

УДК 316.77(091)

DOI: 10.26456/vtfilol/2025.3.121

**ДРАМАТУРГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ
В.Я. ВОРОШИЛОВА «АУКЦИОН»:
ПОПЫТКА РЕКОНСТРУКЦИИ ЖАНРОВОЙ
И ФОРМАТНОЙ СПЕЦИФИКИ**

Е. А. Митина

Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва

В статье анализируются жанр, формат и особенности драматургической конструкции программы «Аукцион» (1969–1970), созданной В.Я. Ворошиловым. Выявляются основные режиссерские приемы, благодаря которым передача стала популярной. На основании архивных материалов и мемуаров делается вывод о том, что новаторская для своего времени телепередача «Аукцион» была авторской по формату и имела мультижанровую природу.

Ключевые слова: В. Я. Ворошилов, телеигра, «Аукцион», жанр, формат, реклама.

*Светлой памяти
моего научного руководителя и друга
Леонида Фридовича Кациса посвящается*

Прежде чем обратиться непосредственно к теме, заявленной в главии статьи, необходимо сказать несколько слов о терминах «жанр» и «формат» в контексте истории отечественного телевидения. Традиционно под жанром подразумевается «тип произведения, отмеченный устойчивыми, повторяющимися композиционно-структурными и/или содержательными признаками» [2]. Формат же – это «совокупность признаков, придающих уникальные отличительные черты каждой отдельно взятой телепрограмме» [10, с. 66]. Как отмечает И.М. Кемарская, «формат не является чьим-то произвольным личным решением. Это всегда коллективный проект» [Там же, с. 68]. Подобный подход, к сожалению, не учитывает наличия так называемых «авторских» телепрограмм, но тем интереснее становится разговор об их формате и жанровом своеобразии.

К таким, безусловно, авторским программам относятся передачи, созданные на советском телевидении Владимиром Яковлевичем Ворошиловым (1930–2001). Широкому кругу зрителей он известен как автор и ведущий программы «Что? Где? Когда?» (первый выпуск вышел в 1975 г.), неоднократно становившейся объектом внимания исследователей [5; 9; 15]. Однако в творческом багаже Ворошилова была еще одна весьма значи-

© Митина Е. А., 2025

мая для него самого и для отечественного телевидения в целом программа. Речь идет о передаче «Аукцион», выходившей в эфир в 1969–1970 гг.

В отличие от «Что? Где? Когда?» «Аукцион», его жанр и формат до сих пор оставались вне исследовательского поля зрения. Однако как продукт творческой деятельности Ворошилова данная программа упоминается в книге А. С. Вартанова [4], в статьях Е. Д. Твердюковой [19], С. М. Исаева [8], всюду – без попытки проанализировать формат и жанр передачи. В фундаментальных работах по истории советского телевидения Р. А. Борецкого [3] и В. В. Егорова [7] данная программа не упоминается вовсе.

На первый взгляд, у отсутствия исследований, посвященных жанровым особенностям и формату «Аукциона», есть вполне уважительная причина: сохранилось лишь 9 минут 19 секунд видеозаписи передачи [1]. Но при этом в нашем распоряжении имеется достаточное количество воспоминаний людей, участвовавших в ее создании.

О работе над программой в разное время писали и говорили генеральный директор телеканала ОТР (в 1960-е годы – сотрудник редакции программ для молодежи ЦТ СССР) А. Г. Лысенко и директор Дома актера М. А. Эскина (в период создания «Аукциона» – заместитель главного редактора программ для молодежи). Многие интервью вдовы В. Я. Ворошилова Н. И. Стеценко (в том числе – беседы, опубликованные в книге «Феномен “Что? Где? Когда?”» [21, с. 47–51]) включают в себя фрагменты, посвященные «Аукциону», где она была ассистентом режиссера. Без упоминания данной передачи не обходится ни один фильм о Ворошилове. Сам он вспоминал работу над программой в своей брошюре «Феномен игры» [6] и в интервью для книги Л. В. Лернера [13], рассказывал о ней в передачах «Короткие встречи» [11] и «Старая квартира» [17].

Опираясь на указанные свидетельства, а также на сохранившееся в архиве телецентра «Останкино» личное дело Ворошилова, мы попробуем реконструировать жанровую и форматную специфику интересующего нас телевизионного продукта.

