Г.В. Лазутина, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: galvik34@mail.ru

ЖАНР И ФОРМАТ В ТЕРМИНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Расширение смыслового поля слова "формат" нарушило в журналистском сообществе привычный ход профессионального общения, создав угрозу вытеснения для ряда терминов, в частности такого распространенного, как "жанр". Автор статьи пытается ответить на вопросы, в которых заключена суть сложившейся ситуации:

— Обозначают ли понятия "жанр" и "формат" одни и те же реалии действительности?

— Какими причинами обусловлена жанровая дифференциация в журналистике и сохраняют ли они свою силу сегодня?

— Что вызывает активизацию термина "формат" и каков на сегодняшний день объем данного понятия?

Ключевые слова: *жанр, формат, предмет коммуникации, информационный рынок, критерии соответствия.*

The expanding of the semantic field of the word "format" has disrupted the usual course of professional communication in the journalism community, which threatens some terms with displacement, in particular such a widely spread term as "genre". The author of the article tries to find an answer to the questions which embody the essence of the current situation:

— Do the terms format' and genre' denote the same realities in the actual world?

— What are the reasons determining the genre differentiation in journalism and are they still in force today?

— What factors bring about the active usage of the term «format» and what is the denotation of this notion?

— The article presents reflections on these issues.

Key words: *genre, format, subject of communication, information market, correspondence criteria.*

Термин "жанр" вошел в профессиональную лексику журналистов давно. Не вчера появился в ней и термин "формат". Смысл каждого из понятий казался интуитивно ясным и до поры до времени не требовал особого внимания ни теоретиков журналистики, ни лингвистов. И вдруг обнаружилось, что в языковой практике журналистского сообщества возникла проблемная ситуация: эти понятия стали выступать как конкурирующие. Слово "формат" резко расширило диапазон своих значений и стало вытеснять из профессионального лексикона другие термины, в том числе и "жанр".

Поначалу этому нашлось простое и легкое объяснение: компьютер! И сегодня еще можно услышать утверждение, что расширение диапазона значений существительного “формат” спровоцировали компьютерные сети, для которых слова “форма”, “форматирование”, “формат” — ключевые понятия, употребляемые, как говорится, “на автомате”. “Перетекание” их в журналистскую практику произошло в результате сложившейся привычки к ним и превратилось в моду.

В суждениях такого типа есть правда. Но далеко не вся. Обратим внимание на то, что параллельно с процессом, о котором говорится в нашем медийном пространстве, отчетливо обнаружил себя еще один процесс. В журналистском творчестве обозначилась любопытная тенденция: стали размываться жанровые различия текстов. Все чаще возникает разговор о взаимопроникновении, о слиянии жанров. В этих условиях понятие “формат” начинает восприниматься как выдвинутая временем альтернатива понятию “жанр”. И невольно возникает вопрос: а не стоят ли за привычкой к компьютерной лексике, породившей терминологическую сумятицу, серьезные методологические проблемы, имеющие важное значение и для журналистской науки, и для журналистской практики? Не является ли то, что происходит в понятийном аппарате нашей профессии, отражением закономерных изменений в журналистике, вызванных современными условиями?

В свете таких размышлений представляется крайне важным то обсуждение возникшей терминологической проблемы, которое было инициировано научной общественностью и руководством факультета журналистики МГУ и продолжается — то в формате межкафедральных семинаров, то в виде бурных неформальных бесед — вот уже второй год.

Уже первые семинары (в частности, доклад Т.И. Суриковой на одном из них) убедительно показали, что содержание понятия “формат” в настоящее время варьируется в довольно широких пределах. Это наводит на мысль, что не стоит спешить нагружать его серьезным методологическим смыслом, конъюнктурно отказываясь от понятия “жанр” или каких-либо других профессиональных терминов. Надо дать ему “накопить” определенный объем содержания, исследуя те функции, которые понятие “формат” выполняет в современном профессиональном словоупотреблении, и то отражение, которое эти функции получают в сознании научного сообщества. Для решения подобных задач в науке как раз и используется наряду с экспертным анкетированием терминологическая дискуссия. Она может выполнить роль экспертизы профессионального сознания исследователей журналистики, позволив выявить:

— основные подходы к рассмотрению обсуждаемых понятий;

— основные концептуальные положения;

— систему аргументов, на которые опирается автор того или иного суждения.

