх людзей, нават гаворачы аб асабістым, ён карыстаўся займеннікамі: «Пакінуўшы Луўрскі палац мы яшчэ доўга жылі яго незабыўным вялікім светам» («Падарожжа вакол Еўропы», 1956). Аўдыторыя перадач таксама ўспрымалася максімальна шырока: як сярэднястатыстычны савецкі грамадзянін. Каб увайсці ў давер да людзей рознага ўзросту, прафесій, поглядаў, аўтары выкарыстоўвалі, у прыватнасці, прыём сяброўскай размовы з гледачамі, што рэалізавалі ў тым ліку праз прамы зварот да іх (*дорогие друзья, товарищи*), або з дапамогай абагульненага займенніка *ты*: *Но в то же время идешь и смотришь...; когда отправляешься в чужую страну, хочется заранее побольше узнать о ней...* («Встречи с юностью Франции», 1964); *его просто слушаешься* («В революционной Кубе», 1962). Героі перадач былі пазбаўлены асабістых характараў, выглядалі абагульненымі вобразамі. Выкарыстоўваючы тэму сям'і, сцэнарысты выпускаў спадзяваліся крануць такія гісторыі пачуцці кожнага: маладая пара не заводзіць дзяцей, таму што не мае сродкаў, каб плаціць за садок («Города и встречи», 1963); жанчына, што амаль згубіла надзею вылячыць адзінага сына («Падарожжа вакол Еўропы», 1956), і інш.

Аўтары імкнуліся ствараць на экране запамінальная аўдыявізуальныя вобразы. У творчым пошуку яны звярнуліся да сродкаў і прыёмаў мастацкай выразнасці *дакументальнага кіно*. Кінакамеры былі лягчэйшымі за тэлевізійныя, адносна партатыўнымі, што давала прастору для творчасці. Некаторыя вобразныя сродкі, якія былі вынайдзены ў той час, сёння сталі звыклымі для трэвел-перадачы. Напрыклад, выкарыстанне прыёму суб'ектыўнай камеры, калі глядач бачыў мясцовасць нібы вачамі аўтара-апавядальніка, забяспечвала адчуванне іх непасрэднага кантакту, паглыбляла давер да паведамлення. Каб стварыць паўнаватрасны вобраз мясцовасці, аўтары звярталіся да яе гістарычнага мінулага, для ўзмацнення рэалізму рэтраспектывы і паглыблення эфекту прысутнасці выкарыстоўвалі трафейную фота- і кінахроніку. Асабліва гэта тычыцца пашыраных у 1960-я гг. дакументальных тэлефільмаў, прысвечаных узнаўленню гарадоў Беларусі пасля Другой сусветнай вайны, у прыватнасці «Биография моей республики», «Город молодости» (1964), «Встреча с городом» (1967) і інш. Намаляваць вобраз мясцовасці і пакінуць у гледача ўражанне ад яе велічы дапамагалі панарамы з вышыні (з верталёта). Узмацненню пачуцця гармоніі чалавека і пры-

роды спрыялі макрапланы, напрыклад, лістоты, кветак, кропель вады. Акрамя таго, асноўны фокус паведамлення змясціўся з аўтара-апавядальніка на герояў – звычайных людзей, жыхароў горада. Голас аўтара за кадрам распавядаў аб тым, як яны добра ўладкаваліся: атрымалі новую кватэру, нарадзілі дзяцей. Стваральнікі перадач імкнуліся, каб, атаясамліваючы сябе з ідэалізаванымі асобамі, гледачы верылі ў тое, што і іх жыццё ў савецкім грамадстве таксама будзе шчаслівым.

