А.Г. Качкаева, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: kachkaeva@ rambler.ru

ЖАНРЫ И ФОРМАТЫ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ. ПОСЛЕДСТВИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье анализируются причины современной дискуссии о телевизионных жанрах и форматах, представлен краткий исторический обзор классификаций единиц вещания — телевизионной программы. На примере некоторых форматов и жанров рассмотрены изменения телевизионного содержания в зависимости от меняющихся социальных практик и трансформации телевидения. Жанр и формат — два аспекта целостного телепроцесса — творческого (создающего смыслы и транслирующего ценности) и бизнес-процесса (производящего и продающего продукт или услугу). Форматное телевидение не противоречит системе телевизионных жанров, однако соотношение жанра и формата может меняться в зависимости от использования этих понятий в академической среде, в журналистском творчестве и в продюсерской, ориентированной на бизнес, производственно-индустриальной практике.

Ключевые слова: *жанр, формат, классификация, социальные практики, аудитория.*

There are an analysis of causes of discussion about TV-genres and formats in modern life and short historical review of classification of broadcasting units — television programs — in the article. The changes of modern TV-content are examined on examples of some formats and genres depending on changing social practices and TV transformation. Genre and format are two aspects of complete TV-process — creative (which creates senses and which respells values) — and business-process (which makes and sells product or service). Television of format does not contradict system of television genres, but correlation of genre and format can change depending on use of these concepts in academic environment, in journalistic creation and in producing industrial practice which is focused on business.

Keywords: *genre, format, classification, social practices, the audience.*

Об актуальности разговора

Современный спор о жанрах и форматах — отражение процессов, происходящих в телевизионной индустрии в первом десятилетии XXI в. Летом 1999 г. Федеральная службы по телевидению и радиовещанию (ФСТР) и Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ) приняли решение о том, что выдача или продление лицензии на вещание не может не учитывать наличия в программной сетке социально значимых программ. Тогда же был создан первый отечественный классификатор программ, теперь его еще называют “классификатор Г.В. Кузнецова” (до 2005 г. — зав. кафед-

рой телевидения и радиовещания факультета журналистки МГУ). Параметры и характеристики программ все эти годы уточнялись при формировании номинаций национальной премии ТЭФИ. Наконец, системной работой, сближающей российский и зарубежный подходы к "маркировке" телепродукции, занялся созданный в 2001 г. Медиакомитет[1]. Медиакомитет разработал для индустрии, которая постоянно нуждается в надежной, легкодоступной и сопоставимой с другими странами информации обо всех аспектах своей деятельности, "Единые требования к классификации и расшифровке факта выхода в эфир телепродукции". В них, кстати, нет критериев и подходов к документальным программам в традиционных жанрах журналистики (кроме новостей), что создатели этого классификатора считают слабостью и намерены восполнить этот пробел.

Законы Европейского вещательного союза, требования к участникам рынка и общественным вещателям, европейская "Директива об аудиовизуальных медиауслугах" (2007), которая исходит из представлений о телевидении как об "общественном благе", подталкивают российское индустриальное телесообщество к размышлениям о типологии собственных программ. Эти размышления особенно актуальны накануне того, как на телевещательную отрасль распространятся требования ЕС, а телевидение России перейдет на "цифру" (2015). Обратим внимания на слова "телепродукция" и "медиауслуги". Эти понятия характеризуют телевидение как бизнес, или сферу услуг, а не как пространство, в котором и для которого производятся смыслы, эмоции и воспроизводится социальная и эстетическая картина мира.

Краткий обзор попыток классифицировать единицу вещания — телепрограмму — иллюстрирует главное. Невозможно отменить понятие "жанр" (связан с родовыми, исторически сложившимися, смысловыми характеристиками программы), но уже невозможно не принимать и понятие "формат" (связан с индустриальными характеристиками вещания — "упаковкой" содержания, унификацией, адаптацией, способом распространения, стоимостью и пр.).

