

ГАПЧ В.В.

*студент спеціальності «Журналістика»
Національного університету «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

ПОГРЕБНА В.Л.

*доктор філологічних наук, професор,
зав. кафедри журналістики
Національного університету «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

ПОНЯТТЯ «ФОРМАТ ПРОГРАМИ» У СУЧАСНІЙ ТЕЛЕІНДУСТРІЇ

У сучасній медіасфері все більшої значущості набуває поняття «формат». Українські дослідники медіа почали активно вживати цей термін ще з кінця 1990-х років. Поняття «формат» використовують, говорячи про друковану продукцію, про радіостанції, про окремі радіо- або телепрограми, а також про телеканали в цілому.

Специфіка формату телевізійних програм стала предметом досліджень таких науковців, як О. Джолос [1], В.С. Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Омелянець [2], М. І. Недопитанський [3] та ін. Науковці не мають одноставної думки щодо теоретичного осмислення цього поняття. Актуальність нашого дослідження обумовлена відсутністю чіткого визначення поняття «формат телевізійної програми».

Формат визначає внутрішні стандарти організації контенту, технологію його виробництва і навіть ринкові інструменти. Він може характеризувати не лише окрему передачу, а й програмну політику каналу, куди вписані ті чи інші змістовно-формальні одиниці мовлення, відповідні даному формату. Термін закріплює за собою певні адресні та стильові ознаки, формуючи сукупність власних типологічних характеристик.

Серед форматів для телевізійних програм або каналів виділяють музичні, розважальні, новинні, спортивні, освітні, художні фільми тощо. Назви цих форматів говорять самі за себе. Деякі з них мають так звані підформати через спеціалізації, наприклад, за жанрами фільмів, музичних напрямків, видів спорту тощо.

Формат є своєрідним «брендом» певного телеканалу, який охороняється авторським правом. О. Джолос вважає, що «в поняття «формат» входять всі основні компоненти телевізійної програми:

- жанр;
- оформлення;
- особливості роботи ведучих, їх кількість, стиль;
- кількість учасників, їх функції, стиль поведінки та інші вимоги;
- розміщення учасників, гостей та глядачів;
- можливість включення в програму новин та реклами; їх кількість та хронометраж тощо» [1, с. 41].

Формат, як сукупність ознак, які надають унікальних та відмінних рис кожній окремо взятій передачі, допомагає якнайкраще зрозуміти природу контенту, який пропонує нам сучасний медіаринок. Окрім того, формат включає в себе жанр, стиль, драматургічну конструкцію, хронометраж, тематичні і сюжетні переваги та обмеження, графіку, музику,

образ ведучого (ведучих) та ін. В.С. Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Омелянець дають наступне визначення: «Формат – це набір постійних ознак телепередачі. До таких відносять: час (хронометраж), учасники (герої і їх ролі), обстановка (час і місце для кожного учасника), форма (набір дій, характерних для програми). Необхідно описати всі деталі і всіх учасників: провідних, героїв, акторів; реквізит; розмір павільйону; кількість камер, наявність операторського крана; обсяг задалегідь записаних фрагментів» [2, с. 130].

Телевізійний формат часто оголошують синонімом слова «шаблон», від якого два кроки до таких понять, як «кліше», «клон», «зліпок». Але формат виключає механічне повторення. Може бути, ближче всього до цього поняття слово «лекало» – інструмент, що дає можливість багаторазово, швидко і без втрати якості відтворювати складну форму. Саме формат дозволяє створювати штучні речі на зростання виробничому конвеєрі, тобто пропонує рішення одвічного парадоксу телебачення. Зміст окремого випуску передачі завжди одинична, штучно, а формат універсальний та технологічний.

У свою чергу формат телепрограми дозволяє зрозуміти основну ідею телепродукту, його зміст, і форму, у яку він буде втілений. За допомогою нових елементів «оформлення» та обігрування стандартних ситуацій можна створювати велику кількість форматних телепередач, які завойовують високі рейтинги серед глядачів та користуються великим попитом на сучасному медіаринку.

Таким чином, формат телепрограми фіксує оригінальну ідею конкретного телевізійного продукту та має відношення до його формальної структури і змісту, визначає внутрішні стандарти організації контенту, технологію його виробництва.

Список використаних джерел

1. Джолос О. Продюсування в аудіовізуальних медіа: навчальний посібник. Київ : Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 84 с.
2. Лазебний В.С., Бакіко В.М., Омелянець О.О. Організація телевізійного виробництва: навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162 с.
3. Недопитанський М. І. Жанрові новації сучасного українського телебачення. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403>