Гібриднасць жанру трэвел-перадачы на беларускім тэлебачанні развівалася ў 1970-я гг.: акрамя рыс *навін (грамадска-палітычнай інфармацыі)* і *дакументалістыкі*, выпускі атрымалі асаблівасці *драмы* і *праграмы для моладзі*. *Галоўная рэдакцыя прапаганды* стварала цыкл перадач «Мир глазами советского человека», дзе вобраз аўтара пачаў набываць прыметы прадстаўніка народу: ужо не толькі выдатныя пісьменнікі і грамадскія дзеячы, але і рабочыя заводаў распавядалі аб сваіх падарожжах за мяжу ў складзе дэлегацый. Акрамя таго, у гэты час *Галоўная рэдакцыя тэлефільмаў* выпусціла стужкі «Город моей судьбы» (1974), «Минск о времени и о себе» (1977), «Светлый город» (1979) і інш. У *Галоўнай рэдакцыі літаратурна-драматычных праграм* пабачылі свет гутарка «З далёкіх дарог» Г. Бураўкіна (1977) і перадача «Спадчына», ідэйным кіраўніком і вядучым першых выпускаў якой быў вядомы пісьменнік і апантаны вандроўнік У. Караткевіч. Асаблівасцю згаданай перадачы стала тое, што ў ёй былі пастановачныя эпізоды з артыстамі, дзе гістарычныя постаці (К. Лышчынскі, Ефрасіння Полацкая, князь Уладзімір, князеўна Рагнеда і інш.) нібы ажывалі, гаварылі сваімі галасамі. Аўтары перадач, відавочна, разлічвалі на назіральных, удумлівых гледачоў і імкнуліся паказаць у выдатных асобах мінулага агульначалавечае, паглыбляючы псіхалагізм вобразаў: як жа цяжка будзе жыць аскетам у манаскай кельі спешчанай князеўне Ефрасінні Полацкай («Спадчына», выпуск 2, 1976), Ігнат Буйніцкі – добры чалавек, адкрыты людзям і свету, шмат новых ідэй у тэатральным мастацтве ён здольны прынесці на радзіму («Спадчына», выпуск 2, 1976). Рысы тэлевізійнай драмы не згубілі актуальнасці ў XXI ст. і прасочваюцца, у прыватнасці, у выпусках перадачы «Беларусь невядомая».

Фарміраванне ўстойлівай аўдыторыі трэвел-перадач прыходзіцца прыкладна на 1970-я гг., калі як асобная адзінка ў структуры беларускага тэлебачання вылучылася *Галоўная рэдакцыя перадач для моладзі*, куды з *Галоўнай рэдакцыі грамадска-палітычных перадач* перайшла, у прыватнасці, праграма «Вецер вандраванняў». Яе гледачамі былі людзі прыкладна да 35 гадоў, інтэлектуалы, у асяроддзі якіх адбывалася станаўленне новага светапогляду. З іх прагай да ведаў, захапленнем рамантычнай літаратурай (А. Грын, паэзія Срэбранага





веку і інш.), музыкай (асабліва бардаўскай песняй), кіно, турызмам звязана імкненне збегчы ад савецкай штодзённасці, пабудаваць новае справядлівае камуністычнае грамадства. Кожны аўтар перадачы аб падарожжах меў уласны характар, быў не абагульненым вобразам, а асобай, і кожнага гледача ўяўляў як чалавека блізкіх поглядаў, пакідаючы яму права на ўласную думку, таму ў перадачах часта гучалі словы *на мой погляд, здаецца, вы можаце паспрачацца са мною*. Такім чынам, жыццё гледача тэлепадарожжа становіцца сэнсавым цэнтрам выпуску, а ён сам – адначасова і вядучым, і галоўным героем. Стваральнікаў перадачы «Вецер вандраванняў» можна назваць аднымі з першых беларускіх блогераў, якія імкнуліся здымаць на аматарскія камеры гукавыя сцэны жывога, нібы незнарок падгледжанага, жыцця. Характэрна, што з пачатку 1990-х гг. у моладзевых перадачах усё ярчэй вылучаюцца рысы жанру *рэаліці-шоу*. Побывавыя эпізоды, калі людзі адкрываюць бутэльку з шампанскім падчас купання ў горным возеры, мужчына хавае галаву ад дажджу пад патэльняю ці старанна начышчае спартыўную амуніцыю («В ритме весел», 1970), надавалі выпускам псіхалагізму. Аўтары імкнуліся паказаць у людзях агульначалавечае: сяброўства, спагаду, імкненне пераадолець страх, што зрабіла выпускі, на наш погляд, зразумелымі і цікавымі нават сучасным гледачам. Рысы жанру *рэаліці-шоу* найбольш ярка праявіліся ў тэлеперадачах і відэаблоггах аб падарожжах XXI ст. («Блог Дзяніса Дудзінскага», «Хочу домой» Л. Пашкоўскага, «С миру по нитке»).

