

УДК 654 + 070.1 + 008

**М. А. Мясникова**

Уральский государственный университет  
пр. Ленина, 51, Екатеринбург, 620000, Россия  
E-mail: avt89@yandex.ru

## ФОРМАТЫ И ЖАНРЫ КАК КАТЕГОРИИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ МОРФОЛОГИИ

В статье проводится сопоставительный анализ двух категорий телевизионной морфологии – «форматов» и «жанров». Доказывается, что первые более подвижны и разнообразны, чем вторые. «Формат» близко подходит к понятию «стиль» и связан с определенными технологиями. При этом различаются понятия «формат передачи» и «формат телеканала».

*Ключевые слова:* формат, жанр, стиль, технологии, трансляционные, серийные, клиповые форматы.

Совокупность элементов телеконтента (а за этим понятием, как известно, стоит *содержание* телевизионного послания, его *смыслы* и *жанры* как ключи для открывания смыслов) со всеми их связями, закономерностями строения и социальными функциями мы предлагаем изучать с помощью описанного нами применительно к телевидению специального метода морфологического анализа [Мясникова, 2010. С. 16–74]. Данный метод включает систематизацию явлений многослойного вещательного пространства; обнаружение в нем нескольких уровней, на которых, по нашему определению, расположены родовые, видовые, жанровые, стилевые, проблемно-тематические и программные категории телеморфологии; выявление координационных и субординационных связей между ними и изучение всей этой структуры как в настоящем виде, так и в ходе ее дальнейших трансформаций и модификаций.

Одним из наиболее дискуссионных вопросов в ряду других остается выяснение соотношений между категориями телевизионной морфологии, и в частности такими, как *жанр* и *формат*. Как известно, эти понятия то смешиваются, то противопоставляются, то вовсе игнорируются и, в конеч-

ном итоге, остаются непонятыми зрителями. В. В. Падейский не находит для *формата* законченной формулировки, называя его «плодом различных технологий» и при этом всячески подчеркивая необходимость его адекватного описания хотя бы «для понимания структуры затрат, необходимых для создания выпуска программы» [Падейский, 2004. С. 111]. С. К. Степанян отмечает, что это понятие сегодня «переживает период накопления новых качеств, характеристик и уточнения старых» [Степанян, 2010. С. 97]. Его трактуют то как набор признаков и правил; то как прием подключения зрителя к экранному продукту; то как способ изложения аудиовизуальной информации. Любопытно, что в числе таких способов называют *монолог*, *диалог*, *игровую сцену*, т. е. те совокупные смысловые составляющие формата, которые отмечаем и мы. Вместе с тем существует мнение, что понятие «формат» обладает слишком большой сочетаемостью и входит в неограниченное количество тематических областей, что порождается не богатством, а, напротив, бедностью его значения при формальной широте объема. «Однако, претендуя на терминологичность и упорядочивающую, системообразующую роль в дискурсе СМИ, понятие не может

долго сохранять такую смысловую расплывчатость и неопределенность»<sup>1</sup>, – справедливо говорилось на методическом семинаре, посвященном динамике развития форматов и жанров в современных СМИ, состоявшемся на факультете журналистики Московского государственного университета. В итоге модному слову *формат* либо вообще отказывают в праве служить термином как таковым, либо относят к слишком узкому терминологическому ряду. Значит, вопрос, действительно, назрел и требует решения.

Констатируем, что существуют два понятия – *формат передачи* и *формат телеканала*, которые следует различать. Первое нередко отождествляется с понятием *жанр*, второе же – никогда. Ибо считается, что жанр относится ко второму как часть к целому, становясь компонентом формата канала, выражающего определенную *концепцию* данного канала. Однако, как известно, понятие *концепция* вполне приложимо и к отдельной передаче, сделанной в том или ином жанре. В. В. Падейский так определяет концепцию телепрограммы: «творческий способ раскрытия любой проблематики, форма изложения реальных фактов, неизвестных документов, возможность реализации материалов киноvideоархивов» [2004. С. 110]. Сюда же он относит и «способы организации рубрик, создания механизмов циркулирования телепередач», заостряя внимание именно на вопросах формы. Хотя тут же добавляет: «Найти идею и создать наиболее зрелую экранную форму – основная задача телепродюсера», т. е. сознательно соединяет содержание и форму. Таким образом, *концепция* толкуется как «система взглядов, то или иное понимание явлений действительности», а для отдельного произведения – как «единый, определяющий замысел, ведущая мысль какого-нибудь произведения, научного труда» [Крысин, 2008. С. 395]. Значит, на первое место в данном понятии выдвигается все-таки не формальный, а идейно-содержательный аспект.