В. Я. Ворошилов был принят в штат Центрального телевидения СССР осенью 1966 г. [12, с. 16] В апреле 1967 г. (то есть за два года до «Аукциона») он начал трудиться в редакции программ для молодежи, более известной как «молодежная редакция» или «молодежка» [Там же, с. 167]. В его личном деле имеется перечень работ, созданных там. Документ датирован 12 марта 1968 г. Среди прочего в нем упоминается передача под названием «Реклама» [Там же, с. 177]. О ее содержании никакой информации нет, однако судя по тому, что «Аукцион» часто называют первым на советском телевидении рекламным шоу [18], скорее всего, это была первая попытка Ворошилова создать программу в данном ключе.

Изначально руководство молодежной редакции ставило будущему автору «Аукциона» задачу придумать познавательно-развлекательную

программу [17]. Для усиления развлекательного элемента Ворошилов решил сделать передачу максимально театрализованной. Жанр телевизионного спектакля к этому моменту в Советском Союзе уже не был новостью. Достаточно вспомнить, например, появившийся в 1968 г. «Кабачок 13 стульев», сразу и на долгие годы снискавший невероятную популярность в зрительской среде. Новаторство Ворошилова заключалось в том, что, по его задумке, максимальное яркое и массовое зрелище должно было быть лишено даже намека на какую-либо условность. Показательно, что такой подход принципиально отличался от того, который он использовал, работая в 1955–1966 гг. в московских театрах (в частности, в Областном театре юного зрителя, Театре имени К.С. Станиславского) в качестве художника-сценографа. Анализ рецензий на спектакли, сделанные с его участием, показывает, что декорации в них были преимущественно условными [4; 17].

Будучи одаренным художником, Ворошилов обладал ярко выраженным ассоциативным и образным мышлением. Неслучайно, вспоминая свою работу с ним, А.Г. Лысенко писал: «Дед (я его Дедом стал звать позже, это другая история) шел от образа. <...> ...тут у него была идея молотка, поэтому игра стала аукционом» [14, с. 165].

Придя на телевидение, Ворошилов продолжал мыслить в рамках художественно-театральных категорий. В частности, это проявилось в его методах работы с творческой группой. Все тот же А.Г. Лысенко вспоминал, что, готовясь к первому эфиру, Ворошилов отрепетировал со своей командой все возможные варианты развития экранных событий, чтобы люди могли адекватно и оперативно действовать в любых, самых непредвиденных обстоятельствах. Никто, например, не растерялся даже тогда, когда на площадке отвалился кусок штукатурки. Все, по словам Лысенко, было продумано заранее [Там же].

Ради усиления зрелищности программы ее создатель пошел на рискованный для своего времени ход – ввел в передачу фривольный танец канкан, который до того советский зритель мог видеть в лучшем случае в редких западных фильмах. Чтобы девушки-танцовщицы смогли освоить незнакомый танец, была приглашена известная немецкая хореограф Гизела Вальтер.

Немаловажным нововведением было то, что «Аукцион» выходил исключительно в прямом эфире. По мнению Ворошилова, это должно было акцентировать в зрительском восприятии ощущение сопричастности происходящему на телеэкране «здесь и сейчас», что роднило передачу с театральным действием.

При этом принципиальной для концепции проекта была установка на максимальную достоверность. В телепрограмме под названием «Аукцион» зритель должен был увидеть аукционный торг в максимально

аутентичной форме. Как во время «взаправдашнего» аукциона, там то и дело слышались возгласы ведущего: «Раз! Два! Три! Продано!» [6, с. 59].

По свидетельству М. А. Эскиной, чтобы лучше подготовиться к роли аукциониста, Ворошилов ездил на настоящие аукционы, что, правда, не помогло ему справиться с чудовищным волнением накануне первого эфира [18].

Драматургический конфликт передачи позволяет отнести ее к формату игры-соревнования, где «герой или герои <...> преодолевают препятствия и опасности (пусть не угрожающие их жизни, но выводящие участников игры за границы обыденности, дарящие им острые ощущения), а “виновником” возникновения экстремальной ситуации становится единственное известное зрителям лицо от телевидения – ведущий» [16, с. 35].

Как рассказывал Ворошилов, «игра шла между ведущим и публикой, сидящей в амфитеатре. Цель аукциониста – чтобы прозвучало как можно больше полезной информации. Цель публики – процесс игры и ее конечный результат в виде получения призов. Основное правило игры – приз получает последний отвечающий на данный вопрос» [6, с. 59].

Ведущий «Аукциона» провоцировал игроков на максимально быструю реакцию, стучал молоточком, порываясь вот-вот сказать «продано» и не давая сосредоточиться, а порой и перебивал, беззастенчиво мешая получить вожаемый приз. Фактор времени как ограничения был принципиально важен, обострял драматургический конфликт. Без него игра превратилась бы в механический опрос аудитории [Там же].

