

«ЖАНР» И «ФОРМАТ» В ПРАГМАТИКЕ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА КИТАЯ

Е. И. Кононова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kononovaelena@mail.ru*

В данной статье в ракурсе прагматического определения рассматривается роль полисемантических понятий «жанр» и «формат» как средства продвижения медийного дискурса в практике телевизионного производства КНР. Рассмотрены точки зрения российских, белорусских и китайских исследователей на трансформацию форматов на основании новых телевизионных технологий. Сделана попытка аргументирования изменений и определения специфики медийного дискурса в китайской журналистике.

Ключевые слова: дискурс; формат; телевизионное производство; медиасреда; медиаиндустрия; китайское телевидение.

«GENRE» AND «FORMAT» IN THE PRAGMATICS OF CHINA'S MEDIA DISCOURSE

E. I. Kononova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. I. Kononova (kononovaelena@mail.ru)*

This article, from the perspective of a pragmatic definition, examines the role of the polysemantic concepts of «genre» and «format» as a means of promoting media discourse in the practice of television production in the PRC. The points of view of Russian, Belarusian and Chinese researchers on the transformation of formats based on new television technologies are considered. An attempt has been made to argue for changes and determine the specifics of media discourse in Chinese journalism.

Key words: discourse; format; television production; media environment; media industry; Chinese television.

Как и в других странах, китайское телевизионное производство не может обойтись без использования *жанров и форматов телевизионной журналистики*. Новые правила современной медиасреды не только изменили представления о китайском телевидении, но и полностью революционизировали природу его дискурса как коммуникативного процесса. В связи с этим формы и способы подачи телеинформации и их использование в русле новейших технологий становятся темой научных исследований. Например, Е. М. Пак отмечает, что такая трансформация должна произойти с формированием особой инновационной медиасреды, что предполагает свободу выбора формы сообщения, свободу эксперимента при создании новых журналистских жанров и синтезе уже существующих [1]. Этот процесс происходит в современной практике многих стран: социальная информация, синтезируя технологии Интернета, значительно раскрепощает и раздвигает традиционные формы канала коммуникации, меняет правила преподнесения социального контента (содержания). Кроме того, использование мультимедийных технологий оказывает сильное влияние на содержательную структуру информационных сообщений. В практической журналистике присутствует очевидное смешение понятий «формат» и «жанр», пришедших из традиционной журналистики, что порождает определенные трудности у исследователей.

Появление термина «жанр» в эстетике французского классицизма было вызвано необходимостью разграничить различные произведения, принадлежащие к тем или иным родам творчества, утверждает С. С. Распопова [2]. Анализируя подходы к системе телевизионных жанров, Е. М. Пак указывает, что в традиционной их интерпретации ученые определяют несколько уровней, выделяют информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры, в качестве сопоставительных параметров используют следующие категории: предмет отображения, целевую функцию и методы работы с информацией [1]. Стали появляться новые подходы к жанровой классификации, авторы которых отказались от единого основания деления и вычленения жанров журналистики, опираясь лишь на предметный подход и целевую установку. При этом предметом отображения могут выступать: реалии (материальные подробности развития событий), позиции (понимание события отдельными людьми), идеалы (анализ события с позиции идейно-нравственных ценностей), абсурды (социально-комический аспект

события), шедевры (социальное значение произведений сфер духовного производства), мнения (оценка события его участникам), контакты (совместный поиск истины журналистом и участником события), решения (позиция официальных инстанций), эффекты (результат воздействия журналистской публикации). Целевой установкой могут быть оповещение, ориентирование, коррекция, символизация.

Полисемантическое понятие «формат» нередко отождествляют с понятием жанра. Понятие «формат» трактуется по-разному: как вид или род творчества, тип издания, вид коммуникативного канала или, например, способ подачи информации. Исследователь Г. В. Лазутина определяет формат как «совокупность признаков какого-либо предмета коммуникации, если понимать таковой как направляемый аудитории информационный продукт» [3, с. 20–21]. Следовательно, можно говорить о том, что формат как способ подачи информации представляет собой устоявшийся вид материалов медийного характера, обладающий специфическими признаками.

