

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Направление подготовки **Журналистика**

Кафедра телевидения и радиовещания

Специфика создания телевизионного ток-шоу в формате онлайн

Выпускная квалификационная работа

студентки 4 курса

очного отделения бакалавриата

Широковой Инны Александровны

Научный руководитель:

к.ф.н. доцент Перипечина Г.В.

К ЗАЩИТЕ

_____ / Перипечина /
(подпись) (расшифровка)

« ____ » _____ 2021 г.

Зав. кафедрой

К ЗАЩИТЕ

_____ / Щепилова Г.Г./
(подпись) (расшифровка)

« ____ » _____ 2021 г.

Москва 2021

АННОТАЦИЯ

В выпускной квалификационной работе «Специфика создания телевизионного ток-шоу в формате онлайн» исследованы особенности производства разговорных передач на телеканале «Россия 24» во время пандемии коронавируса. Автор обосновывается гипотеза о том, что при переносе съемок ток-шоу из студийного пространства в виртуальное возрастает роль продюсерской функции журналиста, а также осложняется процесс создания «эффекта присутствия».

ВКР направлена на выявление отличительных черт разговорных передач, в производство которых интегрированы программы для организации видеоконференций, а также на определение необходимых журналистских компетенций для создания таких ток-шоу.

ABSTRACT

The graduation paper «The specifics of producing talk shows online» examines the features of the conversational programs production on «Russia 24» TV channel during the coronavirus pandemic. The author substantiates the hypothesis that when the shooting of talk shows is transferred from a studio space to a virtual one, the role of the journalist's producer function increases and the process of creating a «presence effect» becomes more complicated.

The graduation paper is aimed to identify the distinctive features of conversational programs where video conferencing software is integrated into the production process. Besides, there are determined the journalistic competencies which is necessary to create such talk shows.

Работа написана мною самостоятельно и не содержит неправомерных заимствований.

«__» _____ 20__ г. _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Разговорные программы в структуре современной аудиовизуальной среды.....	9
1.1. Коммуникативные характеристики природы телевидения.....	9
1.2. Эволюция разговорных программ на отечественном экране	15
1.3. Разговорные программы на YouTube	27
Глава 2. Технология создания ток-шоу онлайн и офлайн	34
2.1. Подготовительный этап	34
2.2. Производственный этап	41
2.3. Заключительный этап.....	52
Заключение	60
Библиографический список	62
Приложения.....	67

ВВЕДЕНИЕ

Регулярное телевидение в России началось с ноября 1934 года и за все время своего существования претерпело множество изменений. Телевидение прошло путь от механического способа передачи изображения и звука с помощью диска Нипкова до цифрового, появлялись новые форматы и жанры программ, менялась их смысловая наполненность, постоянно совершенствовалась технология производства контента. Техническое оборудование становилось все более качественным, возрастал уровень квалификации работников телевидения, а также трансформировались его стратегические задачи и функции.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в марте-апреле 2020 года в технологии производства передач произошло очередное существенное изменение. В этот период для борьбы с коронавирусной инфекцией в стране был временно введен режим самоизоляции, что осложнило съемки разговорных телепередач, поскольку в них задействовано большое количество участников. Вещатели решали проблемы по-разному: информационный канал «Россия 24» перевел ведущих на удаленный режим работы, в практику создания программ были успешно внедрены интернет-технологии — эксперты и корреспонденты стали подключаться к передачам с помощью видеозвонков. Некоторые ток-шоу были полностью записаны через сервисы для создания видеоконференций — например, «Мнение», «5-я студия» и др.

Кроме того, несмотря на постоянное изменение подходов к подаче информации, телесмотрение остается одним из самых популярных способов проведения досуга среди россиян. Особенно ярко это проявилось во время пандемии коронавируса. В мае 2020 года, в последний месяц самоизоляции, вторым по популярности занятием у жителей нашей страны (после ведения домашнего хозяйства) стал просмотр телевизора¹. К тому же, в

¹ Досуг на фоне самоизоляции // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/dosug-na-fone-samoizolyaczii> (дата обращения: 10.04.2021).

представлении большей части населения России телепрограммы являются не только развлечением, но и основным источником информации — в качестве «СМИ года» наши соотечественники чаще всего называли «Первый канал», «Россию 1» и «Россию 24»².

В критический период основной задачей телевещателей стала разработка такого способа съемки разговорных передач, при котором их участники могли бы общаться друг с другом удаленно, чтобы их здоровью ничто не угрожало. Важно было сохранить сущность передачи — трансформировать ее формат, не искажая смысла. Кроме того, готовый продукт должен оставаться интересным для зрителя. Так, в связи с ограничительными мерами, введенными в 2020-м году, в телепроизводство были интегрированы различные цифровые инструменты, главным из которых является использование видеозвонков.

Информационные каналы в силу своей контент-стратегии вынуждены были перестраивать весь производственный процесс наиболее оперативно. По этой причине в качестве объекта исследования в данной работе выбраны разговорные программы телеканала «Россия 24» («5-я студия», «Мнение» и «Диалог»), а также интервью с экспертами, включенные в новостное вещание.

Предметом исследования является технология производства разговорных передач с использованием сервисов для создания онлайн-конференций.

Цель исследования — определить специфику создания телевизионного ток-шоу, в производство которого интегрированы интернет-технологии.

Задачи:

1. Изучить литературу, посвященную производству разговорных передач.

² Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го // ВЦИОМ. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10672> (дата обращения: 20.02.2021).

2. Провести сравнительный анализ технологии создания ток-шоу, снятых в студии, и ток-шоу, в производство которых интегрированы интернет-технологии.
3. Выявить отличительные черты разговорных передач, записанных в онлайн-режиме.
4. Провести опрос среди зрителей для определения степени их вовлеченности в передачи, которые созданы с помощью платформ Zoom, Skype, Microsoft Teams и др.
5. На основании выявленных особенностей разговорных передач определить ряд требований, влияющих на качество ток-шоу, в которых участники выходят в эфир с помощью видеозвонков.
6. Обобщить полученные сведения, сделать выводы.

Исследовательская гипотеза состоит в том, что при производстве разговорных передач с использованием онлайн-платформ особую важность приобретает продюсерская функция журналиста. Он должен руководить участниками диалога, находящимися вне студии на видеосвязи, чтобы обеспечить качество программы. Кроме того, особые усилия нужно прикладывать для поддержания «эффекта присутствия», который ослабляется при переносе действия из студии в виртуальное пространство.

Методологической основой исследования выпускной квалификационной работы является системный, целостный подход. Были изучены труды российских и зарубежных специалистов, аналитиков и экспертов, непосредственно связанных с темой исследования. Помимо этого, автор активно использовал международные и отечественные исследования как теоретического, так и практического характера, данные статистических и социологических исследований, а также релевантные материалы, представленные в СМИ. При проведении исследовательской работы применялись следующие теоретические и эмпирические методы: наблюдение, описание, количественный, качественный, сравнительный анализ, методы дедукции и индукции.

Автором были использованы теоретические источники, являющиеся необходимой базой для понимания принципов создания телепередач: Э. Г. Багиров «Очерки теории телевидения», Р. А. Борецкий «Беседы об истории телевидения», «Телевизионная журналистика» (под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной), Г. В. Лазутина «Профессиональная этика журналиста», «Интернет-СМИ. Теория и практика» (под ред. М. М. Лукиной), В. С. Саппак «Телевидение и мы», В. В. Падейский «Проектирование телепрограмм», В. Л. Цвик «Телевизионная служба новостей» и др.

Эмпирическую базу исследования составили разговорные передачи канала «Россия 24»: «5-я студия», «Мнение», «Диалог», а также интервью из программы «Вести», снятые в период с марта по июнь 2020 года (около 40 выпусков).

Хронологические рамки исследования — март-июнь 2020 года. Выбор периода обусловлен тем, что в марте на экранах телевизоров впервые появились разговорные передачи, участники которых выходили в эфир с помощью онлайн-конференций. В марте-апреле технология производства таких программ находилась на стадии разработки. Более совершенные ток-шоу в период локдауна появились в мае-июне, поскольку изменилась цель телеведущих. Если в марте нужно было любой ценой сохранить передачи в новых условиях, то в мае эта задача была окончательно решена — технология производства стала совершенствоваться. В июне появился готовый продукт, схема производства которого успешно используется и сегодня.