Новый виток в дискуссиях о соотношении видов, жанров, форм и форматов вещания совпал с отчетливо фиксируемыми переменами в телепотреблении после 2005 г.: сдвиг активной и молодой аудитории в сторону специализированных каналов и "уход в Ин-

[1] Некоммерческое партнерство, учрежденное основными федеральными каналами, Национальной ассоциацией телерадиовещателей, Российской ассоциацией рекламных агентств в целях проведения профессиональной экспертизы и развитие стандартов качества на системы измерения телерадиоаудитории и системы фиксации и мониторинга эфира.

тернет”[2]; унификация развлекательного содержания общедоступных универсальных каналов, адаптирующих лицензионные проекты мировых производителей контента для российского рынка; начало реализации программы перехода на “цифру” (2015). Интерактивная среда, новые виды досуга и способы получения информации, сужение аудитории традиционных СМИ, к каковым относится и телевидение, диктует новые правила устаревшим социальным практикам привычного телесмотрения.

С этими изменениями — социальными и индустриальными — связан и новый поворот в дискуссии: формат — идеологичен (“новая форма цензуры”, Д. Быков), унифицирует содержание для глобальных масс; жанр — формула, обозначающая связь с культурой, традициями, архетипами. С разным отношением к пониманию того, как соотносятся формат и жанр в науке и на практике, связаны три подхода. Именно с ними сегодня приходится иметь дело в любой дискуссии о форматах и жанрах.

Представители классической школы — последователи теории жанров на телевидении и радио — непримиримы. Их главный аргумент: дискуссия о “форматах” непродуктивна — “это псевдонаучная дискуссия о ложном формализме”. Действующие продюсеры столь же категоричны: жанр архаичен и статичен, в категориях этого понятия невозможно описать программы для современного конвейерного (слово “конвейерное” здесь представляется ключевым!) производства. Социологи и аналитики, корректирующие классификатор программ для маркировки эфирного продукта и адаптирующие российскую практику к зарубежным аналогам, сомневаются: может, в сфере телевидения вообще нет устойчивых жанров, а есть “трансляция” (воспроизведение, по сути, иного), “прямой эфир”, “зрелище” в формах и форматах (в этом смысле в СССР, конечно, были форматы)?

Для того, чтобы примирить “жанр” и “формат”, можно обратиться к теории “формульных жанров” (Дж. Кавелти)[3], по которой, например, жанр и формула — два аспекта целостного литературного процесса, связанного, в частности, тем, что “формулы — это способы, с помощью которых конкретные культурные темы и стереотипы воплощаются в более универсальных повествовательных архетипах”, чем в “классических”/высоких (эпос, драма, роман)

[2] Доля первого и второго федеральных каналов с 2006 г. сократилась в случае с Первым с 22—23 до 18—19%, в случае с “Россией-1” с 20—21 до 17—18%. По разным оценкам, уже одна треть населения России (до 50 млн) зарегистрирована в социальных сетях.

[3] См.: *Кавелти Дж.Г.* Изучение литературных формул. http://literra.websib.ru/volsky/text.htm?240

жанрах (соответственно к “формульным жанрам” могут быть отнесены мелодрама, детектив, вестерн и пр.)[4].

Вот почему в противостоянии “жанра” и “формата” логичным кажется предложить умиротворяющий аргумент. Жанр и формат — два аспекта целостного производственного и вещательного телепроцесса — творческого (создающего смыслы и транслирующего ценности) и бизнес-процесса (производящего и продающего массовый продукт или услугу). Тем более что сегодня в этот теоретический спор вмешиваются уже новые факторы. Мультимедийность с ее основной характеристикой — интерактивностью — все больше нивелирует традиционную жанровую классификацию и утверждает классификацию по аудиториям.

