

Олег Лепешенков

Белорусский государственный университет

«ФОРМАТНЫЙ» ЭФИР ТЕЛЕКАНАЛА «ОНТ»

Самым рейтинговым в стране телеканал «ОНТ» стал благодаря покупке лицензионным проектом – «форматам». Справедливо ли такое утверждение? Разумеется, нет! Начиная «Второй национальный» с «Наших новостей», которые отвечают традициям качественной европейской тележурналистики; сильными сторонами телеканала стали также документальный кинопоказ, оригинальные телеверсии концертов и праздничные шоу-программы.

«Форматы» же были причиной того, что за «ОНТ» закрепился имидж современного телеканала – считает Сергей Николаевич Хомич, первый заместитель председателя правления ЗАО «Второй национальный телеканал». В международной правовой терминологии «форматом» принято называть совокупность сведений и материалов, определяющих творческую концепцию произведения (телепрограммы, шоу, игры и т. д.) и существенные элементы ее практической реализации. В объем понятия также входят описание сюжетных линий (идей), правил проведения программы, типов ведущего (ведущих) и иных персонажей, манеры их поведения, хронологической последовательности действий и событий, деталей декораций и сценографии, музыкальное сопровождение, хронометраж и иные творческие и технические элементы телевизионной программы. С практической точки зрения «формат» – это уже опробованный в телеэфире телепроект, обещающий определенные рейтинги и снижающий, таким образом, коммерческие риски для компании-производителя.

Одним из первых «форматов», появившихся в белорусском телеэфире, стал «Звездный цирк». Это был собственный адаптированный телевизионный продукт, произведенный по лицензии, с белорусскими участниками. Кстати, в Беларуси этот проект вышел на телеэкраны раньше, чем в России.

Но было бы неверным считать, что на постсоветском пространстве «форматы» возникли только после распада СССР. Они существовали и раньше. Самые известные – «КВН» и «Что? Где? Когда?». Телеканал ОРТ получил заметное преимущество, став правопреемником советского телевидения, сохранив эти «форматы» у себя. С другой стороны,

и ОРТ, и другим национальным постсоветским телеканалам пришлось искать иные «форматы», в силу того, что своих было недостаточно.

На Западе примерно уже 50 лет существуют специальные производящие компании и спрос на «форматы». По заказу транслирующих компаний последние ищут идеи, создают новые телепроекты, предлагая наиболее успешные к распространению по всему миру. Следовательно, намечилось разделение труда на телекомпании транслирующие и, отдельно от них, – производящие телевизионный продукт. В числе лидеров: «Endemol», «Granada Television», «Independent»... Свои компании, производящие «форматы», есть у «BBC», «NBC», «CBS»: сперва они показывают их в своем эфире; затем, если проект оказывается успешным, его начинают продавать за границу. В результате, постсоветские страны получили возможность выбирать из того, что уже много лет шло на Западе, было проверено временем и телеэфиром. Оставалось перенести «форматы» на национальную почву. Это произошло, к примеру, с игрой «Поле чудес» – одним из первых «форматов», пришедших на постсоветское пространство, который продолжает с успехом выходить во множестве стран.

В то же время, и это необходимо иметь в виду, в разных странах – европейских, азиатских, американских – менталитеты их жителей существенно различаются. И если какой-то «формат» хорошо шел, например, в Польше, Сербии, Хорватии, постсоветских странах, то высока вероятность того, что у этого проекта будут хорошие результаты и в Беларуси. Однако если «формат» был успешен в США, то совсем не факт, что он «приживется» в нашей стране, особенно если показать его в оригинальном виде, не внося в него значительных изменений.

В чем плюс использования уже разработанных зарубежных «форматов»? Почему телеканалы зачастую склонны скорее приобрести готовый проект, нежели создавать свой с нуля? Дело в том, что зачастую из десятков запускаемых лишь один становится успешным. И когда выбираешь из уже «обкатанных» «форматов», нет необходимости тратить деньги на эксперимент.

Телеканал «ОНТ» в этом отношении довольно быстро прошел существенную эволюцию: от приобретения лицензий и производства до разработки и запуска собственных «форматов». Началось все в 2006 году с проекта «Звездный цирк», снятого по лицензии компании «Эндемол». И уже тогда зарубежный формат был подвергнут существенной

переработке. К примеру, в итальянском цирке больше внимания было уделено обсуждениям, у нас – действию, выступлениям участников. В итальянском варианте участники проекта постоянно жили и репетировали в импровизированном передвижном «цирке»; в Минске же на съемочную площадку «Звездного цирка» приезжали только для тренировок и выступлений. Причем номера, в сравнении с итальянской версией, готовились даже более сложные и экстремальные. Потом были «Две звезды», «Великолепная пятерка», «Один против всех», «Битва титанов». Появились и собственные проекты «Приданое для невесты», «Три холостяка». Они, хотя и разрабатывались на основе уже существовавших «форматов», оказались изменены столь значительно, что превратились во вполне самостоятельные проекты. Это стало возможным вследствие опыта работы с оригинальными «форматами», который удалось применить при разработке собственных.

Современное телевидение, как мы видим, во многом интернационально и готово перенимать мировой опыт. Сотрудничество является коммерчески выгодным: масштабные проекты, которые было бы сложно взять на себя одному телеканалу, готовят сообща. Это в полной мере относится к «Битве титанов» и новому шоу на телеканале «ОНТ» «Зачистка» (в российской интерпретации – «Жестокие игры»), в котором примут участие, кроме белорусской, сборные Украины, Чехии и Словакии. Очевидно, что работа с «форматами», которые успешно завоевывают аудиторию во всем мире, помогает профессиональному росту белорусских телеканалов, от чего, в конечном итоге, выигрывает зритель.

Тамара Лонская

Белорусский государственный университет

АКТУАЛЬНЫЙ ВОПРОС – КУЛЬТУРА РЕЧИ В ЭФИРЕ

Радио и телевидение призваны нести в широкие массы не только определенные идеи, научные знания, не только развлекать, информировать, но и пропагандировать речевую культуру. Наряду с самыми серьезными требованиями к идеологической выдержанности, политической направленности, актуальности тематики, яркости формы материалов, передаваемых в эфир, должны предъявляться не менее серьезные требования к культуре звучащей речи.