

Діана Дзюба
(Київ)

ЖАНРОВИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У статті розглянуто проблеми жанрової медіа-теорії, проаналізовано значення жанру для телевізійної індустрії, простежено низку факторів, які впливають на розвиток жанрової структури телевізійного контенту, визначено відмінність понять «формат» і «жанр».

Ключові слова: жанр, телевізійний контент, телевізійний формат, медіа-теорія, телевізійні дослідження, телебачення.

В статье рассматриваются проблемы жанровой медиа-теории, анализируется значение жанра для телевизионной индустрии, прослеживается ряд факторов, которые влияют на развитие жанровой структуры телевизионного контента, обсуждается отличие понятий «формат» и «жанр».

Ключевые слова: жанр, телевизионный контент, телевизионный формат, медиа-теория, телевизионные исследования, телевидение.

The article analyzes the genre media theory, examines the significance of genre for television industry, and retraces a number of factors which influence on the development of genre structure of television content. It also discusses the difference between the *format* and *genre* concepts.

Keywords: genre, television content, television format, media theory, television studies, television, media studies.

Кожен аспект сучасного телебачення демонструє залежність від жанру, і не тільки тому, що жанр є суттєвим параметром будь-якого медіа-тексту. Жанрова структура телебачення є фактором розвитку його програмування й телеіндустрії загалом, адже жанрові коди активно використовуються двома базовими спільнотами телекомунікаційного процесу – глядачами та виробниками телеконтенту. Жанри – це закодований набір формул і конвенцій, який вказує на організацію медіа-текстів у різних моделях (паттернах); вони слугують індикатором сприйняття медіа-тексту соціокультурним загалом. Зміни жанрової структури у свою чергу детерміновані економічними вимогами до медіа-продукту й технічним розвитком медіа-індустрії.

Будучи важливою категорією, яка впорядковує телевізійний потік, жанрова система телебачення зазнає зовнішніх впливів, пов'язаних з апгрейдом вітчизняної телеіндустрії, а особливо – з процесами конвергенції¹, які стимулюють створення крос-платформових медіа-франшиз і трансмедійних проєктів (transmedia storytelling)², розміщення певних частин медіа-тексту на різних технологічних платформах.

Розробка жанрових дефініцій актуалізується заради практичної необхідності всередині телеіндустрії. У процесі створення телевізійного продукту беруть участь два сегменти – мовники (телеканали) і продакшн-компаній, які можуть бути сторонніми (аутсорсинг) та внутрішніми (ін хауз). Телеканал як замовник і продакшн-студія як

виробник цього продукту повинні мати тотожне розуміння жанрових характеристик і солідарне бачення специфіки телевізійного продукту ще на стадії обговорення синопсису проекту. Відтак жанрова структура телебачення має вагоме практичне значення: поділ телевізійного контенту на жанри є важливим не лише *зі змістовного, але й з практичного* погляду, оскільки від цього значною мірою залежить технологія виробництва.

Ідентифікація жанрів відбувається шляхом пошуку в телевізійних текстах подібностей, пов'язаних із загальними темами, персонажами, символами, конвенціональними аспектами й виразними матеріальними об'єктами. Наприклад, жанрова категорія «кримінальна програма» включає контент різних жанрів: за організацією та виробництвом матеріалу – фільм, телемуві, серіал, суд-шоу, реаліті-шоу; за драматургією сценарію – соціальна драма, трилер, детектив, комедія. Їх розмаїття об'єднує «загальний комплексний код», зібраний з таких спільних складників, як: тематика (злочин і кара), персонажі (злочинець, слідчий або суддя, свідок), стилістичні символи (стилістика аудіо- і візуального зображення – уніформа, професійна термінологія в діалогах героїв), подієвий ряд (злочини, переслідування, очні ставки, допити, звинувачення, ліквідація та покарання злочинців). Не всі вони мають бути обов'язково представлені в повному обсязі, але повинні бути наявні незалежно від формату телевізійної програми.

Сучасне телебачення доречно порівняти з казаном, що кипить, де «варивом» слугують медіа-тексти – різножанровий телеконтент, у якому процеси диференціації відбуваються паралельно з процесами синтезу. У результаті дифузії жанрів в ефірі з'являються нові жанрові конструкції, які відразу класифікувати нелегко. В українському ефірі такими є, наприклад, сповіді («Моя правда», СТБ), світські хроніки («Світське життя», 1+1; «Неймовірна правда про зірок», СТБ), домашнє відео та мобільні телерепортажі, змонтовані з матеріалів, відзнятих глядачами (user-generated content (UGC) – «Шалене відео по-українськи», 2+2), залучення інтернет-технологій (skype-інтерв'ю в режимі он-лайн – «Сніданок з 1+1»).