В первой главе данной работы на основании теоретического материала будут определены особенности коммуникативной природы телевидения, исследовано изменение технологии производства разговорных передач и их смысловой наполненности на протяжении нескольких десятилетий. В последнем параграфе автор выявит отличительные черты разговорных

программ, специально созданных для размещения на видеоплатформе YouTube.

Вторая глава исследования посвящена определению особенностей съемочного процесса ток-шоу, в который в марте 2020 года были интегрированы интернет-технологии. Автор ставит перед собой задачу сравнить новый способ производства разговорных передач с традиционным, а также определить, какие факторы влияют на качество готового продукта. Также в данной главе будут предоставлены результаты проведенного опроса, которые позволят исследовать отношение аудитории к ток-шоу, снятым с использованием видеозвонков, и выявить степень заинтересованности зрителя в программах нового типа. Таким образом, производство ток-шоу с помощью сервисов для создания облачных конференций будет рассмотрено как становление нового формата разговорных передач, к которому предъявляются специфические требования.

ГЛАВА 1. РАЗГОВОРНЫЕ ПРОГРАММЫ В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ

1.1. Коммуникативные характеристики природы телевидения

Полемика экспертов о том, что в эру информационных технологий телевидение будет вытеснено более удобными интернет-сервисами, а также о том, что его влияние на общество снизится, ведется уже много лет.

Главный редактор телеканала RT Маргарита Симоньян 1 августа 2019-го спрогнозировала скорое прекращение существования телевидения вообще: «Вот именно в таком виде — заданной телетрансляции с незыблемой версткой — наше старое доброе телевидение в силу собственной ригидной — и от этого фригидной — природы, железнодорожной неповоротливости, исключаящей удовлетворение спонтанных прихотей потребителя, умрет еще при нашей с вами жизни»³. Такое же мнение выразила телекритик, обозреватель «Новой газеты» Ирина Петровская в беседе с журналистом информационно-аналитического агентства «УРА.РУ»: «У российского телевидения в нынешнем виде нет будущего»⁴.

Однако подобную позицию занимают не все. Доцент факультета журналистики МГУ, специалист по телевизионному рынку Анна Толоконникова рассказала этому же изданию о том, что в последние годы появилась новая тенденция, заключающаяся во взаимодействии интернета и телевидения, которая дает последнему «вторую жизнь»⁵. С этим утверждением сложно не согласиться — такая гибридизация проявила себя особенно ярко в 2020-2021 годах, когда телевидению пришлось срочно адаптироваться к новым условиям работы из-за пандемии и внедрять в производство передач интернет-технологии.

³ Маргарита Симоньян // Telegram. URL: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Ft.me%2Fmargaritasimonyan%2F3942> (дата обращения: 01.03.2021).

⁴ Рябова Д., Дибров, Парфенов, Картозия: когда умрет российское телевидение // «УРА.РУ». URL: <https://ura.news/articles/1036279373> (дата обращения: 01.03.2021).

⁵ Там же.

Сомнения в том, что телевидение продолжит существовать в традиционном виде, обоснованы. Главным его конкурентом является YouTube, среднесуточная российская аудитория которого в декабре 2020 года составила 18 586 тыс. пользователей⁶. Исходя из данных Mediascope, в том же месяце число зрителей «России 1», «Первого канала», «НТВ» и «России 24» за день достигало в среднем 1369, 1149,5, 963,3 и 180,3 тыс. зрителей соответственно (см. *Приложение 1*). Однако во время локдауна, когда люди имели неограниченный доступ к интернету, популярность телевидения не спадала — в 2020 году не наблюдался сезонный спад телепросмотра к лету⁷.

К причинам популярности телевидения можно отнести его коммуникативную природу, в наибольшей степени свойственную только этому типу медиа. Под термином «коммуникативная природа» в данной работе понимается иллюзия межличностного общения между зрителем и журналистом, зрителем и героем передачи, которая создается в момент просмотра.

Психолог, кандидат психологических наук О. И. Маховская выдвинула мнение, что во многих домах «телевизор стал членом семьи»⁸. С этим трудно не согласиться — с утра он рассказывает о последних новостях, собранных к этому часу, делится астрологическими прогнозами и тем самым как бы желает удачного дня зрителю, который собирается на работу, включив фоном какой-либо канал. Вечером на кнопку пульта нажимают снова — пора узнать о событиях, которые произошли за время нашего отсутствия, и отдохнуть после трудового дня. Иногда все члены семьи собираются вместе, чтобы посмотреть какой-либо фильм или сериал. По выходным у экрана сидят дети и ждут, когда начнутся мультфильмы.

⁶ YouTube.com. // Mediascope WEB-Index. URL:

<https://webindex.mediascope.net/report?byGeo=1&byDevice=3&byDevice=1&byDevice=2&byMonth=202012&id=88155> (дата обращения: 01.03.2021).

⁷ Mediascope на Adindex City Conference 2020 // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/news/1188647/> (дата обращения: 08.04.2021).

⁸ Маховская О.И. Телемания: болезнь или страсть? URL: <https://psyfactor.org/lib/makhovskaya.htm> (дата обращения: 03.03.2021).

Люди, не имеющие семьи, включают телевизор, чтобы не чувствовать себя одинокими. В книге «Телемания: болезнь или страсть?» О. И. Маховская приводит более 27 психологических эффектов телевидения, среди которых есть и иллюзия присутствия. Пожалуй, ни одно средство массовой информации не влияет на жизнь индивидуума так сильно. Телевидение вызывает ощущение реального взаимодействия человека с человеком — мы видим журналиста, слышим его речь и как бы присутствуем на месте событий вместе с ним, не замечая одной небольшой преграды — экрана.

Создать иллюзию преодоления этой преграды, чтобы зритель смог переместиться с репортером на другой конец света, не так просто. Журналисты много лет работали над тем, что в современной теории журналистики называется эффектом присутствия. В учебных пособиях его связывают с таким имманентным качеством телевидения как непосредственность, то есть со «способностью рассказывать о событии в момент, когда оно происходит»⁹. Суть эффекта заключается в том, что зритель чувствует себя причастным к происходящему на экране. Более того, у него создается ощущение, что он находится рядом с репортером, ведущим передачи, героями программы и т.д. События разворачиваются здесь и сейчас, прямо на глазах у зрителя. Таким образом, происходит коммуникация между аудиторией и журналистом, реализуется один из ее аспектов.

Одну часть информации телевизионная аудитория получает из речи ведущего передачи, гостя, эксперта, корреспондента и др., другую — из видеоряда. Зритель слышит человека и видит его на экране. Межличностное общение в принципе является одним из ключевых способов передачи информации, а потому оно внушает больше доверия, нежели электронные, печатные или другие источники. В детстве человек, не умея читать и писать, познает мир в процессе живого общения с родителями — вербального и

⁹ Телевизионная журналистика. Учебное пособие / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. М., 2019. С.19.

невербального. Формирование личности происходит в окружении людей, вне общества это невозможно. Огромный объем информации мы получаем именно от своих знакомых, коллег, членов семьи. И на экране телевизора мы тоже видим человека, который здесь и сейчас рассказывает новости специально для нас, а потому с интересом слушаем его речь и часто доверяем сказанному.

Большую роль в выстраивании коммуникации на телевидении играет еще одно его свойство — персонифицированность. Зрители привыкают к ведущему программы, поскольку те не меняются на протяжении долгого времени, становятся лицами каналов. Сегодня в качестве примера можно привести Екатерину Андрееву, представляющую «Первый канал», Юрия Богданова на «России 24», Евгения Гусева из программы «Известия. Главное» на «Пятом канале» и многих других. Аудитория видит их лица каждый день, слышит их голос и ожидает, что в определенное время на экране появится конкретный человек. Зритель как будто слушает рассказ хорошего знакомого и потому доверяет полученной информации. Если ведущий программы, к которому аудитория относилась лояльно, внезапно сменится кем-то другим, это может вызвать раздражение, непонимание, недоверие.