Как правило, концепция создается для конкретной передачи или цикла и тесно связана с определенным *форматом*, т. е. она

единична и воплощается в этом самом *формате*, который обладает отчетливым набором качеств. Вместе с тем в связи с решением тех или иных *постановочных* задач формат способен меняться, в то время как концепция программы может оставаться неизменной. Так, В. В. Падейский пишет: «В отличие от концепции формат цикла с течением времени и на разных этапах жизненного цикла телепродукта может существенно видоизменяться» [2004. С. 111]. Значит, *формат* и *концепцию* передачи или цикла все же не следует отождествлять. Это вовсе не одно и то же, хотя, как мы убедились, они тесно связаны между собой.

Тем более не следует отождествлять форматы и жанры. Первые более подвижны и разнообразны, чем вторые, «так как разнообразнее их конкретные функции, приемы структурирования материала. Жанр более консервативен, – справедливо пишет В. В. Смирнов. – В нем чаще меняется тематическое содержание, стилистические, тональные характеристики воплощения текста. Но функции и методы, обуславливающие и создающие формообразующую “решетку” жанра, обладают значительной устойчивостью» [Смирнов, 2002. С. 10]. Поэтому другие авторы и полагают, что *жанр* как устойчивая единица складывается из определенного набора *форматных признаков*. Так, В. В. Падейский пишет: «Соединение в едином формате сквозного действия хроникальных кадров, постановочных и репортажных сюжетов создало устойчивые публицистические жанры» [2004. С. 29]. Однако эти признаки не принадлежат исключительно одному жанру, иначе бы они так и назывались – *жанровыми* признаками. Значит, форматные признаки принадлежат именно форматам, а последние снабжают этими признаками *разные* жанры. Получается, что современные телевизионные жанры образуются за счет набора не только собственных жанровых, но и так называемых *форматных* признаков. При таком раскладе понятие *формат* уже нельзя просто так отбросить как не значащее. Хотя в отличие от жанра формат не наделен ни определенной *природой чувств*, так называемой *жанровой атмосферой*, ни специфическими коммуникативными качествами.

Что касается *формата телеканала*, то и он связан с *концепцией*, или целостной *программной политикой* этого канала, в кото-

<sup>1</sup> Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ. Методический семинар // Медиаскоп. 22 июня 2009. URL: <http://www.mediascope.ru/node/416>.

рую вписывается определенный *жанровый* набор; соответствующие данному формату *стилевые* характеристики и вся совокупность программ. Авторская концепция всегда реализуется в стиле как структурном принципе организации произведения. И категория *формат*, безусловно, близко подходит, на наш взгляд, именно к понятию *стиль*. При этом жанр, как известно, взаимодействует со стилем. Ю. И. Суровцев напоминал, что «М. М. Бахтин в середине 30-х годов... сделал упор на “стилистику жанра» и осуждающе антиформалистически писал о невыгодах “отрешения стиля и языка от жанра»» [Суровцев, 1982. С. 499]. С другой стороны, тот же Ю. И. Суровцев, ссылаясь на Г. А. Белую, напоминал ее словами, что движение жанров, особенно романа, не может «осуществиться» «без трактующей мир авторской концепции, реализующей себя в стиле» [Белая, 1977. С. 99]. Исследователь справедливо утверждал, что стиль и жанр взаимно влияют друг на друга, что это «понятия (и явления), которые лежат в разных плоскостях, но сами плоскости взаимодействуют» [Суровцев, 1982. С. 499]. Жанровые системы входят в число стилеобразующих. К примеру, есть жанр *репортаж* и есть *репортажный* стиль. Последний может охарактеризовать деятельность целого телеканала. С другой стороны, стилевая сила влияет на модификации внутри жанров. Форматами иногда называют именно стилевые оттенки давно знакомых жанров. Кроме того, телеформатирование может оказывать влияние на жанровые трансформации в телепространстве. К примеру, система развлекательных жанров телевидения имеет отчетливые стилевые характеристики, которые сегодня все более активно проникают внутрь других жанровых систем, создавая новые, необычные сочетания: *инфотейнмент*, *бизнестейнмент*, *политейнмент* и т. д. «Стиль – это закон целостной формы конкретного произведения, закон сочетания разных его характеристик» [Там же. С. 500]. В литературоведении есть понятия *стилевой мир*, *стилевое течение*, образуемые совокупностью произведений, наделенных общими *доминантными стилевыми принципами* и признаками. Стиль зависит и от содержания, и от цели изображаемого. Исследователи литературы пишут о соответствии стилевой доминанты, материала и замысла автора.