Тем самым создается возможность сопоставить позиции по степени убедительности и прийти к выводу, который может быть принят в качестве конвенции на более или менее длительный период — консенсусом или большинством голосов. Конечно, надо иметь в виду, что такая конвенция ни в коей мере не должна стеснять свободу исследования: выступая в своем главном значении, она просто призвана упорядочить процесс использования в научных работах новых понятий через соотнесение их контекстуального смысла с тем, который принят на основе конвенции в качестве базового.

Заметим: ориентация на выработку конвенционального определения понятий в их базовом значении может пригодиться не только в нашем конкретном случае. Однако диспут о формате и жанре подходит для этого как нельзя более, и потому, думается, вполне резонно поставить перед развернувшейся дискуссией такую цель.

Центральные темы дискуссии определяются вопросами, которые фокусируют в себе "серые зоны" сложившейся ситуации. Состоят эти вопросы в следующем:

1. Обозначают ли понятия "жанр" и "формат" одни и те же реалии действительности? Иными словами, дублируют ли они друг друга?

2. Какими причинами обусловлена жанровая дифференциация в журналистике и сохраняют ли данные факторы свою силу до сегодняшнего дня?

3. Чем вызвана активизация термина "формат", с какими процессами она связана и каков на сегодняшний день объем этого понятия, его основное содержание?

Попытаемся в первом приближении ответить на поставленные вопросы.

Итак, скрыта ли за понятиями "жанр" и "формат" одна и та же объективная реальность? Похоже, что нет, хотя объем содержания их (и мы увидим это далее) частично совпадает.

Понятие "жанр" — так, как оно сложилось в мировой практике разных родов творчества, — есть обозначение определенного вида того или иного рода творчества и продуктов этого вида. Каждый вид обладает устойчивыми первичными признаками, в которых проявляют себя объективные факторы, вызвавшие его к жизни. Творчество портретиста или пейзажиста в живописи, композитора-песенника или композитора-симфониста в музыке, романиста или новеллиста в беллетристике, репортера или аналитика в журналистике — это все виды творчества того или иного рода. Их основные

характеристики отражены в представлениях о соответствующем жанре. Можно сказать, что *жанр есть понятие теории творчества, передающее специфику определенного вида творчества*. Поэтому оно всегда конкретизируется в своем имени указанием на этот вид творчества или его продукт. Ну, например: "Левитан — выдающийся русский живописец, работавший в жанре пейзажа"; "В жанре симфонии Георгий Свиридов не знал себе равных среди современников"; "Мопассан был не только мастером романа, он оставил нам блестящие произведения и в жанре новеллы"; "Василий Селюнин — один из самых глубоких аналитиков советской журналистики, он работал только в аналитических жанрах, и многие из его материалов были сродни научной статье".

Понятие "формат" — так, как оно складывается в настоящий период, — в большинстве случаев используется для того, чтобы обозначить совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, если понимать таковой как направляемый аудитории информационный продукт. В условиях рыночных отношений признаки эти образуют набор критериев, по которым он соотносится с другими предметами коммуникации для выявления его коммерческой состоятельности. На этой основе делается заключение о возможности или невозможности, целесообразности или нецелесообразности предъявления данного произведения аудитории. Так же как площадь, объем, форма предметов определяют их место в вещном мире, так и формат определяет место информационных продуктов в процессе коммуникации, в процессе их движения на информационный рынок. Можно сказать, таким образом, что *формат есть понятие коммуникативистики, характеризующее место предмета коммуникации в информационных потоках, адресуемых обществу*.

Поскольку в информационные потоки поступают и разные жанровые модели журналистских произведений, они тоже могут рассматриваться с точки зрения места, которое должны занимать в каналах коммуникации на основании своих смысловых или формальных характеристик. Поэтому и возникает частичное совпадение объемов понятий "жанр" и "формат". Становится возможным говорить без риска быть непонятым: "На эту полосу обязательно нужен текст в формате репортажа", с одной стороны, и "Сегодня жанр репортажа в журналистике бытует в нескольких форматах" — с другой. Разные значения оказываются интуитивно ясными.

Как видим, обозначается понятиями "жанр" и "формат" отнюдь не одно и то же. Можно с уверенностью сказать, что они не дублируют друг друга.

Второй вопрос, как мы помним, связан с жанровой дифференциацией журналистского творчества.