Объектом внимания зрителя являлась борьба участников за приз. Однако, как было показано выше, боролись они не друг с другом, а с ведущим, что противоречило свойственным советской эпохе представлениям об игре, подразумевавшим равенство у ее участников шансов на победу и попытку создания для них идеальных условий – «один из главных мифов марксизма-ленинизма, который в то время лежал в основе государственной идеологии» [16, с. 35].

Ворошилов писал: «Предположим, ведущий начинает игру словами: “Мой дядя самых честных правил...” продолжите это стихотворение!” Кто-то в амфитеатре знает всего только три строчки, кто-то четыре, а кто-то двадцать строк. Кто же из них победит? Неизвестно» [6, с. 59]. При этом зрителей интересовал не столько эрудит, помнящий большое количество поэтических строк, сколько факт противоборства игроков и ведущего. Победа в этом противостоянии и делала из рядового участника программы героя, хотя в силу того, что участниками были изначально неизвестные широкой публике люди, зрительские симпатии, по определению, находились на стороне игроков, а не ведущего.

О близости участников к зрителю говорил и сам Ворошилов в интервью для журнала «Советское телевидение и радиовещание» незадол-

го до последнего выпуска «Аукциона»: «Мы хотели найти такую форму передачи, в которой центр действия, поле действия, место действия были бы не на сцене, не на арене, а в гуще зрителей, чтобы каждый из них вдруг получил возможность стать героем телепередачи» [20, с. 37]. Самоидентификация телезрителей с участниками (о которой свидетельствуют приходившие в редакцию письма) во многом определила интерес к программе и обеспечила ее популярность. Именно такую задачу – «включить телезрителя в действие» [Там же] – и ставил перед собой Ворошилов.

На «Аукционе» советскому телезрителю была впервые продемонстрирована сила рекламы. В ходе одного из выпусков участникам передачи раздали банки с консервированными кальмарами (накануне от государства поступил заказ на их, говоря современным языком, «промоушен») и консервные ножи. В эфире было объявлено, что в одной из банок спрятано янтарное ожерелье. По сигналу Ворошилова люди принялись открывать банки. После того как ювелирное украшение нашлось, ведущий заявил, что партия консервов с такими же «сокровищами» внутри ушла в ближайшую торговую сеть. «Народ на следующий день смел к черту все это хозяйство», – вспоминал А.Г. Лысенко [7].

Любопытно, что много позже, уже в 1990-е годы, Ворошилов вернулся к приему с ожерельем и кальмарами и повторил его в передаче «Что? Где? Когда?» (21 декабря 1996 г. в студию вынесли коробки с конфетами. Ведущий объявил, что в одну из таких коробок, продающихся в супермаркете сети «Гарден Ринг», были спрятаны бриллиантовые серьги; человек, обнаруживший их, уже нашелся и примет участие в следующей игре. Через неделю зрители увидели Татьяну Михайлову, демонстрирующую то самое украшение.)

Подведем итоги исследования. Говоря о жанровой принадлежности «Аукциона», можно утверждать, что данная программа имела мультижанровую природу. Она существовала на стыке двух жанров – телевизионной игры-соревнования (предполагающей преодоление участниками в борьбе за приз препятствий в ограниченный отрезок времени) и телевизионного шоу с наличием яркого эстрадного представления, развлекательного и рекламного элементов. Эта особенность во многом роднит «Аукцион» с другой ворошиловской программой – «Что? Где? Когда?».

Что же касается формата, то в случае с «Аукционом» он отнюдь не был плодом коллективного творчества. Автором здесь являлся один человек – Владимир Ворошилов. Таковым признавали его все, кто работал на программе. Ему принадлежало финальное слово при принятии того или иного решения. И именно он взял на себя ответственность за судьбу проекта во время административного разбирательства, приведшего в итоге к его закрытию. («Аукцион» продержался в эфире всего шесть выпусков и был закрыт советской цензурой. По официальной версии, причиной стало то, что в передаче с участием поэтов-бардов победил автор-исполнитель

не прошедшей цензурную проверку песни. Ворошилов же впоследствии утверждал, что программу закрыли, поскольку она не соответствовала существовавшим в тот момент на телевидении идеологическим установкам.)

Сам Владимир Яковлевич, по всей видимости, считал формат программы успешным. Не случайно при создании своего главного детища – передачи «Что? Где? Когда?» – он использовал общую концепцию «Аукциона», а также найденные в процессе работы над ним сценарные и режиссерские ходы. Впрочем, внимательный и подробный разбор взаимосвязей, существующих между «Аукционом» и «Что? Где? Когда?» – задача для отдельной исследовательской работы. Подходы к ее решению были обозначены мною в статье [15]. Детальная разработка темы «Творчество В.Я. Ворошилова: от “Аукциона” к “Что? Где? Когда?”» на данный момент остается делом будущего.