Еще одна особенность телесмотрения в современном мире, произрастающая из коммуникативной природы телевидения, — фоновое смотрение. Для того, чтобы узнавать новую информацию, не обязательно сидеть перед экраном и внимательно слушать ведущего или корреспондента. Фоновое смотрение удобно для зрителя, так как параллельно с просмотром он может выполнять другие дела, но при этом остается частично вовлеченным в программу. Текстовые интернет-ресурсы лишены этого преимущества, поскольку они требуют от пользователя большей концентрации внимания. Телевидение, наоборот, помогает аудитории экономить время и получать информацию, не прилагая усилий. В связи с этим производство телевизионного контента имеет ряд особенностей.

Во-первых, информация должна быть преподнесена таким образом, чтобы зритель без труда понимал, о чем идет речь, даже если он отвлекся от экрана или прослушал какую-то часть сюжета. Для этого журналистские тексты должны быть приближены к реальной разговорной речи — в них нет места нагромождению сложных слов, терминов, причастных и деепричастных оборотов. Предложения преимущественно короткие, простые по составу. Как в жизни, так и на экране эмоциональная речь собеседника, понятные слова, яркие фразы удерживают внимание слушателя и позволяют ему не терять нити повествования. Интересный рассказ активизирует работу воображения — даже если мы отвлекаемся от просмотра и не видим части сюжета, ее можно представить. В то же время телевизионный текст не должен дублировать то, что и так показано на экране. Он призван дополнять изображение, раскрывать его смысл, как при живом общении человек дополняет рассказ жестикуляцией, мимикой, демонстрацией фотографий и т.д.

Когда мы слушаем рассказ знакомого, мы пытаемся взглянуть на произошедшее своими глазами. Телевидение делает это за нас — оно сразу показывает события так, как мы могли бы их увидеть. Для этого журналист обращает внимание оператора на самые интересные моменты, тот снимает происходящее с разных ракурсов, делает кадры разной крупности, монтажер чередует их по правилам монтажа. В результате зритель видит полный, логично выстроенный сюжет.

Монтаж решает множество проблем — позволяет собрать воедино кадры с разных камер, ускорить или замедлить темп видео, вырезать только самое главное из речи героя и сгладить ошибки оператора. Готовая передача должна выглядеть так, как будто зритель самостоятельно выбирает, на что ему обратить внимание в данный момент. Во многом качество итоговой программы зависит именно от монтажера — он должен чувствовать, когда лучше показать общий план, и предугадывать, когда зритель захочет рассмотреть какую-либо деталь (и какую именно). Специалист должен

задавать темп и ритм передачи. Если монтажер поставит рядом кадры, которые не монтируются между собой, или же статичные кадры продлятся слишком долго, внимание аудитории будет утеряно. Зритель станет замечать, что смотрит не на само событие, а на экран телевизора. Из-за этого ощущение причастности к происходящему теряется. В. С. Саппак в книге «Телевидение и мы» называет это «эффектом отстранения»¹⁰.

Чтобы избежать возникновения этого эффекта, тележурналист должен составлять грамотные тексты, заранее прописывать план съемки, контролировать работу оператора и монтажера. Кроме того, важно, чтобы сюжет был качественно озвучен. Если соблюсти все эти требования, зритель станет опосредованным участником событий. Таким образом съемочная группа позволяет простому человеку взглянуть на происходящее своими глазами посредством камеры. Л. П. Кравченко в предисловии к книге В. С. Саппака писал, что «телевидение — „окно в мир“»¹¹. С этим утверждением невозможно не согласиться, поскольку, сидя в собственной гостиной, мы легко перемещаемся на другой конец города, страны или мира, просто переключая каналы.

Стоит отметить, что ключевым элементом в любой коммуникации является язык. Поскольку телевидение имеет коммуникативную природу, это положение относится и к нему. В теории тележурналистики есть такое понятие как язык экрана. Его составляют все вышеперечисленные элементы, которые принято подразделять на четыре группы: драматургические (разработка темы, идеи, написание сценария), пластические (многообразие кадров, планов и ракурсов), звуковые (речь участников программы, музыка, шумы) и монтажные (непосредственно сам монтаж, цветокоррекция). Грамотное сочетание всех этих выразительно-изобразительных средств телевидения способствуют реализации творческого замысла автора и донесению его до зрителя, то есть созданию коммуникации между ними.

¹⁰ Саппак В. С. «Телевидение и мы». Беседа четвертая. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/88.htm> (дата обращения: 04.03.2021).

¹¹ Там же. Предисловие. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text12/84.htm> (дата обращения: 04.03.2021).

1.2. Эволюция разговорных программ на отечественном экране

В России телевидение началось с 1930-х годов, чуть менее ста лет назад, поэтому телевидение можно назвать сравнительно молодым средством массовой информации. Оно по-прежнему находится в развитии — с момента возникновения и до сих пор появляются все новые способы передачи сигнала, контент постоянно трансформируется, подстраиваясь под запросы аудитории и цели государства.

Становление телевизионной журналистики тоже происходило постепенно, ведь в самом начале в эфире показывали спектакли и эстрадные концерты, которые не имели отношения к репортерской деятельности. В новостных передачах тексты читали дикторы, а не авторы, и сами материалы были написаны для радио, а не для телевидения. Разделение передач на жанры произошло лишь спустя несколько десятков лет.

Теоретики подразделяют вещание на три группы: информационно-публицистическое, документальное и художественное¹². Непосредственно к журналистике относятся только первые две. Сегодня наибольшей популярностью у зрителей пользуются новостные эфиры и разговорные передачи. К последним интерес аудитории постоянно растет. Проанализировав данные Mediascope, собранные в период с апреля по октябрь 2020-го года, мы видим, что популярность ток-шоу среди российского населения действительно увеличивается. Если 26 мая программа «Пусть говорят» на «Первом канале» занимала 14-е место в рейтинге самых просматриваемых передач, то к середине октября 2020 года она стала третьей по популярности (после новостей и телевизионного конкурса «Голос»). Ее аудитория 20 октября составила 3 млн. 104 тыс. человек¹³.

Растущий интерес обусловлен особенностями такого рода программ — скандальными темами и яркими героями. Нужно отметить, что подобные

¹² Телевизионная журналистика. Учебное пособие / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. М., 2019. С.118.

¹³ Рейтинги // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 25.03.2021).

характеристики у ток-шоу были не всегда. После распада Советского Союза телевидение оказалось в критическом финансовом положении и остро нуждалось в привлечении рекламодателей. Чтобы привлечь большую аудиторию, «телередакторы стали прибегать к подаче политической и социальной информации через развлекательный аспект»¹⁴. Попробуем определить, когда на отечественном экране появились разговорные передачи и как именно они менялись по мере развития телевизионной журналистики.

Для начала определим, что именно мы называем разговорными передачами. В данном исследовании под этим термином понимаются такие телевизионные программы, в основе которых лежит разговор двух и более человек. В теории журналистики подобные передачи подразделяются на такие жанры как интервью (портретное или проблемное), пресс-конференция, беседа и дискуссия. Число участников программы не ограничено — непосредственно в процесс могут быть вовлечены несколько десятков человек (например, как в программе «101 вопрос взрослому») или всего только двое («Наедине со всеми» с Юлией Меньшовой). Тематика передач различна, равно как и их цель. Ведущий и герои обсуждают все что угодно, начиная с фактов из биографии участников и заканчивая общественно значимыми вопросами. Программы советского периода принято называть разговорными. Позднее, в 80-е годы, в теории журналистики появится новый термин, пришедший на отечественное телевидение с Запада и служащий для обозначения передач такого типа, — ток-шоу.

Правомерно ли использование термина «ток-шоу» (англ. talk — говорить, беседовать и show — показ, демонстрация) в качестве синонима к разговорным передачам? В статье «Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата „ток-шоу“» Ю. И. Долгова и П. В. Гуленко пишут об отсутствии однозначной трактовки

¹⁴ Крапенко И. И., Лобановская Е. Ю., Ельникова О. Е., Горборукова Л. С. Использование метода инфотейнмента в практике современного российского телевидения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-infoteynmenta-v-praktike-sovremennogo-rossiyskogo-televideniya/viewer> (дата обращения: 06.03.2021).