Тенденції розвитку телебачення демонструють посилення його інтеграції в індустрію розваг. Стиль розважальних жанрів сьогодні дедалі активніше проникає в інші жанрові системи, де виникають нові, незвичні поєднання. Прикладом такого впливу може стати «інфотейнмент». Інфотейнмент не є новим жанром, це радше стиль, який впливає на відбір інформації, стилістику сценарію і оформлення передачі, манеру подачі матеріалу ведучими: орієнтування на сенсаційність, спрощення мовних формул, використання простих символів, образів, звернення до простих емоцій, використання гумору, іронії в коментарях, кліпової манери подачі відеоматеріалів, обігрування стереотипів тощо.

На стику інформації і розваги зародився й гібрид інформації та сатири, який назвали «інфотирою». В українському ефірі поки що немає власного продукту цього жанру, але є програма російського виробництва – «Прожекторперисхилтон». У гумористичній манері ведучі коментують новини – реальні події минулого дня або тижня, коментарі відомих політиків, ефіри провідних інформаційних каналів. У «стьобовій» подачі ведучих усе це набуває живого, захоплюючого характеру і, що парадоксально, – передача стає головним джерелом інформації для молодшої аудиторії.

Телебачення функціонує як програма у вигляді сукупності аудіовізуальних текстів, вибудованих у певній просторово-часовій послідовності. Програма каналу (програма на сітка) є унікальною для кожного каналу й формується з оригінальних продуктів власного виробництва та закупівельного телевізійного продукту. Тому основною одиницею телебачення є не окремий твір, а програма, усередині якої існує регулярне чергування різномірних програм, жанрів, форматів. Вагоме значення в програмуванні має розташування передач у часі. Крім того, програмують горизонтальні та вертикальні лінійки програм, які «підсаджують» цільову аудиторію на перегляд конкретного жанру в конкретний часовий проміжок. При цьому враховується прогно-

зований денний розпорядок тієї чи іншої групи телеглядачів відповідно до їхніх вікових, гендерних, соціальних характеристик. У процесі програмування враховуються жанрові закони, які пов'язують об'єкт сприйняття з глядачем.

Спроба постановки жанрової проблематики телебачення буде хибною поза контекстом сучасної постмодерністської епохи. З одного боку, телебачення слугує моделлю, інтерпретуючи реальність постмодерну, а з другого, – сама ця модель може бути інтерпретована за допомогою засобів постмодернізму. У даному випадку ми стикаємося з одним з найяскравіших феноменів, який ілюструє сплетіння технологічних, культурних та світоглядних новацій, характерних для сучасності. Це значною мірою пояснює той факт, що для культури рубежу ХХ–ХХІ ст. характерна тенденція до змішування жанрів (особливо на телебаченні), а також до розвитку проміжних жанрів. Розглядаючи телебачення крізь призму постмодернізму, його варто трактувати як єдність різних видів діяльності, як величезний поліфункціональний і мультижанровий медіа-комплекс, наділений особливими характеристиками, з урахуванням його синтетичної і водночас синкретичної природи, близької до постмодерністської естетики, яка проявляється в його програмності, серійності, мозаїчності, принципах монтажу тощо. Те саме стосується й телевізійних жанрів, абсолютно специфічних завдяки особливостям самого телебачення.

Важливим моментом під час дослідження жанрів телебачення є розмежування класичного поняття «жанр» і сучасної категорії «формат». Це різні поняття, які дуже часто ототожнюють, проте формулюючи стисло, скажемо так: жанр більше відповідає за зміст медіа-тексту, а формат – за структурну форму.

Формат вживають у значенні «форма», «структура», він визначає внутрішні стандарти організації контенту, технологію його виробництва і навіть ринкові інструменти. Тобто в ньому підкреслюється переважно формальна сторона, до того ж неодмінно закріплена в певних параметрах, які зазвичай деталізовані в продакшн-біблії, що її отримує набувач прав на певний формат програми. Формат може характеризувати не тільки окрему передачу, але й програмну політику каналу, куди вписані ті чи інші змістовно-формальні одиниці мовлення, відповідні даному формату (наприклад, кожен музичний канал має свій формат музичного мовлення). Формат закріплює за собою певні адресні та стильові ознаки, формуючи сукупність власних типологічних характеристик. У цій статті ми приділяємо значну увагу формату тому, що форматування має виразні стильові характеристики і вагомо впливає на жанрові трансформації в телепросторі.