Жанровая дифференциация в журналистике, т.е. разделение авторского журналистского творчества как особого рода творческой деятельности в процессе его развития на несколько видов, обусловлена объективными обстоятельствами. Определяющими из них являются следующие:

— объектно-предметное многообразие социальной действительности, выступающей для журналистики как совокупный предмет отображения. Чтобы адекватно воспроизводить в текстах самые разные объекты, требуются разные средства;

— многообразие функций журналистики, для реализации которых также нужны разные средства;

— лабильность, подвижность порождающей модели журналистского творчества, обладающей высокой степенью реактивности.

Несколько слов по поводу понятия "порождающая модель". Оно обозначает то звено нашего профессионального сознания, в котором "живут" представления об основных чертах журналистского произведения как особого рода текста, способные автоматически направлять творческое поведение журналиста так, чтобы результатом его труда стал именно журналистский текст, а не лирическая поэма или научный трактат. Иначе говоря, порождающая модель творческой деятельности с неизбежностью определяет ее способ — задает реальные компоненты деятельности, в которых проявляются особенности ее процесса и ее инструментария.

Так вот, под воздействием перечисленных факторов порождающая модель журналистского творчества обретает способность в конкретных условиях меняться, модифицироваться, превращаясь в ту или иную свою разновидность — жанровую модель. Ею и направляется создание текста данного вида. Тем самым способ творческой деятельности журналиста тоже видоизменяет свои некоторые черты, превращаясь в конкретную жанровую технологию.

Нетрудно убедиться, что причины, вызвавшие жанровую дифференциацию журналистского творчества, продолжают действовать и в настоящее время. Все названные факторы сохраняют свою силу и сегодня, отражаясь в устойчивых признаках той или иной жанровой модели. При этом обозначается два уровня таких признаков: первичные, восходящие непосредственно к объективным причинам возникновения жанров (предмет отображения и функциональная предназначенность текста), и вторичные, опосредованные деятельностью журналистского сообщества по поиску средств для реализации назначения жанров (особенности структуры и организации текста).

По мере развития общества к перечисленным факторам добавляются и некоторые новые обстоятельства, вызывающие появление новых жанров. Похоже, что упомянутая ранее тенденция к размыванию жанровых границ — явление неоднозначное. Ско-

рее всего, за ней стоят разные процессы, которые на сегодняшний день недостаточно хорошо изучены. Принципиально важно при этом, что качественные журналистские материалы, как правило, характеризуются жанровой определенностью, причем чаще всего достигается она журналистом автоматически, в силу профессионализма автора. Удачный поиск новых жанровых решений в профессиональных текстах тоже идет не за счет отказа от ориентации на первичные признаки жанра, а за счет обогащения вторичных признаков.

Таким образом, есть достаточно оснований сделать вывод: понятие "жанр" в современных условиях не утрачивает своей жизнеспособности и работоспособности.

Наконец, третий вопрос — о понятии "формат", так агрессивно заявляющем о себе в настоящее время.

Основное словарное значение термина "формат" связано с указанием на *линейные характеристики* печатных форм или фотокинопродукции, т.е. на внешние их параметры, прежде всего — размеры. Что стало причиной изменения смыслового поля слова? Имеет ли это изменение закономерный характер и вызвано объективными обстоятельствами или спровоцировано случайностью, которой можно пренебречь?

Анализ сложившейся ситуации показывает, что объективные обстоятельства, в силу которых возникло расширение смыслового поля понятия "формат", существуют. Во всяком случае некоторые из них видятся с определенностью.

Одно из обстоятельств этого ряда состоит в развитии процессов глобализации в современном мире, если понимать ее как проявление универсальных закономерностей, которые определяют существование планеты Земля. Важнейшей стороной этих процессов является резко возросшее значение коммуникаций в информационной сфере. От качества массовых информационных потоков, омывающих земной шар, от степени их адекватности отображаемому миру и насыщенности гуманистическими ценностями, от доступности их для освоения разными слоями аудитории напрямую зависит благополучное разрешение проблем, неизбежно возникающих в общественной жизни по мере проявлений глобализации (возьмем хотя бы такое из них, как недавно грянувший экономический и финансовый кризис). Необходимость оптимальной организации массовых информационных потоков в таких условиях должна была включить в повестку дня создание инструмента, который позволяет сбалансировать в них предъявление многообразного контента — текстов разных родов, разных видов, разных размеров, наконец.