данного понятия. Словарь иностранных слов современного русского языка 2014 года ток-шоу определяется как «телепередача, основанная на свободном общении участников проекта, обсуждающих какую-либо актуальную проблему»¹⁵. В теоретических источниках более раннего периода термин связывается с каким-либо конкретным разговорным жанром — например, с дискуссией, как в Большом энциклопедическом словаре 2000 года, или интервью, как в Словаре иностранных слов 2006 года. Если обратиться к иностранным источникам, то в онлайн-словаре английского языка Коллинза («Collins Online English Dictionary») мы обнаружим следующее определение: «A talk show is a television or radio show in which famous people talk to each other in an informal way and are asked questions about different topics»¹⁶. Расшифровке термина можно дать следующий перевод: ток-шоу — это телевизионная или радиопрограмма, в которой знаменитости разговаривают друг с другом в неформальной обстановке и отвечают на вопросы по разным темам. Интересно, что в российских телепередачах такого рода участники не всегда являются знаменитостями.

П. В. Гуленко и Ю. И. Долгова называют ток-шоу разговором, который обычно строится на основе одного или нескольких разговорных жанров, и драматургия передачи выстраивается непосредственно вокруг него¹⁷. Такая трактовка понятия, а также отсутствие привязки к какому-либо конкретному жанру — «свободное общение участников проекта»¹⁸, — кажется автору данной работы наиболее убедительной.

Еще один спорный вопрос, который часто поднимается исследователями, — это необходимость участия в ток-шоу зрителей. Попробуем ответить на него, учитывая опыт работы телевизионных журналистов, полученный в этом году. В период пандемии коронавируса

¹⁵ Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. М., 2014. С. 671.

¹⁶ Collins Online English Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/talk-show> (дата обращения: 28.04.2021).

¹⁷ Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou> (дата обращения: 06.03.2021).

съемки передач проходили без зрителей, но от этого ток-шоу не перестали быть ток-шоу. Люди попросту не могли приехать в студию, чтобы задавать вопросы, давать комментарии. В некоторые программы зрители все-таки были вовлечены посредством голосований или видеоконференций, однако это скорее драматургический элемент нежели ключевая составляющая передачи, определяющая ее формат.

Таким образом, использование термина «ток-шоу» правомерно в отношении любой разговорной передачи. Теперь попробуем установить, когда же ток-шоу появились на отечественном экране, а также проанализируем, как они менялись в течение десятилетий.

Первая опытная передача, состоявшаяся в конце апреля — начале мая 1931 года, была крайне далека от разговорных. В ней были показаны позирующие сотрудники Всесоюзного электротехнического института, а также фотографии без звукового сопровождения. Через три года на экран выведено изображение со звуком — эстрадный концерт, длившийся 25 минут.

Совершенствование контента происходило постепенно, как и приобретение населением телевизоров. Со временем аудитория расширялась, расширялась и программная сетка. В 1949 г., после реконструкции Московского телевизионного центра, сотрудники научились снимать репортажи вне студии, поскольку получили передвижную телевизионную станцию (ПТС). Это позволило в режиме реального времени рассказывать о событиях, происходящих за пределами телецентра.

С 1951 по 1954 г. на Центральной студии телевидения в Москве работали несколько редакций, задачи которых перестали ограничиваться одним только информированием населения о каких-либо событиях. Появились отделы литературно-драматического, музыкального, детского и общественно-политического вещания. Расширилась и тематика передач — делались первые шаги к появлению новых телевизионных жанров.

С 1954 года создаются узкотематические редакции, продолжает совершенствоваться смысловое наполнение программ. Из печатной журналистики заимствуются некоторые формы подачи контента — журнал и газета. В качестве примера приведем тележурнал «Юный пионер», появившийся на отечественном экране одним из первых — 6 октября 1951 г. Ю. И. Долгова отмечает, что в программе «можно было увидеть много дискуссионных и юмористических сюжетов»¹⁹. А дискуссия, в свою очередь, является одним из разговорных жанров на телевидении. Это значит, что первые черты разговорных передач стали проявляться в отечественных передачах уже с 1951 года. Конечно, назвать эти программы полноценными ток-шоу невозможно, поскольку для их формирования потребуется еще несколько десятков лет, но базовые элементы стали закладываться уже в тот период.

Ближе к концу 50-х в эфире появились телевизионные игры, которые изначально предназначались для детей. Первая подобная программа вышла в 1957 году и представляла собой съемку викторины в Центральном доме работников искусств, в которой принимали участие учащиеся средней школы. Кроме того, программа привлекла внимание телезрителей всех возрастов. Они впервые могли следить по телевизору за соревнованием двух команд в режиме реального времени. В статье «Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата „ток-шоу“» П. В. Гуленко и Ю. И. Долгова отмечают, что, по мнению некоторых зарубежных исследователей, одним из главных условий производства ток-шоу является именно наличие зрительской аудитории (как правило, не только у экрана телевизоров, но и в телестудии)²⁰.

Становление полноценных отечественных разговорных передач пришлось на 60-е годы XX века. В этот период в эфир выходят «Здоровье»,

¹⁹ Телевизионная журналистика. Учебное пособие / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. М., 2019. С.48.

²⁰ Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou> (дата обращения: 06.03.2021).

«Рассказы о героизме», «Кинопанорама», «Голубой огонек», «Клуб путешественников» и др. Роль межличностной коммуникации на экране возрастает — элементы разговорных передач в перечисленных программах встречаются все чаще.

Например, в одном из ранних выпусков «Кинопанорамы» (от 1 мая 1963 года) явно видны попытки снять интервью. Цель передачи заключалась в том, чтобы рассказать о снимающихся фильмах и «о людях, которые делают эти фильмы»²¹. Ведущий — Зиновий Гердт — приветствует зрителей и делает короткое вступление по теме. Далее один за другим сменяются герои — актеры, режиссеры, композиторы — словом, все люди, имеющие отношение к кинопроизводству. Ведущий задает им всего один или два вопроса (иногда чуть больше), и, получив ответ, представляет зрителю следующего гостя. Назвать это полноценным интервью сложно, поскольку личность героя не раскрывается, важные проблемы не поднимаются. Ведущему достаточно сухих сообщений о фильме, в котором снимается актер на данный момент, или пары фактов из личной жизни. В кадре по большей части находится только один человек — гость. Ведущий задает вопрос, находясь рядом с оператором. Создается ощущение, что он записывает синхрон для репортажа. Впрочем, мы все-таки видим Зиновия Гердта в кадре рядом с героем, но крайне редко.

Процесс общения гостя и ведущего (или же рассказ гостя) снят с одного ракурса, в одной крупности. Иллюзии живого общения у зрителя не возникает. Все герои передачи однозначно талантливые, но не всегда яркие и хорошо говорящие на камеру. Хочется также отметить, что они прилично и консервативно одеты: мужчины в пиджаках и рубашках, женщины в строгих платьях.

В 1968 году появляется передача «Аукцион», которую исследователь И. И. Волкова считала прародительницей отечественных ток-шоу. Дело в

²¹ Телепрограмма «Кинопанорама». Выпуск от 1 мая 1963 года. // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=389la82TqUc> (дата обращения: 03.03.2021).

том, что особенностью передачи являлась викторина для зрителей, сидевших в студии. По мнению И. И. Волковой, здесь присутствовали все элементы, необходимые для ток-шоу: «ведущий, эксперты и зрители, вступающие во взаимодействие»²². Целью программы была реклама товаров отечественного производства и попытка убедить покупателей их приобрести. Реализовывалась передача успешно, но уже в 1970, после скандала с янтарным ожерельем, закатанным в консервную банку с крабом, она быстро была закрыта.