Общественно-социальные практики и динамика телевизионного процесса в отражении форматов и жанров

Современным студентам совершенно не ведомы телевизионные победы, обретения и драмы 90-х и им очень трудно объяснить, чем отличается телевидение “лихого” десятилетия от десятилетия “стабильности” или от телевидения “оттепели”. Это поколение, которое знает про “Взгляд”, телемосты, “600 секунд” и “Пресс-клуб” из лекций и архивных записей. Когда вышел первый выпуск “Вестей” и в эфире покатился “зеленый горошек” НТВ, нынешние первокурсники только родились на свет.

Сегодня уже даже их родители стали забывать, с какой страстью чуть больше десяти лет — с 1987 по 2000 — страна смотрела телевидение. Оно было разным, как и полагается телевидению, отразившему несколько исторических эпох: разрушение империи, демократический романтизм и искушение капитализмом. Телевидение прошлой и совсем еще недавней эпохи было атмосферным. Не было модного слова “формат”. Журналисты ценились больше, чем звезды гламурного глянца. Главное, телевидение было субъективным и оттого — живым.

Народ на экране еще разговаривал, а не служил фоновой биомассой и “рейтинговым поголовьем”. Ведущие тоже еще не разучились общаться. Они, разумеется, меняли “социальные маски”: из диссидентов, мессий и задорных хулиганов ранних 1990-х превращались в “яппи”, респектабельных интервьюеров, бравурных провокаторов, пастырей нации, экранных стерв, исполнительниц душещипательных историй. Некоторые из “звезд” и закадровых

[4] Если следовать предложенной системе координат для целей журналистского творчества, то “классические” жанры, скорее, характеристика журналистского (авторского) в развлекательном и зрелищном. Формат же — характеристика продюсерского продукта.

служителей адаптировались в телевизионном бизнесе, приспосабливали для публики западные программы, которые на долгие годы приживались в эфире, но еще не разучились придумывать собственные.

В середине 90-х на экране искрило — от просто войн (чеченские кампании), войн предвыборных и войн информационных. От шумливых политических, и глумливых желто-скандальных шоу. От "Кукол", "Намедни" и "Про это". От "Человека в маске", "Я сама", "Старых песен о главном" и даже "Русского проекта". Телевидение, безусловно, было "авторским". Листьев, Молчанов, Любимов, Миткова, Доренко, Киселев, Сорокина, Парфенов, Сванидзе, Лобков, Ханга и др. Все — не актеры, а в основном журналисты и историки по образованию. При всей неоднозначности профессиональных судеб звездных лиц того десятилетия телевидение было гражданским. Журналисты — персонажи, в отличие от игривой маскировки нынешних героев телевизионного спектакля, не переставали оставаться людьми социума, а не только тусовки.

Новости вполне могли показать, как президент Ельцин щиплет стенографистку, премьер страны обнимает своего "кукольного" двойника, орет в телефонную трубку, выкликая террориста, а интервьюер отгоняет от лица мэра крупного города муху и задает неприятный вопрос. Это было "золотое время" репортеров, когда один репортаж из "горячей точки" или с партийного съезда мог сделать молодого человека знаменитым. Разговаривая о телевизионных циклах (слово "проект" только еще входило в моду), тогда вспоминали не о танцах на всех поверхностях, а о "Старой квартире". Именно в те годы родился канал "Культура".

Задорное и противоречивое телевидение 1990-х, прошедшее через искушение властью, свободой и деньгами, сменило телевидение новостей "под копирку", "фабрики грез", розыгрышей, "дискуссий понарошку", позитивного гламура и треш-публицистики. В век потребительских идеалов, сознательно и бессознательно скомпроментированных ценностей свободы, массовый поглощатель телевизионного зрелища согласился со своей участью "диванного" зрителя и стал запивать пивом сервированным к телевизионному столу "аншлаги", кремлевские концерты, чужие войны и державные новости.

В 2004 г. на встрече с западными политологами Владимир Путин произнес знаковую фразу: "Власть как мужчина должна пытаться, а пресса как женщина обязана сопротивляться". Сопротивление, которое полезно для самосохранения и прессы, и власти как любого живого организма год от года угасало, а установка на обслуживание интересов прежде всего владельцев (не важно —

частных акционеров или государства), а потом и потребителя — аудитории — активно декларируется топ-менеджерами крупнейших каналов. В середине "нулевых" телевидение превратилось в ящик по генерированию "эмоций", в "вид досуга" (Александр Роднянский), в "бытовой прибор" (Владимир Кулистиков), в "общественную столовую" (Константин Эрнст).