Что касается конкретных характеристик формата, то ему присущ определенный *набор* содержательных, адресных, стилистических и технологических элементов, обслуживающих ту или иную *концепцию* либо в рамках *отдельной* программы, либо *конкретного* вещательного канала. Это признают многие исследователи. Например, Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин упоминают о таких основных параметрах форматирования, или *стилевых доминантах* формата, как *содержательные характеристики, пространственно-временная структура и целевая аудитория* [Вакурова, Московкин, 1997]. Более того, согласно указанным авторам, каждому отдельному телевизионному произведению независимо от умозрительно приписываемого ему жанра или иных субъективно навязанных факторов можно поставить в соответствие определенный набор эмпирических параметров (измеряемых величин), таких как информационная насыщенность, темп и ритм монтажа, тип хронотопа, тип пространственной организации (интерьер / экстерьер), виды монтажа (межкадровый / внутрикадровый), виды внутрикадрового движения (переход с плана на план: «отъезд», «наезд», панорама) и т. д. Правда, в каждом конкретном случае все сводится, на наш взгляд, к довольно произвольному, неточному и неполному перечню качеств, отвечающих к тому же преимущественно рыночным критериям. А тем эфирным продуктам, которые не обладают обозначенным приблизительным набором, решительно ставится диагноз «неформат». В то же время чисто перечислительное понимание формата как набора внешних, рейтинговых признаков ведет к появлению передач-клонов, использующих данный стандартный запас, не наполняемый новым содержанием. Так, Н. В. Вакурова пишет о сегодняшнем расцвете таких расхожих, но довольно низкопробных форматов, как «хип-хоп» новости, трэш-публицистика, подборка сообщений блогеров и т. д. [Вакурова, 2010. С. 103]. В перечисленных форматах наблюдается пренебрежительное отношение к правовым и нравственным нормам, что не лучшим образом сказывается на рыночных показателях. «В этом смысле, – замечает И. Магай, – эффект формата может быть таким же разрушительным, как и последствия оставшихся в прошлом цензурных ограничений, оборачиваясь опреде-

ленной деградацией СМИ и жанров, противоправной подоплекой журналистских публикаций и необратимыми нравственными потерями» [Магай, 2010. С. 114–115]. Получается, что экономическая составляющая телевизионной работы, внешняя по отношению к ней, оказывает решительное влияние и на всю ее внутреннюю природу.

Исследовательница О. Р. Лащук включает в *формат передачи* оформление студии; особенности работы ведущего; наличие и особенности звукового и видеосопровождения; наличие приглашенных участников и требования к ним; наличие новостных блоков; наличие рекламных блоков. А вот «формат телеканала, по ее же мнению, определяют: допустимые форматы всего контента, из которого он состоит; продолжительность, ротация передач и общий график вещания; идентифицирующий логотип; перебивки между блоками контента»<sup>2</sup>. Если несколько упорядочить и уточнить данный перечень, то понятием *формат телеканала* охватываются, по всей видимости, именно жанровый набор телеконтента; не только график, но и основной способ организации вещания, определяемый программной политикой телеканала, так сказать, «способ действий»; далее технические параметры; оформление канала и, безусловно, аудиторный вектор. О. Р. Лащук добавляет, что формат телеканала – это такой набор характеристик, который соответствует и технологическим, и экономическим, и юридическим требованиям, предъявляемым к медиапродуктам. «Если отказаться от термина формат, оставив только жанр, то это было бы крайне непродуктивно, что обусловлено двумя причинами: техническим развитием медиаиндустрии и экономическими требованиями к медиапродуктам – необходимостью такого их *структурирования*, которое дает нужные результаты (привлечение целевой аудитории, продаваемость, продажа рекламы, влияние на сознание, мнение потребителей и т. п.). Кроме того, использование термина *формат* позволяет упорядочить формулировки законов, регулирующих деятельность СМИ; в частности, при оформлении лицензий на деятельность, свя-