В эфире программы «Здоровье» от 30 октября 1976 года мы видим, что интервью успешно внедрилось в композицию передачи. Диалоговое общение с гостями является основной ее составляющей, а не просто незначительным элементом. Интервью полноценны, с помощью них раскрываются герои, зритель успевает проникнуться их историей. В разговоре со специалистом ведущая Юлия Белянчикова задает вопросы, отражающие концепцию передачи и потенциально интересные зрителю. При общении в кадре находятся оба человека, в монтаже используются перебивки, оператор снимает героев с разных планов и ракурсов. Сначала зритель видит интервью ведущей с профессором, потом оно прерывается разговором лора и пациента — зритель перемещается в кабинет врача, а затем снова возвращается в студию. По сути, программа состоит из нескольких интервью, которые постоянно прерывают друг друга. Такого подхода в современных разговорных передачах мы не встретим, но эволюция жанра на советском телеэкране очевидна.

Интересным явлением в истории телевидения стали телемосты, появившиеся в 80-е годы. Первый из них — «Москва — Космос — Калифорния» — состоялся 5 сентября 1982 года. Запись проходила во время рок-фестиваля «Мы» в Сан-Бернардино, целью которого было объединить музыку с высокими технологиями. Американцы транслировали выступления групп, участвовавших в фестивале, русские — Аллы Пугачевой, ансамбля

²² Волкова И. И. Игра как системообразующий феномен экранных коммуникаций. М., 2015. С. 299.

«Пламя», «Динамик», «Воскресенье» и некоторых других. Ведущих телемоста на записи, имеющейся в открытом доступе, не видно, в эфир сюжет не вышел.

Телемосты стали организовывать регулярно. Уже в 1983 году СССР и США снова смогли пообщаться во время записи программы «Linking us today», где мы видим две телестудии с ведущими и зрителями, находящиеся на противоположных концах земного шара. Американские и русские спикеры общаются между собой посредством спутниковой связи на английском языке. Зрители задают интересующие их вопросы жителям другой страны, а те оперативно отвечают. Телемост проходил на английском языке и переводился на русский прямо в студии в режиме реального времени. Представители двух стран обсуждали возможности, которые принесет им использование новых технологий, позволяющих легко и быстро связываться с людьми на другом конце света. Впоследствии эта технология действительно была интегрирована в телепроизводство — сегодня в новостных программах (и не только) ведущие выходят на связь с корреспондентом, находящимся в другой стране, и транслируют его видео в прямой эфир.

Еще одной важной программой, оказавшей влияние на становление современного формата ток-шоу, является «Взгляд». Первый выпуск вышел в эфир 2 октября 1987 года. Программа транслировалась в прямом эфире из студии, где зритель слышал звук клавиш печатной машинки, на заднем плане видел журналиста за работой и потому чувствовал себя причастным к съемочному процессу. В центре внимания все-таки были ведущие, которые общались с экспертами, зачитывали новости и подводки к сюжетам. Изначально их было четверо: Владислав Листьев, Александр Любимов, Дмитрий Захаров и Олег Вакуловский. В начале первого выпуска «Взгляда» Александр Любимов и Владислав Листьев свободно обсуждают между собой, как именно нужно назвать программу, после чего просят телеаудиторию помочь с выбором.

Нужно отметить, что во время программы ведущие часто обращаются к зрителю на «вы» («вы, конечно, слышали», «сейчас вы увидите»), подчеркивая его важность и создавая иллюзию межличностного общения. Ему рассказывают, что ждать далее в программе. Кроме того, ведущие всегда смотрят прямо в камеру, как будто бы в глаза зрителю. За счет этого создается сильный эффект присутствия.

Поведение ведущих в кадре очень естественное — они общаются между собой, говорят со зрителем и периодически заглядывают в тексты, поскольку телесуфлерами они не пользуются. Иногда журналисты допускают ошибки в словах, неправильно произносят фамилии. Нужно отметить, что говорят они простым языком, в беседе с приглашенными экспертами шутят — речь живая, эмоциональная. Владислав Листьев в подводке к материалу, который выйдет в эфир через пару секунд, дает личную оценку, хочет показать зрителю то, что понравилось ему самому: «Посмотрите сюжет, очень любопытно». Кроме того, ведущие причисляют себя к аудитории: «Кто из нас не ходил, собирая различные подписи по тому или иному поводу?». Таким образом, у зрителя создается впечатление, что говорящий — один из многих, у него нет привилегированного положения. Журналист — простой человек, такой же, как и телезритель.

Передача многогранна — в ней есть новостные сюжеты, музыкальные вставки, отрывки из фильмов и интервью с приглашенными гостями. В первом выпуске общались с Владимиром Виноградовым — министром иностранных дел РСФСР. Героя интересно вводят в передачу: сначала на экране появляется карточка с надписью «гость программы», потом она переворачивается и на оборотной стороне мы видим имя и должность спикера. После один из ведущих зачитывает о нем статью из справочника. Вопросы задают острые, насущные. Ведущие общаются на равных и со зрителем, и с министром иностранных дел. Все это положительно сказывается на эффекте присутствия.

«Взгляд» не отличается разнообразием планов и ракурсов. Крупный план практически отсутствует, детали не показывают вовсе. В итоговом монтаже интервью мы чаще всего видим общий и средний планы. Ракурсы в основном одни и те, съемка ведется преимущественно с одних и тех же точек. Но бывают и интересные — камера стоит между интервьюерами (их, кстати, четверо) или за спиной спикера. Но несмотря на то, что съемка не способствует развитию динамики передачи, у зрителя возникает ощущение причастности к разговору.

В 1989-м году на отечественном телевидении появляется такая разговорная передача как «Пресс-клуб», автором идеи которой (а также режиссером и ведущим) была Кира Прошутинская. Программа стала своеобразным телевизионным клубом, аудиторию которого составляли журналисты, депутаты, артисты, политики и общественные деятели. Они встречались в эфире, показывали свои материалы, развивалась дискуссия — гости приступали к обсуждению увиденного. Участники передачи сидели кругом в два ряда. Ближайшая к зрителю часть круга оставалась пустой — там стояла камера. Благодаря такому решению создается впечатление, что это место выделено специально для зрителя. Он будто бы сидит вместе со всеми гостями передачи и наблюдает за бурным обсуждением журналистских сюжетов, что, соответственно, вызывает ощущение причастности к съемочному процессу.

31 января 1992 года на российские экраны впервые вышла пресс-конференция, участниками которой были простые люди, — «Тема» Владислава Листьева. Аналогов этой программы на отечественном телевидении не было. В студию приходили гости, которые высказывали свое мнение, касательно той или иной социальной проблемы. Популярность передачи не зависела от темы, ее обуславливала в первую очередь известность ведущего. Выпуск программы «По обе стороны закона» от 5 мая 1992 г. начинается с показа небольшого стрит-тока, цель которого — выяснить, верят ли жители страны в справедливость выносимых судом

приговоров. Далее Владислав Листьев задает вопросы эксперту и приглашенному гостю. Периодически разговор прерывается короткими видеороликами по теме или кадрами из фильмов. Примерно на середине выпуска Владислав Листьев передает микрофон аудитории и зрители начинают задавать вопросы эксперту и гостю. Вопросы очень естественные, порой провокационные, но люди задают их не стесняясь. Имена зрителей в титрах не указаны, за исключением тех случаев, когда вопросы задают журналисты. Программа поражает своей откровенностью. Благодаря тому, что в студии сидят обыкновенные люди, которые имеют возможность спрашивать то, что им действительно интересно, создается эффект присутствия. Ведь телезрители отождествляют себя с теми, кто находится на съемочной площадке — с простыми людьми, которые задают простые человеческие вопросы, интересующие и самого зрителя. Будь он там, он спросил бы то же самое. Таким образом, зритель, получивший ответ на свой вопрос, чувствует моральное удовлетворение от программы, продолжает ее смотреть и получать новую информацию.

В конце XX века популярность разговорных передач не спадает. С сентября 1998 по декабрь 2000 года в эфир выходит молодежное ток-шоу «Акуна Матата», посвященное проблеме конфликта поколений. Тематика становится ясна зрителю, прежде незнакомому с передачей, с первых минут. В самом начале программы демонстрируются кадры из прошлого выпуска с говорящей подписью: «Отцы» и «дети» говорили о нигилистах»²³. В зале сидит достаточно большая зрительская аудитория. Ведущий попеременно задает вопросы старшему и младшему поколению. В передаче так уже, как и в «Теме» Владислава Листьева, участвуют обычные люди. К обсуждению предлагаются острые вопросы, на которые у детей и родителей противоположные взгляды. Интересно, что иногда их мнения пересекаются.

