

## Элементы жанра интервью в современных развлекательных телевизионных программах

*Лаптиева Дарья Константиновна*

*Выпускник (магистр)*

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

*E-mail: sdcfj@yandex.ru*

На современном российском телевидении в эфир выходит множество программ, в которых телеведущий встречается с приглашёнными гостями. Эти программы можно разделить на две большие группы: классическое интервью и программы с элементами интервью. Под классическим интервью в данной работе мы понимаем статичную беседу двух людей в кадре на определённую тему, где реплики ведущего занимают 20-25%, а ответы гостя 75-80%. Чаще всего это экспертное интервью или биографическое. Программы с элементами интервью, это не чистое интервью, это могут быть ток-шоу, реалити-шоу, тревел-передачи. В них ведущий, интервьюер также задаёт героям вопросы, однако интервьюированию посвящается не всё эфирное время, это лишь элемент телепередачи. В данной работе мы провели анализ развлекательных телепрограмм, в которых присутствует интервью, и выявили их отличия от классического интервью.

Самые известные на российском телевидении передачи в жанре интервью — это «Познер», «Наедине со всеми» на 1 Канале, «Белая студия» на телеканале «Культура», «Поздняков» на «НТВ» и многие другие. У всех них много общего: длинный хронометраж, студийная съёмка, минимум звуковых и видеоэффектов. Подобные интервью довольно монотонны, и в них зачастую обсуждаются темы политики, экономики, искусства. Гости - серьёзные, деловые люди. На биографические интервью также приглашают известных людей, добившихся успехов в той или иной сфере. Часто интервью получают экспертно-биографическими, так как сложно отделить работу и деятельность человека от его личной жизни.

Однако у современных людей с развитием медиапространства произошла трансформация в восприятии информации - появилось «клиповое мышление». Зритель стал лучше воспринимать информацию через яркие короткие послания [2]. Аудитория стала тратить больше времени в целом на медиапотребление, но сократилось время просмотра отдельных эпизодов [3]. Под эти новшества начало модернизироваться интервью.

Всё чаще в телепрограммах интервью модернизируют. Чётче всего это прослеживается в развлекательных программах. Одним из самых популярных в России досугово-развлекательных телеканалов является «Пятница». Проект «Мама пятницы» является примером того, как элементы жанра интервью внедряются в развлекательную программу. «Мама пятницы» имеет 5 разных ведущих, которые в каждом выпуске встречаются с экспертами, компетентными в различных сферах. Общение ведущих с гостями - и есть интервью. Однако разговоры всегда проходят в динамике и с действиями. Это может быть беседа во время приготовления блюд, примерки защитных шлемов, выбора расчёсок. Один выпуск программы делится на несколько блоков, соответствующих числу гостей-экспертов. Каждый блок длится в среднем 5 минут. Съёмочные локации всегда яркие и детализированные.

Динамика действий в кадре, короткий хронометраж, блоковая система, привлекающая взгляд студия - вот что отличает интервью в развлекательной программе «Мама пятницы».

Неотъемлемой частью телепрограммы Первого канала «Вечерний Ургант» также является интервью. В каждом выпуске в студию к Ивану Урганту проходит знаменитость.

Зрители ждут появление гостя, однако не только интервью привлекает 100% зрительского внимания. В данной программе в приоритете и харизма ведущего, его подача новостей. Даже при интервьюировании Иван Ургант привлекает к себе внимание, иногда даже больше, чем сам гость - искромётно шутит, использует сарказм, активную жестикуляцию и смех. Не все вопросы ведущего нацелены на получение ценной и познавательной информации. Они бывают риторическими, слишком экспрессивными, провокационными, ироничными. В этой программе цель скорее развлечь гостя и «наполнить позитивом» зрителей. В классическом телевизионном интервью обычно затрагиваются темы, которые проинформируют зрителей в той или иной сфере. Кроме того, ведущий отдаёт большую часть внимания гостю, делая его «гвоздём программы», а не себя.

Развлекательные программы на телеканале «Пятница» часто узнаются зрителями и без обозначения телеканала. Многие программы озвучивает один и тот же человек, который является «закадровым ведущим». Мы его не видим в кадре, но слышим голос. Поэтому во многих программах мы видим элементы интервью, однако в кадре только один персонаж - герой. Например, в передачах «На ножах», «Пацанки», «Кондитер», «Четыре свадьбы». Герой находится в кадре сам, а интервьюер за кадром, не повторяются даже его вопросы. Но мы чётко понимаем, что герой выдаёт информацию не в жанре эссе и размышлений - с ним разговаривает журналист. Это прослеживается по взгляду, жестам, ответным вопросам. Однако равноправным участником диалога является «закадровый ведущий». По хронометражу это коротенькие вставки, в которых герои отвечают на один-два вопроса. Эти вставки «нарезаются» при монтаже из длинного интервью с героем.

Проанализировав современные развлекательные программы, мы можем сделать вывод о том, что интервью в классическом понимании мало подходит в формат современных передач, так как является слишком статичным и длинным. Современному зрителю с клиповым мышлением тяжело долго смотреть на одну картинку на экране. Но общение человека с человеком остаётся интересным и актуальным, поэтому формат интервью претерпел изменения - телеведущие могут меняться на протяжении программы и быть такими же яркими и привлекающими внимание персонажами, как и гость, а вопросы интервьюируемых могут вставляться по одному на протяжении всей программы.

### Источники и литература

- 1) Братушкина, А. А. Интервью-беседа на современном российском телевидении (на примере программ "Наедине со всеми" и "Белая студия") / А. А. Братушкина // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 10 ноября 2017 года / Российский университет дружбы народов; Составители Е. Ю. Бурдовская, Г. Н. Трофимова, А. В. Казарян; под редакцией В.В. Барабаша. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2017. – С. 37-42.
- 2) Купчинская М. А., Юдалевич Н. В. Клиповое мышление как феномен современного общества // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. №3 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-kak-fenomen-sovremennogo-obschestva> (дата обращения: 17.02.2022).
- 3) Шестерина А. М. Мультипроектирование как тренд современного телепроизводства // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2018. № 3 URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylolog/2018/03/2018-03-46.pdf> (дата обращения: 20.02.2022).