занную с медиапроизводством, во многих странах требуется указать формат СМИ». Таким образом, стандартизация и систематизация форматов нужны для осуществления самой деятельности и, прежде всего, ее коммерческой результативности; для преодоления конфликтных ситуаций, наконец.

Заметим, что указанные характеристики совсем не касаются содержания и определяют только форму, в которую при желании можно вложить любой смысл. Однако исходя из наших рассуждений формат – понятие не только формальное, но и смысловое и даже идейное. Его можно понимать и как идею (концепцию) передачи или целого канала, и как конкретное воплощение этой идеи с помощью набора компонентов и с учетом затрат. Хотя сегодня в нем акцентируется именно *формальная* сторона, непременно закрепляемая в *стандартных* параметрах. «В термине *формат* корневая основа слова восходит к форме» [Смирнов, 2002. С 58]. В ряде контекстов это слово как раз и употребляется в значении *эталон, форма, структура, стандарт организации контента* и даже некий *рыночный инструмент*. Подчеркнем, что стандарт в телеэфире правомерен и даже необходим. Причем, с нашей точки зрения, он обусловлен не только коммерческими факторами, но и законами телевосприятия и телеобщения. Легче воспринимается то, что привычно. Хотя, с другой стороны, по мнению Е. Л. Вартановой, именно «степень новизны телепрограммы в значительной мере будет определять интерес аудитории к ней» [Вартанова, 2003. С 192]. Видимо, здесь важен определенный баланс инновационности и устойчивости форм. Наши наблюдения показывают, что форма в современном телепродукте во многих случаях все-таки оказывается первичной для вещателей. Она служит главным средством привлечения аудитории, часто в ущерб содержанию. А одни и те же оправдавшие себя в коммерческом плане, рейтинговые форматы порой нещадно эксплуатируются. Получается, что если в жанре форма содержательна, то в формате она демонстрирует свою самоценность и даже оторванность от содержания. А в качестве вещательной концепции выступает сама ставка на выигрышную, легко узнаваемую, привычную форму. Безусловно, это ускоряет и упрощает восприятие. Ведь сложное воспринимается труднее. Но тогда понятие

<sup>2</sup> Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ. Методический семинар // Медиаскоп. 22 июня 2009. URL: <http://www.mediascope.ru/node/416>.

*формат* выступает неким ограничителем в процессе вещания и восприятия. В свете сказанного становятся понятны и истоки примитивизма, бессодержательности, пустоты современного телевидения. Когда в 1950-е гг. на американских радиостанциях началась специализация по форматам, каждая из станций имела свою целевую аудиторию и назначение, а жанры стали входить в сетки каналов в качестве компонентов. Форматы превращались в жесткие рамки, в то время как набор жанров вносил в вещание то или иное разнообразие. При этом на разных станциях форматы как количественные наборы признаков могли варьироваться, а жанры сохраняли свою качественную определенность. Это и есть их главное отличие друг от друга: формат следует рассматривать как *сменяемый количественный набор* признаков, существующий в рамках избранной вещательной политики (концепции), а жанр – как *качественное единство и своеобразие*. Однако при всех различиях формат, как и жанр, не может быть совершенно оторван от содержания.