В современном телевизионном производстве устойчивые жанры отсутствуют, сердцевину формата составляют элементы того или иного жанра, меняется только «упаковка». Основным средством создания формата сегодня является визуализация контента ввиду зрелищного характера современной культуры, в условиях развития новых медиа технологические подходы к организации информации становятся определяющей характеристикой медиатекстов. Формат приобретает первостепенное значение, актуализируя смыслы контента и вбирая в себя жанр как проекцию ценностей. Для расширения числа участников информационной деятельности и в коммерческих целях функциональная предназначенность медиатекстов меняется [4]. Журналистские функции информирования и развлечения нередко совмещаются, порождая тенденцию превалирования зрелищности и интереса публики в этой иерархии. Задачи оповещения аудитории, ее ориентирования в социальной практике отходят на второй план, уступая место занимательности и развлекательности, чему способствует максимальное использование современной медиаиндустрией приемов и методов различных зрелищных искусств. Визуализация становится отличительной чертой мультимедийного формата, апеллируя, прежде всего, к эмоциям и чувствам массовой аудитории. Китайский опыт телевизионного производства полностью подтверждает этот тезис. Ученые Чжэн Явэнь

и Чжоу Цинпин, изучающие интеграцию культурных генов телевидения и трансформацию телевизионного дискурса, считают, что «сочетание генов популярной культуры и молодежной субкультуры адаптировало и расширило схему традиционных телевизионных жанров в сторону развлекательности» [5, с. 99].

Российский исследователь А. Г. Качкаева полагает, что жанр и формат представляют два аспекта целостного производственного и вещательного телевизионного процесса: творческого (создающего смыслы и транслирующего ценности) и бизнес-процесса (производящего и продающего массовый продукт или услугу). Интерактивная среда, новые виды досуга и способы получения информации, сужение аудитории традиционных СМИ, к каковым относится и телевидение, диктуют новые правила устаревшим социальным практикам привычного телезрителя [6].

Медийный дискурс китайского телевидения предполагает использование новых форм, когда происходит «диффузия» жанров, когда черты одного из них переходят в другой, документальные жанры используют для реставрации фактов и событий, актерские сцены иллюстрируют фрагменты телефильмов, рождаются новые жанры, накапливающие свои особенности, приобретающие в результате модификации новое качество. Многочисленные примеры китайской телевизионной практики (CCTV, CGTN) свидетельствуют, что соблюдение общих и специфических законов жанра есть главное условие высокого качества и эффективности телепередачи. За счет использования новейших технологий наибольшую популярность в китайском телевидении имеют жанры с пирамидальной структурой, при которой внимание сфокусировано на информационном факте, но развлекательная составляющая имеет доминанту в разнообразии приемов создания телевизионного формата.

Библиографические ссылки

1. Пак Е. М. Конвергенция жанров сетевой журналистики // Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2012. Вып. 2. С. 268–276.
2. Распопова С. С. О понятии «жанр» в теории журналистики // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2012. № 6(260). С. 114–117.
3. Лазутина Г. В. Журналистский текст как знание оперативного назначения // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. 2012. № 5. С. 50–59.

4. Кононова Е. И., Цзя Фань. Дискурсная концепция трансформации китайского телевидения // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: научные труды Междунар. науч.-практ. конф., Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2022 г. / Белгородский ГУ: редкол. : Е. М. Кожемякин [и др.]. Белгород, 2022. С. 188–194.
5. Чжэн Явэнь, Чжоу Цинпин. Интеграция культурных генов телевидения и трансформация телевизионного дискурса в стратегии «Интернет+» // Современное телевидение. 2020. № 02. С. 97–101.
6. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 40–47.