²³ Акуна Матата. Фанаты спорта. Выпуск от 04.09.1999. // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rgeCzZ7K3o> (дата обращения: 10.04.2021).

Создается впечатление, что из-за обилия таких пересечений ломаются стереотипы о непреодолимой пропасти между поколениями.

В 2001 году появилось ток-шоу «Большая стирка» (ныне — «Пусть говорят»), которое, как мы отметили ранее, не утрачивает своей популярности даже спустя 20 лет. В студии находится ведущий, герои, эксперты и зрители, которые непосредственно участвуют в обсуждении какой-либо скандальной темы. Благодаря опыту специалистов и качественной технике съемка доведена до совершенства — на экране мы видим множество разных планов и интересных ракурсов, кадры быстро сменяют друг друга, за счет чего усиливается динамика передачи, растет напряжение. Цель программы заключается не в том, чтобы ответить на вопросы зрителя, а в том, чтобы позволить ему отвлечься от любых вопросов.

Следующее десятилетие примечательно тем, что ток-шоу приобретают все более неформальный характер. Начиная со второй половины нулевых, мы видим, что в разговорных передачах начинает преобладать развлекательная составляющая. В эфир выходят такие программы как «Бульдог-шоу» (2010), «Это мой ребенок» (с 2010 по настоящее время), «Прожекторперисхилтон» (2008-2017), «Модный приговор» (с 2007 по настоящее время), «Давай поженимся!» (с 2008 по настоящее время), PRO Жизнь (2010-2013) и т.д. В то же время на экране можно увидеть и более серьезные передачи: ЖКХ (2010), «Свобода и справедливость» (2010-2013), «Человек. Земля. Вселенная» (2010-2011), «Познер» (с 2008 по настоящее время), но их меньше. Кроме того, большая часть передач развлекательного характера оказалась более устойчива к изменениям предпочтений публики — многие передачи, возникшие в конце нулевых, идут до сих пор

Телевидение появилось позднее газет, журналов и радио, но оно сразу же отличалось разнообразием контента. Его жанры формировались постепенно, а форматы трансформируются и сегодня. Каждое изменение, внесенное в передачу, нередко приводит к возникновению качественно нового продукта. В СССР зародились первые ток-шоу, которые

совершенствовались, привлекали все большую аудиторию. Менялось смысловое наполнение, съемка, монтаж. Современные программы основаны на опыте предшественников, ведь технология производства ток-шоу выработывалась годами. Теперь авторам остается подстроить ее под себя, чтобы реализовать свой творческий замысел.

1.3. Разговорные программы на YouTube

Официальной датой появления интернета в Советском Союзе считается 28 августа 1990 года, когда был совершен первый сеанс модемной связи отечественного компьютера с зарубежным терминалом. Его целью являлось создание дополнительного канала связи между странами с возможностью оперативного обмена сообщениями. Однако уже через пять лет российские разработчики стали использовать интернет не только как средство связи, но и как способ передачи журналистской информации — в марте 1995-го появляется первая электронная версия газеты («Учительская газета»)²⁴, месяцем позднее — первый веб-сайт информационного агентства (РБК). Таким образом, в стране возник новый тип медиа — интернет-СМИ.

Газеты, журналы, радио и телевидение не отставали — достаточно скоро и они начали использовать сеть для публикации своих материалов. Так, например, в 1997 году телеканал «ТВ-Центр» первым в России начал вещание с помощью технологии RealVideo²⁵. Трансляцию могли смотреть не более 200 человек — большую нагрузку каналы связи попросту не выдерживали. Однако датой рождения российского телевидения в интернете принято считать 1998 год, когда было записано интервью с премьер-министром Кириенко, трансляция которого проводилась исключительно в интернете на базе проекта «Русмедиа» созданным компанией «Телеком-Центр». Камеры телекомпаний в зал не допустили, поэтому сюжет был доступен только онлайн-пользователям.

²⁴ Горный Е. Летопись русского интернета. URL: <https://www.netslova.ru/gornyy/rulet/1995.html> (дата обращения: 10.03.2021).

²⁵ Лукина М. М. Интернет-СМИ: теория и практика. М., 2010. С. 209.

В 1999 году свой веб-сайт появился у телеканала НТВ, где публиковались новости с кадрами из отснятых сюжетов. На данный момент сайты есть у всех каналов (как федеральных, так и региональных). Помимо новостных сюжетов там размещаются записи различных программ, а также ведется трансляция прямого эфира. Основное назначение таких сайтов — предоставление зрителю возможности смотреть программы, не включая телевизор, а также находить любимые архивные передачи или отдельные выпуски.

Однако с 2005-го года ситуация стала меняться. В интернете появился сервис YouTube, который позволил любому человеку, снимающему видео, в некоторой степени почувствовать себя тележурналистом. Сайты каналов оказались менее привлекательными, поскольку там публиковалось то же, что транслировалось на экранах телевизоров. Видеоплатформа позволила пользователям смотреть только интересующие их сюжеты, а не те, которые предлагает сетка вещания. Кроме того, заходить для этого на сайт СМИ больше необязательно.

YouTube стал новым веянием в видеопроизводстве, поскольку позволил снимать и распространять ролики абсолютно каждому пользователю, часто не имеющему специального образования. По данным Mediascope за декабрь 2020 года, среднесуточное число пользователей сервиса среди россиян составляет 18 млн. 752 тыс. человек²⁶. Конечно, далеко не все видео на платформе можно назвать журналистскими материалами, но в то же время число так называемых гражданских журналистов — блогеров — постоянно увеличивается. Как правило, они не имеют профильного образования, а потому смотрят на видеопроизводство несколько иначе. В работе гражданских журналистов часто не соблюдаются требования, предъявляемые к телеконтенту, то есть видео, созданное простым пользователем и опубликованное в сети интернет, не обязательно

²⁶ YouTube.com // Mediascope WEB-Index. URL: <https://webindex.mediascope.net/report?byGeo=1&byDevice=3&byDevice=1&byDevice=2&byMonth=202011&id=88155> (дата обращения: 10.03.2021).

снято в хорошем качестве, логично и последовательно смонтировано, информация в нем не всегда достоверна, а тема может быть раскрыта неполно, необъективно. В то же время, на YouTube усиливается роль персонафицированности, которая, как известно, является отличительным свойством телевидения. Пользователь подписывается на Youtube-канал блогера, личность которого ему интересна и внушает доверие.

Современные блогеры пошли дальше оперативной съемки событий. Со временем они научились создавать и полноценные разговорные передачи, учитывая специфику платформы. Например, особой популярностью на YouTube пользуется жанр интервью. В рейтинге ста самых популярных каналов сервиса 42-е место занимает «вДудь», основной жанр которого — интервью. Число подписчиков достигает 8,8 млн. человек, просмотров – 1,3 млрд²⁷. Нужно отметить, что автором канала является профессиональный тележурналист Юрий Дудь, имеющий как профильное образование, так и достаточно большой опыт работы на телевидении. Однако формат интервью на его канале отличается от телевизионного.

Нередко в качестве гостей у Юрия Дудя выступают молодые рэперы или другие артисты, находящиеся на пике популярности. Часть из них не могла бы появиться на телеэкране по одной простой причине — аудитория каналов, как правило, старше и не всегда знает кумиров молодежи. Например, в 2017 году специалисты самого популярного на тот момент канала «Россия 1» (который, по данным Mediascope, занимает лидирующую позицию и в 2021), работали над расширением аудитории, так как изначально его ЦА — зрители старше 25 лет²⁸. YouTube-канал «вДудь», в свою очередь,

²⁷ Рейтинг каналов YouTube — Топ-100. URL: <https://whatstat.ru/channels/top100> (дата обращения: 11.03.2021).

²⁸ Истомина М., Соболев С. У «Первого» доля второго // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2017/12/12/5a2a56269a794726311185fb> (дата обращения: 30.04.2021).

в 2020 году занял первое место в рейтинге блогеров для молодежной аудитории 14-25 лет²⁹.