Телевізійні дослідження вирізняються неабиякою «дисциплінарною гібридністю». Телебачення як об'єкт вивчення зазвичай розсікається на фрагменти за інтересами, окремі фахівці вивчають лише одну зі складових, часто некоректно переносячи до телетеорії засадничі принципи близьких наукових сфер. Мистецтвознавці пишуть про телебачення як про екранний вид мистецтва, телекритики – як про мовника і виробника телевізійного контенту, дослідники в галузі журналістики розглядають телебачення як ЗМІ й аналізують програмний зміст лише інформаційно-аналітичної спрямованості, комунікативісти вбачають у телебаченні насамперед засіб масової комунікації (ЗМК) і досліджують цю його специфіку, соціологи і психологи розмірковують про глядацьку аудиторію та її сприйняття, політологів цікавлять наявні в телебаченні важелі політичного впливу і маніпуляції, а маркетингологи цілком занурені в показники рейтингів переглядів і суми рекламних бюджетів. Тобто певний аналіз різних аспектів телебачення відбувається, але все це робиться розрізнено, досить емпірично і часто без будь-якого зв'язку із сучасною телевізійною практикою.

Логічним результатом дисциплінарної гібридності медіа-теоретиків є розходження в методах досліджень та різне розуміння об'єкта вивчення, що не отримав допоки загального тотожного розуміння й визначення, яке б охоплювало всі його аспекти і форми, об'єднувало всі його формальні та змістовні компоненти, і яке б задовольняло різногалузевих медіа-теоретиків і практиків телевізійної індустрії. У дискусій-

ному колі залишаються питання генезису та еволюції жанрових зразків: яким чином одні жанри виникають і розвиваються, чому інші зникають після багаторічного існування.

Сучасні жанри телебачення загалом важко піддаються систематизації і наполегливо чинять опір, позаяк мають розмиті жанрові межі та змінюються швидше, аніж теоретична думка встигає віднайти методологічну систему критеріїв, щоб їх проаналізувати та розкласти у різні жанрові файли. Спірність більшості жанрових класифікацій пояснюється тим, що в їх основі використовуються критерії та зовнішні ознаки жанрів з теорії літератури, журналістики, радіо, кінематографа. Тим часом жанри телебачення формуються і класифікуються за іншими законами, ніж жанри, скажімо, періодичної преси, радіо чи традиційних видів мистецтв. Не має поки що вирішення одвічна проблема «курки і яйця», а саме: що виникає раніше – ідентифікація жанру чи медіа-тексти, що їх згодом об'єднують в окремий жанр. Аби здійснити селекційний відбір медіа-текстів в одну жанрову групу, слід заздалегідь розуміти критерії відбору, які стають відомими після того, як вони зафіксовані у створених медіа-продуктах.

Сучасні українські дослідники в галузі журналістики продовжують радянську традицію 1950-х років і ділять телевізійні жанри на три групи, що майже повністю відповідають газетним: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. До першої групи зараховують замітку (відеосюжет), звіт, виступ, інтерв'ю, репортаж; до другої – коментар, огляд, бесіду; до третьої – нарис, замальовку, фейлетон, памфлет.

Важко погодитися з таким поділом, оскільки перелічені жанри класифіковано за різними ознаками і багато з перерахованих журналістських жанрів у чистому вигляді на телебаченні або вже давно не існують, або є складовими складніших телевізійних конструкцій, переважно інформаційних програм. Так само сумніву підлягають і назви жанрів – інформаційний, аналітичний і художньо-публіцистичний. Це, швидше, різновиди великих груп жанрів. Які програми сучасного телебачення можуть бути об'єднані в ці групи? Приміром, в аналітичну групу програм, крім жанру новин – «ТСН. Підсумки тижня» (1+1), «Подробиці тижня» (Інтер), цілком можливо зарахувати такі соціально-психологічні реаліті-шоу, як «Кохана, ми вбиваємо дітей» (СТБ), «Детектор брехні» (СТБ) і навіть едьютейнмент-шоу «Школа лікаря Комаровського» (Інтер) з його відомим слоганом «Давайте, розберімося». В усіх наведених телевізійних шоу застосовується аналітичний наратив і за цією ознакою ці програми можуть також уважатися певною мірою аналітичними й водночас розважальними.

Унаслідок комерціалізації стратегій програмування поінакшав жанровий і тематичний склад телевізійного продукту. Не маючи можливості охарактеризувати усі жанри телебачення, зупинимося на кількох, які є «локомотивами» ефірного програмування. Сьогодні на телевізійних ринках пропонуються програми не тільки тих жанрових форматів, що вже стали «класичними»: серіали, реаліті-шоу, ток-шоу чи ігрові шоу, але й гібридні, які суміщають кілька жанрів, що на сьогодні є трендами медіа-індустрії. Проте найпоширенішим продуктом телевізійного ефіру й найбажанішим, згідно з рейтингами, для більшості телеглядачів є телесеріали.

