В.Л. Цвик, доктор филологических наук, профессор кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: cvik@ipk.ru, vl-100@mail.ru

КЛАССИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ЖАНРОВ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ФОРМАТЫ

Современное понятие телевизионного формата включает в себя жанровую определенность журналистского произведения. Формат — понятие рыночное, жанр — эстетическое. Из взаимоотношений трех сторон — продюсера, автора и зрителя — и рождается взаимосвязь жанра и формата.

Ключевые слова: *телевизионный формат, система жанров, продюсер, автор, зритель.*

The modern concept of a television format includes genre definiteness of journalistic product. A format — concept of market, a genre — aesthetic. From mutual relations of three parties: the producer, the author and the spectator the interrelation of a genre and a format is also born.

Key words: *Television format, system of genres, the producer, the author, the spectator.*

В последнее время в медиасообществе широко обсуждается классификатор Европейского вещательного союза, в соответствии с которым отечественные телепроизводители обязаны будут маркировать всю экранную продукцию. Что ж, если мы подписали Болонскую конвенцию, отечественная высшая школа вынуждена реформироваться. Если мы хотим войти в мировое телевизионное пространство, придется принимать их условия игры. При этом предлагаемая европейскими коллегами классификация слабо совпадает с принятой у нас системой жанров. В этой связи нередко звучат крамольные, на мой взгляд, мысли, что пришло время “сбросить с корабля современности” и отечественную классификацию, и классический университетский учебник по тележурналистике. Цель этого сообщения — вовсе не потому, что именно я писал главу о жанрах в упомянутом учебнике — попытаться доказать, что технологические и экономические вызовы времени, существующие на нашем телевидении реалии вполне вписываются в классическую теорию и вовсе не противоречат традициям в науке и практике телевидения.

Когда я начинаю объяснять студентам понятие жанра, то предлагаю им оглянуться в недалекое прошлое — на две с лишним тысячи лет назад, — когда появились труды Аристотеля “Поэтика” и “Риторика”, заложившие основы теории жанров. А в качестве об-

разной дефиниции привожу метафору В.Б. Шкловского: “Жанр — это память искусства”.

В европейском искусствоведении есть особый термин “генология”, введенный в 1920 г. французским литературоведом и философом Полем ван Тигемом для обозначения науки о жанрах в литературе.

Теория жанров в экранных искусствах была унаследована из литературоведения, может быть, еще и потому, что одним из первых теоретиков кино стал литературовед, основатель “русской формальной школы” Ю.Н. Тынянов.

Системой жанров литературы киноведы пользовались достаточно долго, но литературоведческой теории жанра оказалось недостаточно для описания произведений такого сложного, имеющего одновременно черты вербального, визуального и динамического вида искусства как кинематограф. Здесь можно обратиться к исследованию Л.М. Рошаля, который отрицал возможность существования какой бы то ни было устоявшейся системы жанров в экранных искусствах, утверждая, что “создавать каждое новое произведение — значит каждый раз творить жанр” [Рошаль, 1973, с. 165]

Становление отечественной теории телевизионных жанров — это отдельная история, берущая начало в 1961 г., когда научно-методический отдел Комитета по радиовещанию и телевидению выпустил брошюру Р.А. Борецкого “Информационные жанры телевидения”. В 1967 г. Гостелерадио заказало кафедре телевидения факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова серьезную работу, которую сегодня мы с полным правом назвали бы классификатором телепрограмм. У руководства телевидения был сугубо утилитарный интерес: упорядочить так называемые ценники — документ с размерами гонорара за ту или иную работу (ведущему интервью независимо от хронометража 7 руб., интервьюируемому лицу — до 14-ти).

Как представляется, было бы интересно проследить эволюцию жанровой теории от первого учебника по тележурналистике А.Я. Юровского и Р.А. Борецкого к современному 5-му изданию классического учебника. Впрочем, понятия формата и в 5-м издании еще нет.

В начале 1990-х гг. на Западе стала популярной теория телевидения Р. Уильямса, изложенная им в книге “Телевидение. Технология и структурная форма” [Williams, 1992]. Автор утверждал, что внутри калейдоскопического потока информации значимость жанровых различий в целом понижается: признаки жанра менее важны по сравнению с признаками принадлежности к телеканалу, соответствия “формату”.