Список литературы

1. Аукцион: [Фрагмент телепередачи] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kCP3NZ2ZJM6/> (дата обращения: 31.01.2025).
2. Большая советская энциклопедия [Текст: электронный]. URL: <https://old.bigenc.ru/literature/text/1979693> (дата обращения: 31.01.2025).
3. Борецкий, Р.А. Беседы об истории телевидения. Лекции, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале – мае 2010 г. Москва: Икар, 2011. 178 с.
4. Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках. Москва: КДУ: Высшая школа, 2003. 318 с.
5. Воротынцев, П.И. Программа «Что? Где? Когда?»: драматургия и сценография. Игра в жизнь и игра с жизнью [Текст: электронный] // Формаслов. Литературный журнал. URL: <https://formasloff.ru/2023/01/15/pjotr-vorotyncev-programma-chto-gde-kogda-dramaturgija-i-scenografija-igra-v-zhizn-i-igra-s-zhiznju/> (дата обращения 31.01.2025)
6. Ворошилов, В.Я. Феномен игры. Москва: Советская Россия, 1982. 128 с.
7. Егоров, В.В. Телевидение между прошлым и будущим. Москва: Воскресенье, 1999. 416 с.
8. Исаев, С.М. О рекламном характере «советской рекламы» 1917–1991 годов // Практический маркетинг. 2020. № 2 (276). С. 36–51.
9. Кемарская, И.Н. Драматургические особенности российской телевизионной игры «Что? Где? Когда?» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. №. 2. С. 321–332.
10. Кемарская, И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 6. Журналистика. 2010. № 6. С. 66–69.
11. Короткие встречи [Телевизионная передача] // YouTube. URL: https://youtu.be/8TjjU5IAxrl?si=J7_8pJVjb6JVqFMm (дата обращения: 31.01.2025).
12. Личное дело В.Я. Ворошилова. Архив телевизионного центра «Останкино» (копия) // Собрание автора статьи. С. 152–206.
13. Лернер, Л.В. Минута на размышление, или Загадки игры «Что? Где? Когда?». Москва: Искусство, 1992. 175 с.

14. Лысенко, А. Г. ТВ живьем и в записи. Москва: ПРОЗАиК, 2011. 592 с.
15. Митина, Е. А. «Репетиция жизни»: как Владимир Ворошилов перенес на телеэкран законы классической драматургии // Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований. 2023. № 2 (3). С. 41–69.
16. Новикова, А. А. Агтракционы на телеэкране // Обсерватория культуры. 2007. № 5. С. 31–37.
17. Старая квартира [Телевизионная передача] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=C4GJ5mQ1g3Y> (дата обращения: 31.01.2025).
18. Профессия – телезвезда. За кулисами славы [Телевизионный фильм] // Смотрим. URL: <https://smotrim.ru/brand/4776> (дата обращения: 31.01.2025).
19. Твердюкова, Е. Д. Советские рекламные технологии позднего социализма (1965–1990) // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2015. Т. 4. № 1. С. 135–145.
20. Торчинский, С. Г. Аукцион // Советское телевидение и радиовещание. 1969. № 8 (276). С. 37.
21. Феномен «Что? Где? Когда?» / Сост. А. Корин. Москва: Эксмо, 2002. 319 с.

THE DRAMATURGIC FEATURES OF TV-PROGRAMME “AUCTION” BY VLADIMIR VOROSHILOV: AN ATTEMPT TO RECONSTRUCT GENRE AND FORMAT SPECIFICITY

E. A. Mitina

Russian State University for the Humanities, Moscow

The article analyses the genre, format and features of the dramaturgical construction of the program “Auction” (1969–1970) created by V. Y. Voroshilov. It reveals the main directorial techniques, thanks to which the program became popular. Based on archival materials and memoirs, it is concluded that the innovative for its time TV program “Auction” was author’s format and had a multi-genre nature.

Keywords: *V. Y. Voroshilov, “Auction”, TV-game, genre, format, advertising.*

Об авторе:

МИТИНА Екатерина Александровна – соискатель факультета журналистики Российского государственного гуманитарного университета (125047, Москва, пл. Миусская, д. 6, стр. 6), e-mail: catherinamitina@gmail.com.

About the author:

MITINA Ekaterina Alexandrovna – Applicant at the Faculty of Journalism, Russian State University for the Humanities (125047, Moscow, Miusskaya sq., 6-6), e-mail: catherinamitina@gmail.com.

Дата поступления рукописи в редакцию: 25.03.2025 г.

Дата подписания в печать: 15.09.2025 г.