Т.И. Сурикова, кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: surikova_t@mail.ru

СМЫСЛОВОЕ ПОЛЕ ПОНЯТИЯ "ФОРМАТ" В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Лингвистический анализ смыслового поля понятия "формат", ключевого в коммуникации 1990—2000-х гг., демонстрирует две разнонаправленные тенденции его употребления, обусловленные актуализацией в нем семы "стандарт", "образец для подражания". Первая из них — стремление в теории СМИ к терминологизации, определению значения, встраиванию в понятийный ряд "текст — формат — жанр" и заполнению терминологической лакуны. Вторая — окончательное размывание значения и сочетаемости вплоть до обессмысливания, превращение в обычное модное слово.

Ключевые слова: *формат, сема "стандарт", модное слово, смысловое поле, терминологизация значения.*

Linguistic analysis of the semantic field of the "Format" notion, being the key one in communication of 1990s—2000—s, demonstrates two differently directed tendencies of its use, conditioned by its actualization of the seme "standard", "model for imitation". The first one is an aspiration in the mass media theory for terminologization, definition of a meaning, imbedding in the conceptual row "text — format — genre" and filling in the terminological lacuna. The other one is the definite erosion of the meaning and co-occurrence right up to the loss of any meaning, transformation into a normal fashionable word.

Key words: *format, seme "standard", fashionable word, semantic field, terminologization of a meaning.*

Экспансия всяческих *форматов* в коммуникации последнего времени — это естественная реакция на засилье эклектики и бессилия, в котором мы прожили все девяностые годы. Это понятие не случайно возникло именно в СМИ, но затем (тоже совсем не случайно) перешло в лексикон политиков, экономистов, бизнесменов. Оно определяет что-то важное в нашем времени.

Это мнение было высказано одним из пользователей Интернета. И в целом с ним нельзя не согласиться. Но давайте попробуем с позиций лингвистики разобраться, почему понятие *формат* оккупировало огромное количество тематических областей, в каких значениях оно употребляется и какое будущее его ждет.

Понятие *формат* лет десять назад прорвалось в активный обиход и как следствие попало в фокус интересов исследователей средств массовой информации. Почему? На наш взгляд, слишком долго до того в массовом языковом сознании происходило размывание основных социальных и профессиональных ориентиров. И понятие *формат* стало естественной реакцией поиска новой системы

профессиональных координат. Ведь активно размывались основные понятия, организующие СМИ как упорядоченное, функциональное целое: *тип СМИ, жанр, стиль.* Так что активизировавшееся в конце 1990-х гг. понятие *формат* зафиксировало устремленность профессионального сознания прежде всего к упорядоченности. В *формате* увидели недостающую определенность, которой можно в какой-то степени компенсировать смысловую неопределенность названных выше терминов. Но почему же это произошло именно с *форматом*?

Для начала небольшой экскурс в историю и этимологию. Полатыни *формат* — это "вид, внешнее оформление". Поначалу слово вошло в полиграфию в значении "размер печатного издания, размер листа". Причем в ходу был *формат* как общий термин, плюс к нему прикреплены еще и номенклатурные полиграфические наименования, обозначающие конкретные размеры изданий, скажем, *формат А4, формат А3, формат А2.* Речь идет уже не просто о внешнем виде, размере, а о совершенно определенном размере, эталоне, стандарте в полиграфической промышленности. Сема *стандарт* оказывается в этом термине для профессионального сознания актуализированной.

1990-е гг. в активном обиходе появляется еще один *формат*, связанный со всеобщей компьютеризацией, — *формат* как некая структура, некоторые параметры, свойства и возможности, некий электронный стандарт (*формат DVD, MP3*), с которым могут работать соответствующие компьютерные программы. Большинство из нас, будучи рядовыми пользователями, не знать этого компьютерного термина не могли, но воспринимали не столько его специфический очень сложный и никому, кроме компьютерщиков, не доступный смысл, сколько лишь один из его компонентов — *структуру, стандарт*.