Серіал – це окремі фільми із закінченою фабулою, об'єднані одним або кількома головними героями. Телесеріали мають підвиди не лише за гендерним чи віковим критерієм поділу (чоловічі, жіночі, молодіжні), але й за жанровим (детектив, мелодрама, комедія), за технологією створення (мильна опера, ситком).

Ситком – скорочено від «situation comedy» – комедія ситуацій. Як окремий формат серіалу закріпився на телебаченні наприкінці 1960-х років і став незамінною частиною програмної сітки мовлення. В Україні позитивний прорив у глядацькому сприйнятті цього жанру відбувся після рейтингового успіху ситкому «Моя прекрасная няня» («Моя прекрасна нянька», 1+1), а згодом і «Не родись красивой» («Не родись вродливою», «Новий канал»). Традиційно такі комедії складаються з окремих серій, кожна з яких багато в чому незалежна. Основна увага в ситкомі зосереджена на комічності повсякденного життя і родинних ситуацій. Постійні персонажі майже

незмінні, тоді як події розвиваються і завершуються до кінця серії. Другорядні персонажі найчастіше з'являються лише одного разу за все ефірне життя серіалу.

Крім того, ситкоми можуть бути анімаційними («The Simpsons» («Сімпсони»)), псевдодокументальними – пародія на документальний серіал (мокументарі)³. Мокументарі подається як документальний серіал, але насправді є художнім вимислом.

Мильна опера (soap opera) – серіал, що складається з невизначеної кількості серій, як правило, тривалістю близько години кожна. «Мильна опера» – телепродукція з умовною формою безперервної і нескінченної дії, призначена для денного або передпраймового показу. Різні сюжетні лінії можуть як перетинатися одна з одною, так і жити окремим життям. Задоволення від мильної опери пов'язане насамперед з конвенціями цього жанру. Аудиторія продовжує будувати здогади і ніколи не приходить до остаточного рішення, що є дієвим способом утримувати перед екраном мільйони глядачів.

Телевізійний фільм, телемуві – ігровий фільм, спеціально зроблений для первинного показу на телебаченні, а не в кінотеатрах. У процесі виробництва таких фільмів враховується розмір телевізійного екрану й певна телевізійна специфіка. Тому телефільми відрізняються від кінофільмів меншою кількістю загальних планів. Під час монтажу телефільмів враховують рекламні блоки в ефірній сітці й після рекламного блоку фільм триває з деяким «відкатом» сюжету.

Докудрама – ігровий фільм, де професійні актори грають за детально опрацьованим сценарієм, в основі якого лежать реальні події. Це псевдохроніка чи інакше – реконструкція історичних подій, яка імітується під хроніку.

Драмеді – телевізійний серіальний жанровий формат. Назва його походить від двох слів – «драма» і «комедія», тому в такому серіалі поєднуються елементи цих двох жанрів. З одного боку, – гостра проблематика і переживання, з другого, – комічні ситуації і жарти. Фактично драмеді – полегшена версія мелодраматичного серіалу, де зачіпається багато соціальних проблем, зокрема відносини між людьми.

Кіно – показ у телевізійному ефірі продукції кінематографа, створеної для першої демонстрації на великому екрані кінотеатрів.

Реаліті-шоу – універсальна категорія, що охоплює широкий спектр багатосерійних телевізійних програм, учасниками яких є реальні люди, які перебувають у штучно створених чи природних умовах і які виражають реальні емоції, не визначені раніше в сценарії. У жанровій площині межує з докудрамою, шоу, телегрою. Корпус програм, об'єднаних в окрему групу під загальною назвою «реаліті», надзвичайно різноплановий і різноманітний: шоу на виживання, шоу самовдосконалення (покращання зовнішнього вигляду) і шоу вдосконалення свого середовища (оселя, робота), талант-шоу та багато інших. «Реальне» в реаліті-програмах є дуже гнучким концептом, оскільки всі ситуації, у які потрапляють учасники, наперед задані творцями шоу. Крім того, у процесі монтажу відбувається селекція кадрів, тобто створюється дещо інша реальність, відмінна від справжньої. Цей тип програм, враховуючи його різновиди, є унікальним мультижанровим телевізійним продуктом.