На телевидении журналист — авторитетное лицо, герой старается ему соответствовать. Юрий Дудь в своих интервью сам подстраивается под героя — допускает использование нецензурной лексики при общении с исполнителями или же старается казаться серьезным в разговоре со статусными лицами. Ведущий может задавать героям неудобные, провокационные вопросы об их доходах, опыте употреблении наркотических веществ или т.д. Все это подтверждает тот факт, что в интернете есть большая свобода творчества, но это не всегда влияет на качество контента положительно. Кроме того, блогеры не ограничены и в хронометраже — самое длинное интервью на канале «вДудь» длится почти три часа.

Помимо Юрия Дудя на YouTube известны и другие интернет-интервьюеры. Среди них можно выделить Ирину Шихман (канал «А поговорить?»), Татьяну Мингалимову («Нежный редактор»), Николая Солодникова («ещенепознер»), Алену Жигалову («Алена, блин!»), Ксению Собчак («Осторожно, Собчак!»), Анастасию Ивлееву («AGENTSHOW»). Контент на этих каналах по теме очень похож друг на друга, каждый автор преследует цель пообщаться со знаменитым человеком и задать ему острые вопросы. Все они пользуются популярностью, число подписчиков варьируется от 482 тыс. человек до нескольких миллионов, хотя не все авторы — профессиональные журналисты.

В блогосфере встречается и такой разговорный жанр, как пресс-конференция. Часто блогеры организывают прямые эфиры (на YouTube, в Instagram и на других платформах) для того, чтобы ответить на вопросы подписчиков, которые те задают в комментариях в режиме реального времени. Реже пресс-конференции публикуются как полноценный смонтированный ролик, но случается и такое. Например, на YouTube есть

²⁹ Топ-10 блогеров для молодежной аудитории // MMG Blogger Track. URL: <http://www.m-m-g.ru/news/2020/analiticheskaya-platforma-mm-g-blogger-track-predstavlyaet-reyting-top-10-bloggerov-dlya-molodezhnoy-a/> (дата обращения: 30.04.2021).

канал под названием «ScienceVideoLab», цель которого — рассказать о науке с помощью видео. В нем представлена рубрика «Постскрипtum», в которой эксперты отвечают на вопросы зрителей. В ней участвует эксперт и два ведущих-модератора, координирующих процесс и зачитывающих вопросы пользователей, которые выводятся на экран на плашке. Нужно отметить, что любительская пресс-конференция записана с помощью сервиса для создания облачных конференций.

Также адаптированную под интернет-платформу пресс-конференцию можно увидеть и на YouTube-канале «Политехнический музей» в рубрике «Когда я вырасту»³⁰. Там в качестве героев выступают дети, которые отвечают на вопросы, выведенные на экран. При этом ребенок находится у себя дома, запись ведется с помощью видеозвонков.

На канале Александра Невзорова можно встретить такой жанр разговорных передач, как беседа, где ведущий часто затрагивает острые политические темы. В качестве примера приведем один из роликов, в котором Александр Невзоров в онлайн-формате встретился с лидером белорусской оппозиции Светланой Тихановской³¹. Темой обсуждения стала политическая ситуация в Белоруссии. Участники беседы обмениваются мнениями, ведущий периодически задает гостю вопросы. Встреча проходит на платформе для создания онлайн-конференций: герои находятся в разных локациях, мы видим, что ведущий сидит за ноутбуком. На итоговом монтаже картина получается скучной, но из-за небольшого хронометража (ролик идет 20 минут) и темы, представляющей общественный интерес, зритель не успевает устать от беседы.

У интернет-журнала «ПостНаука» также есть канал на YouTube, где в можно найти видеозаписи, относящиеся к жанру дискуссии. Например, в

³⁰ Политехнический музей // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/polytechnicum/videos> (дата обращения: 14.03.2021).

³¹ Александр Невзоров/Светлана Тихановская. Беседа // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5wLtw2WeBio> (дата обращения: 15.03.2021).

выпуске «Новости социологии: вера в науку и пандемические практики»³² участвуют три героя, которые обсуждают последние научные статьи, относящиеся к социологии. Ведущий является полноправным участником обсуждения, не только координирует программу, но и высказывает собственное мнение. Оно часто не совпадает с мнением приглашенного эксперта. Поскольку ролик также записан с помощью удаленной конференц-связи, во время спора создаются проблемы. Один герой перебивает другого, что вызывает сильные звуковые помехи — зритель слышит шум вместо речи. В такой ситуации участникам приходится выждать небольшую паузу, чтобы после дать возможность друг другу высказаться.

В течение всей передачи мы видим на экране трех человек. Ведущий использует для записи только веб-камеру, в то время как остальные используют для съемки дополнительное оборудование. Планы и ракурсы не изменяются, герои говорят довольно монотонно, поэтому уже через полчаса просмотра программа начинает восприниматься хуже, концентрироваться на том, о чем идет речь, становится все тяжелее.

Таким образом, с появлением платформы YouTube требования к видеоконтенту стали меняться. В интернете авторам предоставлена большая свобода действий — можно снимать что хочется и как хочется, не ограничивая себя ни в тематике, ни в формате, ни в хронометраже. На YouTube появляются не только любительские разговорные передачи, но и те, над которыми работали профессионалы, имеющие отношение к телепроизводству. Однако большая часть из этих программ не может появиться в эфире какого-либо телевизионного канала по разным причинам. К примеру, одни сняты недостаточно профессионально, другие сознательно нарушают требования, предъявляемые к журналистским материалам. При этом нельзя отрицать тот факт, что телевидение и интернет оказывают

³² Новости социологии: вера в науку и пандемические практики / Виктор Вахштайн в Рубке ПостНауки //YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2L5Dqv3Jiuo> (дата обращения: 15.03.2021).

существенное влияние друг на друга и находятся в постоянном сотрудничестве.

Таким образом, мы видим, что телесмотрение популярно среди российского населения, несмотря на многообразие контента, размещенного на видеоплатформах. Оно является основным источником информации для большинства жителей России, поскольку данный вид медиа очень удобен — он не требует усиленной концентрации внимания. Зрители вовлечены в передачу даже во время фонового просмотра благодаря эффекту присутствия, который является закономерным следствием коммуникативной природы телевидения. Он особенно важен в разговорных передачах, которые по своей природе менее динамичны, чем новостные. Создание эффекта присутствия в современных отечественных ток-шоу основано на опыте подобных передач советского и постсоветского периода. Сегодня разговорные передачи появляются не только на каналах, но и на интернет-платформах. Их производство несколько отличается от телевизионного, поскольку YouTube не предъявляет к программам строгих требований, авторы имеют большую свободу действий, часто внедряют интернет-технологии в создание медиапродукта, что нередко негативно сказывается на качестве контента. Однако в марте 2020 года схема производства телевизионных программ изменилась — она приблизилась к той, которую используют блогеры. То, как именно решались проблемы, возникшие перед телеведущими, будет рассмотрено в следующей главе.

ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ТОК-ШОУ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН

Процесс производства телевизионной программы принято разделять на три этапа: подготовительный (препродакшн), этап съемки экранного произведения (продакшн) и создание готового продукта с дальнейшим его распространением (постпродакшн). Во время пандемии коронавируса эта цепочка осталась прежней, однако внутри каждого отдельного звена произошли существенные изменения.

Формально журналисты по-прежнему создавали сюжеты, ведущие зачитывали в эфире новости или координировали общение участников ток-шоу, продюсеры искали героев, организовывали съемки и контролировали процесс производства программы в целом. После монтажа готовый продукт доходил до зрителя, выпускался под тем же названием, в нем участвовали хорошо знакомые аудитории лица. Но из-за новых условий технология производства программ изменилась качественно — вещателем пришлось заменить привычные инструменты съемки теми, которые прежде не использовались в телепроизводстве. В данной главе будет подробно рассмотрен каждый из трех этапов создания разговорной передачи, в которые с марта 2020 года были интегрированы новые технологии.