Другое обстоятельство причинного свойства — технические возможности, ставшие предпосылками для интенсификации ком-

муникаций. Родились новые коммуникационные технологии, принципиально изменившие состояние информационного пространства. Компьютерные сети оказались таким каналом коммуникаций, в котором "сошлись" и стали сосуществовать два слоя массовой информации: тот, что возникает в обществе спонтанно и стихийно распространяется самими массами, и тот, который создается специалистами по производству текстов массовой информации, отвечающих определенным стандартам и ориентированных на ту или иную часть массовой аудитории. В сложившихся условиях от журналистского сообщества требуется не только четкая жанровая организация текстов, но и четкая организация их предъявления аудитории. Именно в связи с этим и возникает нужда в сопоставлении текстов по многим параметрам, в классификации параметров, в определении критериев для предпочтения тех или иных произведений сообразно условиям.

Наконец, еще одно обстоятельство — появление информационного рынка, неизбежно порождающего ориентацию средств массовой информации на коммерческий успех как гарантию их стабильного существования. К критериям экономической успешности добавляется еще одно измерение, и оно с неизбежностью требует закрепления в понятии.

Рассмотренные обстоятельства, думается, и выступили факторами, которые вызвали расширение диапазона значений понятия "формат". На сегодняшний день в журналистской практике можно зафиксировать несколько позиций его употребления. Наиболее отчетливо обнаруживают себя следующие из них:

— формат в своем исходном значении — как совокупность внешних характеристик предмета коммуникации, передающих его размер и особенности формы;

— формат в значении "тип издания" — при этом в качестве критериев соответствия, на основе которых принимаются или отклоняются предлагаемые тексты, выступают типологические характеристики издания, прежде всего его концепция ("У нас этот материал не пойдет, это не наш формат. Концепция нашей газеты ориентирована на другую тематику");

— формат в значении "род творчества" — в качестве критериев соответствия в этом случае выступают признаки принадлежности произведения к данному роду творчества ("Мы издаем сборник публицистических текстов, а Вы предлагаете научную статью, это же совсем другой формат!");

— формат в значении "вид творчества" — критериями соответствия становятся жанровые признаки материала ("Полоса новостей, а Вы предлагаете сюда целых три материала другого формата. Ну, с какой стати ставить здесь эссе об архитекторе?");

— формат в значении “вид коммуникационного канала” — критериями соответствия оказываются признаки пригодности знаковых систем, в которых объективировано произведение, к успешному распространению через данный коммуникационный канал (“На радио форматы четко делятся на музыкальные и разговорные”, “У Вас неплохой рассказ, но чтение его занимает минимум 40 минут. Разве это телевизионный формат?”);

— формат в значении “способ подачи” — в качестве критериев соответствия рассматриваются свойства, определяющие пригодность произведения к размещению в рамках существующей сетки телерадиовещания или графической модели издания («Надо переделать Ваш материал. Такой “кирпич” без подзаголовков — это не наш формат!»).

Суммируя сказанное, можно заключить, что альтернативой понятию “жанр” понятие “формат” не является — равно как оно не может быть и альтернативой понятиям “тип издания”, “род творчества”, “канал коммуникации”, “способ подачи”. Оно вбирает в себя только определенную часть содержания данных понятий. Эта часть выступает в качестве меры соответствия какого-либо информационного продукта ключевым признакам, определяющим успех на информационном рынке той совокупности продуктов, с которой он соотносится.

Когда информационный продукт выходит за рамки искомого соответствия, но представляет собой аксиологически значимое явление, т.е. оказывается ценностью, — его ключевые признаки сообщают ему статус нового формата и сами становятся критериями соответствия. Вспомним историю возникновения “Коммерсанта”, вспомним появление “колонки” — формата, который дал имя новому жанру наших газет, вспомним рождение ток-шоу на телевидении. Сегодня уже многое можно сюда добавить. Это дает основание предположить, что понятие “формат” сейчас не только выступает как *инструмент организации структуры массовых информационных потоков* в целях успешной реализации той или иной коммуникативной стратегии, но и берет на себя функции *инструмента развития журналистики в условиях рынка*.

Предлагая вниманию читателей эти суждения, автор статьи отнюдь не призывает рассматривать их как истину в последней инстанции. Здесь изложена лишь одна из возможных теоретических версий. Появление новых версий и новых систем аргументов не только не исключается, но и представляет большой интерес в контексте общей ориентации на конвенциональное решение возникшей проблемы.

Поступила в редакцию
12.05.2010