DOI: 10.17117/na.2015.11.05.121

Поступила (Received): 30.11.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.11.05.121.pdf>**Матвеев А.С.****Понятие формата телепроекта как объекта глокализации****Matveev A.S.****Format of a TV project as an object of glocalization**

В статье рассматривается понятие формата в системе современного телевидения. Отмечено, что системе телевизионного вещания понятие формата понимается в широком (формат телеканала) и узком (формат конкретного телепродукта) смыслах. Форматные характеристики оригинальных зарубежных проектов адаптируются во многих странах мира, претерпевая некоторые изменения в зависимости от локальных условий

Ключевые слова: телевидение, формат, глокализация

In this article we have tried to define the notion of a TV format. This notion can be understood in its narrow (the format of a programme) and broad (the format of the channel) senses. Each TV format has its own features which are adapted all over the world. These features can be diversified according to the local conditions of the country.

Key words: television, format, glocalization

Матвеев Александр Сергеевич

Магистр

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, ул. Победы, 85

Matveev Alexander Sergeevich

Master

Belgorod national research university
Belgorod, Pobedy st., 85

В настоящее время термин «формат» является одним из самых распространенных в системе теле- и радиовещания. Однако нельзя утверждать, что трактовка данного термина может быть однозначной как для радио, так и для телевидения. Слово «формат» (от латинского «formātum») значит оформленное, то есть приведенное в определенную форму. Понятие формата впервые встретилось в системе радиовещания. В издании «Радиожурналистика» под редакцией А.А. Шереля формат понимается как «формат – это подбор и расположение программных элементов (часто музыкальных записей) в последовательности, способной привлечь и удержать тот сегмент аудитории, в котором заинтересована станция» [6]. Совсем иначе дело обстоит с телевизионными форматами. В традиционной теории журналистики для выделения какой-то общности материалов журналистского характера, которые характеризуются общими формальными и функциональными признаками, принято использовать такой термин как «жанр». Однако с учетом современных тенденций функционирования телевизионного пространства такое понятие как «формат» становится более прием-

лемой альтернативой термину «жанр». У.Я. Рагимова в рамках исследования популярных телеформатов Азербайджана характеризует «жанр как продукт творчества, содержание телеконтента, а формат – стандартизирование формы построения и подачи этого продукта» [5, с. 262].

Современные продукты телевизионного творчества далеко не всегда можно классифицировать в рамках традиционной жанровой системы. По нашему мнению, это связано как минимум с двумя исторически сложившимися тенденциями. Во-первых, в течение последних несколько лет наблюдается наиболее активное использование телепроизводителями оригинальных западных форматов при формировании сетки вещания. При этом не менее важно, что у западных коллег понятие жанра периферийно – в том числе из-за того, что исследователи убеждены: ввиду бурного развития технологий производства телевизионного контента понятие жанра все чаще не способно охарактеризовать всю палитру своеобразия современных телевизионных передач. И это главным образом относится к программам развлекательного характера. Доказательство подобной научной тенденции находит отражение в работах исследователей. «Телевизионные практики предпочитают употреблять слово «формат» в узком смысле обозначающее шаблон, а в более широком – направление вещания» [4, с. 7]. В числе тех, кто активно продвигает идею разграничения понятий «формат» и «жанр» и разграничивает их трактовку – Исследователь О.Р. Лащук трактует формат в широком смысле (формат телеканала) и узком (формат конкретной телепередачи):

1. Формат телеканала определяют следующие характеристики: а) допустимые форматы всего контента, из которого он состоит; б) продолжительность, ротация передач и общий график вещания; в) идентифицирующий логотип; г) перебивки между блоками контента.

2. Формат телепрограммы определяется следующим структурными элементами: а) оформлением студии; б) особенностью работы ведущего: количеством одновременно работающих ведущих; требованиями к их внешнему виду и стилю поведения и речи; эмоциональной манерой ведения передачи; в) наличием и особенностью звукового и видеосопровождения; г) наличием приглашенных участников и требованиями к ним: их количеством; параметрам различия (пол, внешний вид, образование, социальное и семейное положение, сфера деятельности и т.п.); размещением их в студии; степенью свободы доступа к микрофону; наличием и распределением ролей; д) наличием новостных блоков: тематикой; количеством и временем их включений; объемом общим и каждого блока; е) наличием рекламных блоков: тематикой; количеством и временем их включений; объемом общего и каждого блока [3, с. 383].

Со стороны практикующего журналиста А.Г. Качкаева старается уйти от противопоставления жанра и формата по формальному признаку и определить задачи каждого явления, которые объективно демонстрируют разницу двух понятий, подчеркивая при этом, что ни без жанра, ни без формата телевидение сегодня не может существовать. «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» [1, с. 50]. Даже с учетом того, что предлагаемые исследователями определения в целом отражают суть явления, они не описывают его исчерпывающе. Каждый ученый делает акцент на том свойстве, которое считает определяющим в конкретном случае, хотя в другом случае важность этого же свойства может быть менее значительной.

Наиболее универсальным, хотя тоже не исчерпывающим, мы считаем определение формата, которое предложила И.Н. Кемарская: «Формат – это система договоренностей со зрителем каждой конкретной программы, это то, что делает ее уникальной, не похожей на других и похожей в каждом выпуске на саму себя» [2, с. 40]. «Форматы, как и жанры, содержат «свернутом виде» картину мира и систему ценностей, но ценности эти, как и форматы, не стабильны, подвержены постоянным изменениям под влиянием новых жизненных обстоятельств» [Новикова, 2010, 55].

В контексте настоящего исследования нас интересует интерпретация термина «формат» в его узком смысле, так как мы изучаем особенности глокализации определенной единицы телевизионного производства – зарубежного проекта, а не контент определенного телеканала в целом, что гораздо интереснее менеджменту компании, которая производит передачу в рамках лицензионного соглашения.

Список используемых источников:

1. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. 2010. № 6. С. 42-51.
2. Кемарская И.Н. Формат и телесценарий // Журналист. 2009. №6. С. 37-45.
3. Лащук О.Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Журналистика и медиаобразование-2010. Белгород: БелГУ, 2010. 532 с.
4. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб. 2008. 208 с.
5. Рагимова У.Я. Популярные телеформаты в Азербайджане // Современная филология. Уфа: Лето, 2011. С. 261-263.
6. Радиожурналистики. М.: МГУ, 2000. 226 с.