Сегодня и на российском телевидении в основном практикуется разделение общего объема телепродукции на основе различения формата. И хотя понятие “формат” прочно вошло в обиход телевизионных практиков, его значение до сих пор не зафиксировано ни в одном учебном пособии или справочнике. В мировой практике телеформатом принято называть “**зарегистрированную оригинальную версию фильма/программы, тиражируемую по лицензии в другие страны с последующей адаптацией**”[1]. Формат можно купить, скопировать, наконец, даже украсть (что в 1990-е гг. подчас имело место на отечественном ТВ), в отличие от жанра, который является всеобщим достоянием. Эта важная особенность лишний раз доказывает рыночную природу формата и эстетическую — жанра. И это принципиальное отличие, имеющее решающее значение при определнии данных понятий.

Напомним, что поначалу по отношению к телевидению “формат” обозначал только количественные характеристики: метраж передачи, обусловленный сеткой вещания. Подразумевался именно конкретный отрезок времени. Телевизионному продукту надо было обязательно вписаться в определенные временны́е рамки: “шаг” для него равен 26-ти или 52-м мин. Многие и сейчас вкладывают в это понятие в основном количественное значение, порой дополняя его некоторыми техническими параметрами. В этом случае сохранетсяя значение “формата” как чисто внешней формы.

Однако постепенно в телевизионной медиасреде понятие “формат” стало трактоваться гораздо шире: теперь учитываются уже не только технические характеристики, но и смысловые особенности. Как утверждают, в такой расширенной трактовке термин “формат” был впервые осмыслен американским профессором Дэвидом Элтейдом в книге “Логика медиа”. Здесь следует обратить внимание на утверждение, что формат первичен по отношению к событию: не формат конструируется в соответствии со спецификой события, но событие на экране — в соответствии с форматом.

Участники российской медиасреды чаще всего в такие тонкости не вдаются, но, как уже было сказано, слово “формат” используют повсеместно. Более того, появился антоним — “неформат”, который приобрел зловещий смысл “негодного”, “несоответствующего” некоей установке. Думается, чаще всего объявление того или иного экранного продукта “неформатным” является результатом продюсерского своеволия. Вот фрагмент статьи тонкого телекритика Ю. Богомолова в “Российской газете”: «Вердикт теленачальников: “неформат” — может означать все, что угодно. В том числе и то, что когда-то называлось “идейной невыдержанно-

[1] TV Program format // Wikipedia, the free encyclopedia. http://en.wikipedia.org/wiki/TV_Program_format

стью". "Ваше произведение, — говорили советские партфункционеры, — идейно невыдержанное"»[2]. Сегодня говорят: это неформат...

Отсюда негативное отношение к формату у многих авторов. "Формат — это что-то бездушное... Требование следованию формата — изобретение лукавого ума"[3], — говорит известный кинорежиссер Андрей Звягинцев.

Телевизионные продюсеры термин "формат" рассматривают как удобный инструмент современного рынка СМИ, который необходим, когда автору хотят объяснить, что именно от него нужно. В условиях жесткого потокового телевизионного производства проще найти профессионала, работающего "в нужном формате", чем подстраиваться под особенности уникального автора. С одной стороны, это унифицирует производственный процесс, с другой — нивелирует индивидуальные черты, которые могли бы сделать телевизионное произведение более ярким, запоминающимся и, в конечном счете, востребованным.

Разумеется, формат включает в себя признаки определенного жанра. Поэтому если формат, включающий в себя жанр, — это своего рода рыночный договор между продюсером и зрителем, то жанр, если угодно, — негласный договор между автором и зрительскими ожиданиями.

Из взаимоотношений трех сторон: продюсера или заказчика, автора и зрителя и рождается взаимосвязь жанра и формата.

Список литературы

Рошаль Л.М. Мир и игра. М., 1973.
Williams R. Television. Technology and Cultural Form. Hannover; L., 1992.

Поступила в редакцию
30.06.2010

[2] *Богомолов Ю.* Люди от испуга скушали друг друга? // Российская газета. 2006. 19 сент.

[3] Формат телеканала. Новое понятие в СМИ // Журналистика и медиарынок. 2006. № 10.