Телевидение стало ритуалом, а зритель в немногочисленных исследованиях, которые иногда интересуются — что и почему он смотрит, а самое главное — как оценивает — чаще всего не способен сформулировать, получил ли он удовольствие от просмотра программы, не говоря уж о пользе [Климов, 2007, с. 13]. Даже в случае раздражения срабатывает допинговый принцип: "не нравится, но смотрю". Оказалось, "скупка телевизионного инструментария олигархическими группировками" вряд ли меньшее зло, чем "местные телевизионные мафии, которые навязывают и свои вкусы, и свой бизнес в качестве мейнстрима аудитории национальных каналов" (Глеб Павловский) и идеологии государственного "своизма" с "олигархами" нового типа — лояльными, непубличными, всегда готовыми оказать услуги власти. "Информационные кампании" нового политического этапа сформировали устойчивые формулы: "свои-чужие", "наши-не наши", "предатели-патриоты". Важно в этой связи зафиксировать, что начало "нулевых", с точки зрения контента, — это "телевидение в погонах". В это время появляются все так называемые "чрезвычайные" линейки, программы милицейских хроник, дежурных частей, псевдодокументальные расследования. Но, пожалуй, лучше всего этот телевизионный период характеризуют сериалы. Вот пятерка самых рейтинговых сериалов сезонов 2001—2005 гг., по данным TNS: 2001 — "Убойная сила" (рейтинг — 21%, доля — 53%); 2002 — "Спецназ-2" (рейтинг — 20,5%, доля — 58%); 2003 — "Участок" — (рейтинг — 21%, доля — 48%); 2004 — "Диверсант" — (рейтинг — 21%, доля — 59%); 2005 — "Мастер и Маргарита" (рейтинг — 21,6%, доля — 45,4%). Сильное впрыскивание агрессии привело к привыканию и общественной апатии — прилив патриотизма способны пробудить либо небольшая, желательно победоносная война, либо масштабное зрелище.

На середину "нулевых" приходится интерес к символике Иного/Другого: "чужие" и "наши" в официальных новостях (время антиукраинской и антигрузинской кампаний), "иные" в кино ("Ночной" и "Дневной дозор"), просто "Другие новости" (первый канал). Фиксируемое социологами отсутствие у россиян опыта жизни в обществе, где есть разные социальные среды, где очень трудно дается нейтральное отношения к "другим", — воспроизводится на телеэкране как в традиционных жанрах журналистики

(новости, но “другие”), так и в адаптированных развлекательных форматах западного производства (на “инаковости”, позитивно-развлекающей особости построена “Минута славы”, например).

В обществе и культуре закрепляется консервативность, которая выражается в пульсирующем интересе к “старому”, откатом к привычным (в основном к “советским”, за неимением других) ценностям, ритуализацией понятных процессов. Поэтому после “телевидения в погонах” востребована мелодрама — самый консервативный жанр, потому актуальна фантастика.

Еще одна особенность минувшего исторического времени в разрезе телевидения — падение интереса аудитории к новостям. Если в 2000 г. 74% опрошенных[5] утверждали, что они смотрят новости ежедневно, то в 2006 г. таких осталось 57%. Существенно (с 5 до 13%) выросло количество тех, кто смотрит реже чем раз в неделю [Коломиец, 2007, с. 299]. “Инфортейнмент” — главное слово и главная мода десятилетия “эпохи стабильности”.