Определяя *формат* как тот или иной способ изложения аудиовизуальной информации, наделенный определенным набором признаков, о которых было сказано выше, мы обнаруживаем в телеэфире, по крайней мере, три таких способа. Используя известные термины, мы условно обозначили их как *трансляция*, *адаптация* и *оригинальная постановка*, связав их с тремя способами контакта с аудиторией и соответственно, по нашему определению, с тремя родовыми категориям телеморфологии – *монологом*, *диалогом*, *синтезом*. Речь идет 1) о *трансляционном* (монологовом) способе изложения материала и соответствующей этому способу *группе трансляционных форматов*; 2) об *адаптированном* к телепрограмме, *серийном* (диалоговом) способе и *группе серийных внутрипрограммных форматов* и, наконец, 3) о *постановочном* (синтетическом) способе изложения материала и группе так называемых *гипертекстуальных*, *клиповых* (выходящих за рамки программы, использующих интерактивность) *форматов*.

Трансляционные форматы требуют использования соответствующих *монологовой* коммуникации аудиовизуальных выразительных средств и таких стилистических и адресных элементов, свойственных транс-

ляции, как реальность (или подобие реальности) настоящего времени; единство места и времени события; спонтанность, сиюминутность происходящего и импровизированность ведения программы; сопричастность к происходящему аудитории, эффект присутствия и т. д. И первым, основанным на трансляционной технологии телевизионным форматом, соответствующим монологовому (трансляционному) способу контакта с аудиторией, является разовая единица вещания, *передача / трансляция*. Само слово *передача* указывает на трансляционность, т. е. на пересылку, передачу, доставку продукта адресату через преодоление пространственно-временной дистанции.

Другой формат, соответствующий диалоговому (программному) способу контакта с аудиторией, – *это сериал / программа*. Сериальные (внутрипрограммные) форматы, называемые у нас сериалами, существуют в виде периодически повторяющегося, подчиняющегося синтагматическим связям набора текстов. В основе данного телеформата лежит старый, как мир, принцип серийности, который абсолютно органичен для повседневности. Особенность адаптированного к программе серийного формата – а это одно из свойств «мозаичной» культуры – равенство и сходство компонентов, их диалогический характер, взаимное влияние друг на друга, в результате чего происходит выявление новых смыслов каждой единицы программы за счет общего ее контекста. Эти форматы несут на себе такие отличительные черты, как длительность и протяженность; прерывистость и дискретность повествования с непременными интервалами между частями; а также повторяемость сюжетных блоков и лиц [Зоркая, 1976. С. 21–36]. Традицию *повторяемости* эпизодов можно проследить в литературе со времен Гомера. Телепрограмма же особенно тяготеет к *серийности*, представляя собой *синтагматический поток* трансляций, существующих в виде периодически возобновляющихся элементов. Диалог возникает в процессе ожидания, отбора и оценивания последних зрителем.

Третий телевизионный формат, связанный с интерактивно-информальным, гипертекстуальным способом контакта с аудиторией, это оригинальный *клип / гипертекст*, сконструированный на основе иных, нежели сериалы, парадигматических связях. Гипер-

текстом в компьютерной практике называют документы с нелинейной структурой. В клипе нет связности, последовательности, сюжетности серийной формы. Кроме того, клиповые форматы – это всегда синтез разнообразных приемов и средств. Гипертекстуальность проявляется во взаимодействии элементов разных пространственно-временных пластов, находящихся на территории разных телеканалов и даже за гранью подлинной реальности, в неких мнимых, виртуальных мирах. Организация телевизионных текстов по принципу гипертекста становится сегодня все более распространенной. «Клип – это антисериал» [Борисов, 2001. С. 504]. Это победа визуального над словесным, стихийного над упорядоченным и нормативным. Клип – способ организации визуально-словесного материала, разрушающий повествовательность. В нем воплощена хаотичность самой жизни. И. К. Беляев определяет клип как особую форму мышления, как отражение разорванного современного сознания и противопоставляет его, прежде всего, кино, которое всегда звало к гармонии, в то время как клип ее разрушил. По его мнению, «клип – это антикино, это то, что явилось внутренним протестом против классического языка кино... Если кино старалось связать кадр с кадром, имитировать даже фантастическую жизнь как целый организм, то клип пошел от обратного... Это своеобразный протест против действительности» [Беляев, 1998. С. 35]. В клипе нет связности, последовательности, сюжетности серийной формы. Нет этой связности и в любом гипертексте.