Права гледача на ўласныя меркаванні, самастойнасць яго разважанняў паступова становяцца бадай што асноўнай каштоўнасцю для аўтараў тэлепадарожжаў, якія не проста больш не прапануюць аўдыторыі гатовых ідэйных установак, а нават імкнуцца даць ёй матэрыял для набыцця вопыту. У выпусках «Ветру вандраванняў» прасочваюцца рысы жанру *карыснай інфармацыі для спажыўца*. У прыват-

насці, у перадачах падаваліся звесткі аб працягласці маршрутаў, асаблівасцях іх пераадолення, амуніцыі, якую неабходна ўзяць з сабой. Інфармацыя, што мае практычную карысць для аўдыторыі (у апошнія гады стала ўжывацца лексема «лайфхак»), напачатку XXI ст. падаецца, у прыватнасці, у перадачы «С миру по нитке» і відэаблогу «Хочу домой».

Такім чынам, рытарычны падыход, адпаведна з якім жанр уяўляе сабой гістарычна сфарміраваны адносна ўстойлівы спосаб размеркавання роляў аўтара, герояў і аўдыторыі, дапамагае вызначыць спецыфіку развіцця беларускай аўдыявізуальнай падарожнай журналістыкі. Айчынная трэвел-перадача з'яўляецца гібрыдным жанрам, які, спалучаючы элементы розных ідэальных жанраў, эвалюцыяніруе ў межах унікальнай мадэлі. Пачынаючы з 1956 г. у ёй вызначаюцца рысы *грамадска-палітычнай інфармацыі*, перадачы пазбаўлены забавляльнасці, а іх аўтары імкнуцца фарміраваць светапогляды грамадства. Для гэтага ў выпускі ўводзяць прыём дыялагізаванага маналага, а таксама выкарыстоўваюць сродкі і прыёмы, характэрныя для *дакументальнага кіно* (суб'ектыўная камера, макрапланы, панарамы з вышыні і інш.). Сэнсавым цэнтрам паведамлення спачатку з'яўляецца аўтар-апавядальнік, які паўстае ў вобразе ідэальнага савецкага грамадзяніна, але паступова ўвага змяшчаецца на герояў (з сярэдзіны 1970-х гг. у перадачах аб падарожжах вызначаюцца рысы жанру *драмы*), а потым – на гледача. У 1970-я гг. фарміруецца ўстойлівая аўдыторыя трэвел-перадачы: маладыя прадстаўнікі інтэлігенцыі, для якіх адукацыя з'яўляецца каштоўнасцю, а імкненне набываць веды і засвойваць новыя тэхналогіі робіць іх адначасова аўтарамі выпускаў. З гэтым звязана праяўленне рыс жанраў *рэаліці-шоу* і *карыснай інфармацыі для спажыўца* (з сярэдзіны 1980-х гг.) у трэвел-перадачы, а таксама фарміраванне правобраза беларускага відэаблога.

## Библиографические ссылки / References

1. Miller CR. Genre as social action. *Quarterly journal of speech*. 1984;2:151–167. DOI: 10.1080/00335638409383686.
2. Damkjoer MS, Waade AM. Armchair tourism: the travel series as a hybrid genre. In: Hanusch F, Fürsich E, editors. *Travel journalism. Exploring production, impact and culture*. New York: Palgrave Macmillan; 2014. p. 39–59.

Артыкул паступіў ў рэдкалегію 21.05.2021.  
Received by editorial board 21.05.2021.