К середине “нулевых” драма жизни перетекает в массовые развлечения (народные забавы) — танцы, фигурное катание, цирк, бокс. Эти развлечения моделируют коллективное радостное переживание за тех, которые преодолевают и которые сумели (“Последний герой”, “Минута славы”). Эти форматы, по-видимому, заработали на массовом и повседневном ощущении дефицита действия, на “эффекте присутствия” (от “погон” устали, по живым персонажам соскучились) и общего замыливания “слов, которые не превращаются в дела” (бить в морду и рисковать под куполом цирка — честнее и понятнее). Возможно даже, что “Минутой славы” с ее эксплуатацией естественного обывательского интереса к такому же, как сам, но получившему символическое признание за нечто, выделяющее этого одного из толпы, в российских условиях как-то протезируются несостоявшиеся формы гражданского участия, социальной солидарности (клубы по интересам, формы досугового поведения), иллюзия присутствия в чужой жизни.

Игру с реальностью (СТС — “фабрика грез”, НТВ — “треш-публицистика”, ТНТ — “построй дом и любовь с юмором”) затеяли со зрителем те каналы, которые изначально либо работали с форматами (сериальная “фабрика грез” на СТС, экспериментальная фабрика реалити и юмора на ТНТ), либо экспериментировали с жанрами (НТВ, праймовое вещание). Один из идеологов российского инфотейнмента Николай Картозия (директор праймового вещания НТВ) не случайно в обоснованиях той или иной программы использовал слова, производные от “игры”: играть, играючи, игривый: “Максимум” — игра в “тарантиновщину”, “Про-

[5] Источник. Аналитический центр “Видео интернешнл” // Социологическое исследование “Телевидение глазами телезрителей” — городское население 15+.

фессия Репортер" — игра в "журналистов-рыцарей", "Русские сенсации" — игра в документалистику.

Все эти форматы "затянувшегося детства" с присущей им инфантильностью выбраны с учетом времени, обстоятельств существования политической журналистики (вернее, ее отсутствия), общим движением массовой аудитории к унифицированным развлечениям — не важно, позитивно-гламурным или агрессивно-брутальным. Они не предполагают осмысления причин и следствий, они не предполагают ответственности, они предполагают эмоциональное переживание или удовольствие от соучастие в игре.

Середина первого десятилетия XXI в. — это время рождения мультипликационного канала для "кидалтов" (взрослых детей), по сути, пародирующего "обывательские" ценности и традиционное ТВ провокационным слоганом: «Выключи мозги. Включи "2×2"» (год выхода в эфир — 2007). Модель этого канала (западный формат) — это своеобразная реакция "эскапистской" публики на телевизионный мейнстрим десятилетия. Ошеломляющее телесмотрение качественного сериала "Ликвидация" (сравнимое по рейтингам с лучшими сериалами "в погонах"), запущенного государственным каналом "Россия" в ночь выборов в Думу в 2007 г., подтвердило: интерес к политическому процессу ликвидирован и для информационного и дискуссионного телевидения действительно практически не осталось места. Кризис 2008 г. окончательно подморозил и без того законсервированные процессы на телевидении.

В результате ориентации на производство эмоций и развлечений практически нивелировалась общественно значимые цели телевидения — развитие личности, распространение адекватных времени представлений о действительности, проговаривание ценностного ряда и культурного кода новой России. (Не считать же всерьез таким проговариванием программы типа "Имя Россия", "Великая тайна воды" или "Плесень", которые государственные каналы предъявляли гражданам как знаковые и уникальные телевизионные проекты!).

Дело здесь не в ограничении аполитичной "гламурности", которой противостоят "агрессивная криминальность" и "треш со стебом". Это две стороны одной медали. Дело в том, что содержательно на телевидении нарушен разумный баланс — между игрой на пороках, страстях, страхах, показом демонстративной роскоши, скандалов и образа жизни звезд полусвета и восхищением человеческим достоинством, мужеством, трудом, милосердием.

"Хороший тон" этих времен, что называется, "за кадром" брезговать своим телевидением, понимающе ухмыляться, сетовать, а публично объяснять заказуху, сервильность, китч и аморальность — требованиями клиента — обывателя или власти.