Из компьютерного лексикона пришло и производное от *формата* понятие *форматировать — 1) стереть старую информацию и установить новое программное обеспечение; 2) придать тексту определенный заранее заданный внешний вид,* например *форматировать текст по центру, левому или правому краю.* И в том и в другом значении глагола *форматировать* для далекого от кибернетики сознания рядового юзера актуализируется одна и та же сема — *структура, эталон,* та же самая, что и в случае с полиграфическим форматом. Об актуализации именно этой семы свидетельствует и переносное значение глагола в сочетании *форматировать мозги*, давно уже ставшее общеупотребительной метафорой. Об актуализации в понятии *формат* семы *стандарт, эталон* говорит и образование слов *неформат, неформатный*, т.е. нетипичный, не соответствующий стандартным представлениям о каком-либо явлении: *неформатный Задорнов, Культурная журналистика: неформатный формат СМИ; презентовать "неформатного" кандидата.*

На наш взгляд, вот эта актуализированная сема *стандарт, эталон* и позволила понятию *формат* активизироваться в обиходе теории и практики массовой коммуникации, когда утратили свои позиции эталонов, стандартов понятия *тип СМИ, жанр, стиль,* отражавшие системность этого явления. И слово становится модным. Недаром только последний по времени выхода Толковый словарь под редакцией Н.Ю. Шведовой фиксирует новое специальное значение понятия *формат* как *форма построения и подачи информации*, иллюстрируя это следующим примером: *Новый формат новостной программы.* Видимо, оно развилось как производное от полиграфического и компьютерного *формата.* Это значение в свою очередь подразумевается и в понятиях *тип СМИ, жанр, стиль.* Но только в отличие от *формата* перечисленные понятия, включая названную сему в значение, ею не ограничиваются.

Такое стечение лингвистических и экстралингвистических причин, на наш взгляд, и могло привести к тому, что в массовой коммуникации *формат* если не вытеснил обозначенные понятия, то, по крайней мере, стал употребляться как их современный, модный, соответствующий языковому вкусу времени синоним. Об этом свидетельствуют контексты его употребления и сочетаемость.

Проследим сказанное по контекстам интернет-СМИ последнего времени. Например, понятие *формат* как синоним *жанра* употреблено в следующих случаях: *работа перед камерой в самых разнообразных форматах (от индивидуального интервью до командной пресс-конференции; программа сделана в новом для российского телевидения формате. Это ...новый телеформат... От существующих скетч-шоу и музыкально-пародийных передач новый проект отличается тем, что задействует пародийный жанр во всем его многообразии.* Как синоним *стиля* формат выступает в следующем контексте: *Каждый из этих случаев уверенно можно отнести к одному из трех основных типов взаимоотношений, обусловливающих формат коммуникации и предполагающих соблюдение обеими сторонами строго определенного стиля поведения. Формат* появляется и вместо понятия *раздел, рубрика: Институт PR представит СМИ новый формат работы с аудиторией... появится новый раздел* "*Видеорелизы*".

Однако, претендуя на терминологичность и упорядочивающую, системообразующую роль в дискурсе СМИ, понятие не может долго сохранять такую смысловую расплывчатость и неопределенность. И сейчас можно говорить о том, что начинается и процесс его специализации, конкретизации, отделения от названных выше *жанра, стиля, типа.* В ряде контекстов оно уже употребляется в значении *стандарт СМИ, обусловленный их типом, каналом распространения, объемом и полиграфическим форматом или хронометражем, особенностями аудитории, периодичностью, редакционной политикой.* Список дефинирующих признаков можно продолжить. Вот свидетельство одного из профессионалов-журналистов: *Мне*

близко определение формата как внутреннего стандарта СМИ, материализованного в оригинал-макете издания на основе правил, норм, традиций редакционной политики. Наверняка, это определение можно уточнить и, честно говоря, пора делать по многим причинам, практически совпадающее с приведенным нами определением. В этом значении понятие *формат,* скорее всего, и терминологизируется, станет в один понятийный ряд с термином *тип СМИ* как более конкретный и заполнит существующую понятийную лакуну. Так, относясь к одному типу, скажем, региональных СМИ, издания могут иметь разный формат, обусловленный объемом, периодичностью, спецификой оформления, традициями и др. индивидуальными особенностями.