Серед розважальних жанрів вагоме місце посідає шоу, що налічує кілька різних варіантів:

– ігрові шоу (беруть свій початок від вікторин; можуть бути інтелектуальні, спортивні, командні, особисті тощо);

– скетч-шоу (ланцюг комедійних сценок, або «скетчів», тривалістю від однієї до десяти хвилин кожна);

– стендап-шоу (ведучий жартує на сцені, іноді спілкується безпосередньо з глядачами у залі, приміром: «Камеді Клуб» («Comedy club»); концертні шоу (сценічні видовища з естрадних номерів, як правило, музично-розважального характеру – святкові збірні і сольні концерти, трансляції музичних фестивалів, церемоній)).

Таким чином, у сучасних процесах розвитку телевізійної медіа-системи України можна виокремити кілька тенденцій:

- зрощення телебачення з іншими сегментами індустрії розваг;
- зниження частки журналістських матеріалів у програмних стратегіях;
- збільшення в телевізійному контенті частки гібридних жанрів – інфотейнменту, едьютейнменту (edutainment – навчання через розвагу), докудрами, мокументарі, драмеді, а також інших розважальних форматів – ігрових та реаліті-шоу, гумористичних і музичних програм, телемуві, серіалів тощо.

Жанри диктують основні умови виробництва телепродукту і його сприйняття глядацькою аудиторією. Забезпечуючи цілісність, гармонію і завершеність будь-якого телетексту, жанр водночас забезпечує і цілісність його сприйняття. Існує найтісніший взаємозв'язок сприйняття і жанрових форм телебачення: еволюція жанрів багато в чому визначається глядацькою підготовленістю та попитом.

Розгляд телевізійної жанрової структури щільно пов'язаний із процесами конвергенції. Телебачення активно налагоджує взаємодію з іншими цифровими медіа-платформами, зокрема Інтернетом. У конкурентній боротьбі за комерційного глядача (віковий зріз 14–49 років) телекомпанії усіяко розвивають інтерактивність програм, паралельно інтегруючи їх в Інтернет та інші мультимедійні платформи.

На сучасному етапі немає єдиної канонічної жанрової класифікації, і спроби в цьому напрямі свідчать про специфічність предмета систематизації, про постійний розвиток жанротворення, дифузійні та взаємодіючі процеси між жанрами. Варто брати до уваги і зараховувати до самостійних жанрових моделей ті медіа-тексти, поява яких детермінована дослідженнями соціології, психології, маркетинговими показниками. Погляд на традиційну систему жанрів крізь призму нового соціального контексту, ідентифікація нових жанрових різновидів дасть можливість сформувати структуру актуальної жанрової системи і підняти рівень телевізійних досліджень в Україні до світових стандартів.

Вирішення цього питання вимагає звернення до законів функціонування медіа-індустрії, контент-аналізу телевізійного продукту в контексті сучасних тенденцій розвитку сфери масових комунікацій. Крім того, важливо подолати існуючі концептуальні розбіжності в методологічній і соціально-політичній площині та дійти консенсусу в питанні про те, як телебачення має розумітися всіма учасниками телевізійного дискурсу.

¹ Конвергенція медіа – зближення різних медіа-платформ на основі цифрових технологій.

² Зокрема, кастинг учасників талант-шоу «Х-фактор» відбувався не лише під час регіональних оглядів, а й на сайті програми «Х-фактор Онлайн» (СТБ). Переможці інтернет-кастингу брали участь у шоу нарівні з іншими.

³ Мокументарі (mockumentary) – від англійських слів «mock» (передражнювати, пародіювати) і «documentary» (документальний).

SUMMARY

The article analyzes the problems of the genre media theory, examines the significance of genre for the television industry, and retraces a number of factors which influence on the development genre structure of television content. It also discusses the difference between the *format* and *genre* concepts.

Genre is a determinative parameter of any media text. The genre codes are widely used by two basic communities of telecommunication process – audience and producers of television content. The genres are an encrypted set of formulae and conventions pointing to organization of media texts in various models (patterns). They are an indicator of socio-cultural perceptions of media text.

Changes in genre structure are determined by economic requirements for media product and external influences, including the upgrade of national television industry, media convergence, development of cross-platform media franchises.

The problem of genres is examined in the context of postmodern aesthetics. Trends of television demonstrate strengthening of its integration with the entertainment industry. Today the specificity of entertaining genres is that they increasingly penetrate into other genre systems, thus creating new, unusual combinations. An important point in research of television genres is difference between the *format* and *genre* concepts.

The study of television genres requires the address to the rules of media industry functioning, the account of psychological features of audience perception, the use of content analysis of the TV programs in the context of current tendencies of mass media development.

Keywords: genre, television content, television format, media theory, television studies, television, media studies.