В этом “двоемыслии” телевидение пребывает с исторической регулярностью. Причем не только российское. Отечественное, впрочем, с завидной периодичностью “зеркалит” времена “оттепелей” и “застоев”. Программами, лицами, процентами “прямых эфиров” и количеством телевизионных “консервов”. Брендами, слоганами, форматами и жанрами.

Десятилетие 1990-х было временем “авторского”, “журналистского” телевидения, на котором торжествовали новости, прямой эфир и общественно-политические программы. В середине 2000-х гг. оно сменилось телевидением “продюсерским”, “форматным”, адаптивным. На этом телевидении главным содержанием стали сериалы и развлечения всех видов. Главное лицо экрана нового времени — гламурная дива, известный шоумен, сатирик/выходец из КВНа, ведущий-актер. К концу “нулевых” универсальный и унифицированный телевизионный контент начинает проигрывать в конкуренции другим способам потребления информации и специализированному содержанию (массовый Интернет, развитие новых медиа, бум нишевых каналов). Начинает обосновываться идея “об умирании старой модели телевидения” (Константин Эрнст), необходимости “другого”, “умного” “для тех, кто не смотрит телевизор” (Александр Роднянский, Сергей Шумаков), “телевидения на мобильных платформах” (Дмитрий Медников).

В цикличности отечественной телевизионной истории есть еще одна — не очевидная — но примета: все крупные и масштабные зрелища, знаковые программы, знаменующие собой новый технологический или жанровый, или программный скачок, не сразу, но маркировали новое время, предваряя телевизионные перемены. Так было с Фестивалем молодежи и студентов в 1957 г., с программой “Время” в 1970, с трансляцией московской Олимпиады в 1980, со “Взглядом” и с “До и после полуночи” в 1987, с НТВ в 1993, с компанией “Голосуй или проиграешь” в 1996, с “Прямыми линиями президента” в 2000, с ужасом “Норд-Оста” в 2002, танцами на всех поверхностях, программой “Максимум” и “Не родись красивой” в 2005—2006 гг. 2009—2010-е гг. отмечены феерическим торжеством технологии телевизионного зрелища Евровидения-2009 и “Мультличностями” с поющими первыми лицами страны (спустя почти десятилетие после программы “Куклы”). Снятым в псевдодокументальной стилистике сериалом “Школа”, перезапуском “5 канала”, в основе программирования которого “разговор об актуальной истории”, запуском передачи “Справедливость” на РЕН (перекодирование скандального “треша” “Пусть говорят” в социальную нишу “решения проблем”).

Можно заметить очевидную закономерность: обновление форматов и эксперименты с традиционными жанрами — всегда при-

знак обновления и телевизионного процесса, и отклик на перемены в социальных практиках (именно конец “нулевых” ознаменован оживлением общественной активности, в том числе гражданской — автомобилисты, жители моногородов, шахтеры, “несогласные”).

Форматное телевидение. Вместо заключения

Форматное телевидение есть и ему надо учить. Тогда циклы, презрительно именуемые “документалкой”, поставленные на поток форматные серии о людях и событиях, не вызывают презрения. Конвейер требует стандартизации и упрощения, но по одним и тем же лекалам можно скроить продукцию и для черкизовского рынка, и для бутика модного дизайнера, и для качественной линии промышленных марок. Умение просчитать потребителя, выбрать заказчика и продать идею — одно из ключевых умений для сегодняшнего телевизионного профессионала. Поэтому если все-таки оставить “формат” — индустрии, которой в его категориях легче договариваться внутри себя и с внешней, международной средой, а жанр сохранить для вечности, то противоречия практически исчезают.

Список литературы

Коломиец В. Телевизионные новости: happy end обязателен // Российское телевидение: между спросом и предложением: В 2 т. Т. 1. М., 2007.

Климов И. Социальные вызовы “приватизированного телевидения” // Российское телевидение: между спросом и предложением: В 2 т. Т. 1. М., 2007.

Поступила в редакцию
30.06.2010