Но, с другой стороны, предельная абстрактность понятия, включающего кроме актуализированной семы *стандарт, эталон*, еще от силы два смысловых элемента: *форму* и *структуру, способ организации*, создает семантическую основу того, что модное слово, осознаваемое как элемент современной языковой картины мира, далеко не ограничивается упомянутыми контекстами и вытесняет другие традиционные понятия — и дискурса СМИ, и других тематических областей. Почему такое возможно? Потому что, чем беднее значение понятия, тем шире, говоря языком формальной логики, его объем, т.е. способность назвать определенное количество явлений действительности. Отсюда и потенциальная почти неограниченная сочетаемость и возможность вхождения в огромное количество тематических областей. Это мы и наблюдаем.

Так, в дискурсе СМИ под *форматом* могут скрываться и скрываются следующие понятия: разновидности *СМИ* (электронные, печатные или Интернет): *в зависимости от формата коммуникации* (письменная и электронная); технология общения с аудиторий: *формат общения в режиме онлайн*; особенности законодательного регулирования отношений СМИ и власти: *новый формат местных СМИ* (о том, что законодательно в обязанность местных СМИ вменена публикация всех решений местной власти); канал коммуникации: *в формате вербальной коммуникации, внутреннего монолога.* На одной из конференций по проблемам коммуникации были заявлены следующие сообщения: «“*Русский мир*” *как формат коммуникации*»; “*Русский язык как носитель русского формата*”, “*Игровая технология — коммуникация, задающая формат цивилизации*”. Попробуйте самостоятельно сформулировать, что имели в виду авторы.

Понятие *формат* получило широкое распространение и в дипломатии, бизнесе, психологии, педагогике, рекламе и даже спорте. Причем только в первой из названных областей оно приобрело хоть какую-то понятийную определенность и означает 1) особенности взаимодействия с партнером: “*Власть, пресса, гражданское общество: новый формат диалога*”; “Народная дипломатия” *станет новым форматом общения между левым и правым берегами Днестра;*

Новый формат нефтяных отношений; Госдума рекомендует Правительству России пересмотреть формат отношений с непризнанными республиками; 2) состав, количество участников переговоров: *формат переговоров 2+2.*

В психологии и педагогике *формат* приобретает значение 1) объема и структуры материала: *Формат раздела* "*Лексика и грамматика*"*;* 2) образец: *ориентируясь на формат описания, используемый в Новом объяснительном словаре синонимов русского языка* [Апресян, 2004]; стиль поведения, самопрезентации: *индивидуальный формат*; 3) способ организации социальных отношений: *традиционный формат организации парного интимного союза — зарегистрированный брак — уже давно не является единственным и безальтернативным форматом организации близких личных отношений; личный формат — совокупность требований к стилю поведения и общения, когда люди заняты не делом, а личными отношениями*.

Бизнес видит в формате значение *стандарт:* "*Техносила*" *закрыла неформатный магазин сети* в *Москве. Средняя площадь закрытых неформатных магазинов сети составляла порядка 700—900 кв. метров. Закрытию объектов предшествовало открытие новых гипермаркетов* "*Техносила*".

Пиар актуализируют положительную оценочную коннотацию, связанную с новизной слова и модой на него: например, одну из фирм назвали *Деловой формат*. А реклама, как это нередко с ней бывает, в погоне за красным словцом доходит до абсурда, и слово *формат* в ее исполнении теряет даже ту единственную сему *эталон, стандарт*, которая прослеживается практически во всех контекстах и мотивирует экспансию слова в различные, мало чем связанные предметные области: *Загородная жизнь в* "*умном*" *формате* (о комфортном загородном доме); *Новейший формат тепла* (о батареях).

Таким образом, в "поведении" модного крайне расплывчатого и неопределенного слова *формат* можно констатировать две противоположные тенденции: первая — это возможная терминологизация одного из значений, благодаря которой удовлетворяется коммуникативная потребность дополнить существующие классификации СМИ, и вторая — это экспансия модного слова в коммуникации, доходящая до полного обессмысливания понятия.

Список литературы

Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / Под общ. рук. Ю.Д. Апресяна. М.; Вена, 2004.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 2007.

Поступила в редакцию
17.06.2010