Организация телевизионных текстов по принципу гипертекста сегодня весьма популярна. Аудитория все чаще принимает участие в создании этих текстов с помощью интерактивности, не только привносящей в телевизионное пространство сиюминутное ощущение жизни и позволяющей воздействовать на происходящее, но и нарушающей линейность программы. Зритель может влиять на ход экранного соревнования (программа «Форт Байард»), компьютерной игры («Позвоните Кузе»), на поведение ведущих или героев в кадре, включаясь в действие, шоу, ток-шоу, слыша в эфире свой голос, видя на экране SMS-сообщения или собственные видеосъемки в рубрике типа «Мобильный репортер» и т. д. К. Э. Разлогов усматривает в телевизионном простран-

стве пока четыре возможных гипертекстуальных хода. Первый связан с выведением на экран рекламы либо внутри передач и фильмов, либо между ними. Второй – с многослойностью самой телепрограммы. Третий – обусловлен парадигматической связью, существующей между разными каналами. Четвертый – возникает в ходе интерактивных контактов, предполагающих «одновременное существование некой реальности, которая течет параллельно телевизионной программе» [Разлогов, 2006. С. 11]. Действительно, последняя разрывается то межпрограммными вставками-вбросами информации; то в результате беспорядочного перехода зрителя с канала на канал («заппинг», «серфинг»); то за счет интерактивности, сталкивающей зрителя с сиюминутной, заэкранной и зафирмой реальностью. Гипертекстуальность проявляется во взаимодействии элементов разных пространственно-временных пластов, находящихся на территории разных телеканалов и даже за гранью подлинной реальности, в неких мнимых, виртуальных мирах. И возможности здесь видятся колоссальные.

Итак, сегодня часто пишут о смысловой расплывчатости и неопределенности терминов *формат*, *жанр*, *стиль* в СМИ. Между тем их не только важно, но и необходимо четко идентифицировать. Адекватное восприятие понятий может стать фактором защиты от манипуляций. Современные исследователи резонно утверждают: «Защищенность населения от манипулятивных и деструктивных коммуникативных воздействий является основой информационной безопасности и должна стать одной из приоритетных целей общенациональной информационной политики» [Пронин, Пронина, 2008. С. 20].

### Список литературы

Белая Г. А. Закономерности стилового развития советской прозы двадцатых годов. М.: Наука, 1977. 254 с.

Беляев И. К. Введение в режиссуру: Курс для документалистов: В 2 ч. М.: ИПКР ТВ, РВ, 1998.

Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 624 с.

Вакурова Н. В. Форматы современных СМИ: к постановке проблемы // Журнали-

стика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: Сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 103.

Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. М., 1997.

Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003. 335 с.

Зоркая Н. М. Чары многосерийности // Многосерийный телефильм: истоки, практика, перспективы. М.: Искусство, 1976. С. 21–36.

Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2008. 944 с.

Магай И. П. Прокрустово ложе формата // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 113–115.

Мясникова М. А. Морфологический анализ современного российского телевидения: Монография. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. 320 с.

Падейский В. В. Проектирование телепрограмм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 238 с.

Пронин Е. И., Пронина Е. Е. Информационная безопасность: медиатерапия против политехнологий // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, Изд. дом «Филантроп», 2008. С. 20–31.

Разлогов К. Э. Экранный гипертекст // Экранная культура в современном медиaproстранстве: методология, технологии, практики. М.; Екатеринбург: ИПП «Уральский рабочий», 2006. С. 8–14.

Смирнов В. В. Формы вещания. М.: Аспект Пресс, 2002. 203 с.

Степанян С. К. Формат как внутренний стандарт редакции // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире: Сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 97–98.

Суровцев Ю. И. Необходимость диалектики. М.: Худ. лит., 1982. 535 с.

Материал поступил в редколлегию 01.03.2011

М. А. Myasnikova

#### FORMATS AND GENRES AS TV MORPHOLOGY CATEGORIES

Two TV categories, «format» and «genre», are compared in this article. The first one is more versatile than the second one. The «format» approaches closely to the notion of «style» and is connected with particular technologies. The «program format» and the «channel format» are to be differentiated.

*Keywords:* format, genre, style, technologies, broadcasting, serial, clipping formats.