2.1. Подготовительный этап

Из самого названия этого этапа ясно, что он подразумевает собой подготовку к созданию телепрограммы — в первую очередь это выбор ее темы и идеи. Также на этапе препродакшена продумывается формат, в котором авторский замысел будет отражен наиболее точно. Затем создается сценарий, продюсер приступает к поиску героев. Поскольку в данной работе речь идет именно о разговорных передачах, рассмотрим специфику их разработки в условиях пандемии.

По мнению П. В. Гуленко и Ю. И. Долговой, ток-шоу являются одним из самых популярных и стремительно развивающихся форматов на

телевидении³³. С этим утверждением сложно не согласиться, поскольку, во-первых, их действительно смотрят — на сегодняшний день второй по популярности программой на «Первом канале» после музыкального конкурса «Голос. Дети» является ток-шоу «Пусть говорят», на «России 24» первое место занимает «Бесогон TV», а «60 минут» с Ольгой Скабеевой и Евгением Поповым — шестое на канале «Россия 1». Во-вторых, ток-шоу способны подстраиваться под требования инфотеймента лучше остальных телевизионных программ. Термин инфотеймент (от англ. information — информация и entertainment — развлечение) можно определить как тенденцию к соединению информационной и развлекательной функций телевидения. Современный зритель включает телевизор для того, чтобы отдохнуть после работы и при этом узнать что-нибудь новое. В связи с тем, что популярность фонового просмотра непрерывно растет, привлечь внимание аудитории к программам можно благодаря интеграции в них каких-либо развлекательных элементов.

Характерной чертой современных ток-шоу является трешизация (от англ. trash — мусор). Данный термин в отношении разговорных передач можно трактовать как склонность к обсуждению в эфире громких скандалов, подробностей чьей-либо личной жизни, а также аморальных поступков людей — то есть окружающая действительность демонстрируется в ток-шоу в неприглядном виде. Нужно отметить, что передачи, подверженные трешизации, призваны удовлетворять общественное любопытство, а не общественный интерес. Трешизация — закономерное следствие инфотеймента, одна из его граней.

Исходя из рейтинга популярности программ, опубликованного Mediascore, можно сделать вывод, что сейчас подобные ток-шоу востребованы. По данным фонда «Общественное мнение» за 2018 год, на вопрос о причине просмотра телевизионных программ россияне отвечали

³³ Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou> (дата обращения: 06.03.2021).

следующим образом: большинству респондентов это помогает ориентироваться в текущих событиях в стране. Вариант «расслабиться, отдохнуть, приятно провести время»³⁴ занял в рейтинге второе место. Следовательно, зритель включает телевизор, чтобы получить новую информацию и при этом отдохнуть после работы, учебы и др.

Современные ток-шоу сочетают в себе информационную и развлекательную функции, а потому действительно популярны и быстро адаптируются под запросы аудитории. По этой причине их производство не могло быть приостановлено на время пандемии, несмотря на множество технических сложностей, возникших при съемках из-за введенных ограничений. Зрители должны были по-прежнему видеть на экране ведущих, героев и экспертов, которые взаимодействуют между собой. Однако в новых условиях организовывать съемки в студии стало сложно. Технологию создания нужно было срочно менять. Задачу телеведущих в тот период можно сформулировать так: сделать все то же самое, но по-другому, главное — сохранить передачу.

На подготовительном этапе производства программы в первую очередь формулируется ее концепция. Как правило, она основывается на опыте уже существующих передач, чтобы соответствовать запросом аудитории и вызывать ее интерес. В данной работе автор исследует ток-шоу, концепция которых была определена еще до начала пандемии (выбранные передачи выходят в эфир не первый год). Однако способы ее реализации несколько изменились. Люди — главные структурные элементы разговорных передач — не имели возможности приехать на съемки. Тогда вещателями было принято решение внедрить в программы новые технологии — сервисы для создания облачных конференций (такие как Zoom, Skype, Microsoft Teams и др.). В рекламе «России 24», где собран коллаж из видео ведущих, сидящих дома, мы видим значок Zoom. Предположительно, именно этой платформой

³⁴ Как часто и зачем люди смотрят телевизор // ФОМ. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14029> (дата обращения: 30.04.2021).

пользовалась команда канала. Однако в материале Cosmopolitan о работе «России 24» во время пандемии автор пишет о том, что с ведущими связывались через Skype³⁵.

Ранее подобная технология использовалась только блогерами. На упомянутом ранее YouTube-канале «ScienceVideoLab» в рубрике «Постскрипtum» эксперты отвечают на вопросы зрителей, выходя в эфир с помощью программ для видеозвонков. В ролике «Человеком управляют инстинкты? Ольга Сварник» мы видим, что каждый из героев передачи находится у себя дома в наушниках, сидят перед камерой. При монтаже чередуются платы: сначала мы видим всех трех участников конференции, потом на экран выводится эксперт, отвечающий на вопрос.

При съемке гостей программы посредством удаленной конференцсвязи продюсеру необходимо заранее продумывать, в каком порядке в эфире будут размещаться окошки с видео участников, а также определить последовательность смены планов и решить, какими именно они будут. При необходимости продюсер может ввести в программу интерактивные элементы — своеобразные перебивки, чтобы зритель не уставал от однообразной картинки. В их качестве могут выступать архивные видеозаписи (при отсутствии возможности снять что-то новое) или любые другие видео, фотографии, картинки, презентации и так далее — выбор интерактивных элементов зависит от фантазии креативного продюсера.

Также на предварительном этапе могут быть разработаны игровые элементы передачи. Самый наглядный пример — серия интервью «Прямой карантин» Анастасии Ивлеевой, которая была записана во время самоизоляции исключительно с помощью прямых эфиров Instagram. Смысл заключался в том, что Анастасия Ивлеева и «приглашенная» звезда поочередно задавали друг другу вопросы. В случае неправильного ответа участника ожидало наказание. В эфире с Александром Гудковым ведущая

³⁵ В прямом эфире из дома: как телевидение ушло на удаленку // Cosmopolitan. URL: <https://www.cosmo.ru/koronavirus/society/v-pryamom-efire-iz-doma-kak-televidenie-ushlo-na-udalenu/> (дата обращения: 18.04.2021).

предлагала съесть четвертинку лука, три головки чеснока, столовую ложку горчицы, попробовать кошачий корм, разбить тарелку с криком: «Меня все достало, я устал так жить!», поцеловаться с пылесосом и т.д. Весь «реквизит» для наказаний исключительно домашний — таким образом Анастасия Ивлеева показала, что во время полного локдауна все оказались в одинаковых условиях. Конечно, на телевидении игровые элементы должны быть более формальными. Но так или иначе они способствуют разнообразию разговорной передачи, которая создается в домашних условиях.

В качестве объекта исследования автором было выбрано несколько ток-шоу телеканала «Россия 24». Обратимся к «5-й студии». Суть программы заключается в том, что ведущий обсуждает с гостями какую-либо общественно значимую тему. Участников передачи обычно двое или трое, включая ведущего. Часто бывает так, что они высказывают противоположные мнения по какому-либо вопросу и беседа перетекает в дискуссию. Помимо разговорной части есть и информационные сюжеты.

В подобных передачах ведущий выступает в роли модератора — задает тон разговору, регулирует процесс общения, подводит итоги сказанному. При перерастании беседы в дискуссию его задача состоит в том, чтобы не допускать оскорбительных высказываний гостей в адрес друг друга и в случае необходимости решать возникшие конфликты. Нужно отметить, что ведущий должен занимать третью, нейтральную сторону — становиться посредником между приглашенными гостями и зрительской аудиторией, выступать в качестве ее представителя. Однако это не всегда удается.

За несколько дней до введения жестких ограничений в выпуске «5-й студии» от 12 марта 2020 года под названием «Коронавирус и Антипартийная группа» ведущий Юрий Богданов сидел в студии и высказывал свое недоверие по отношению к пандемии. На эту тему вместе с ним рассуждали Евгений Спицын и Андрей Бакланов. Ведущий выражал свое мнение слишком навязчиво, чем вызвал острое недовольство зрительской аудитории. Программа вышла в эфир на канале, а позже была

опубликована на YouTube. В комментариях к видео зрители отмечали, что Юрий Богданов постоянно перебивает спикеров, «не дает сказать слова» и «хочет быть в центре внимания»³⁶.

При съемке передачи все герои передачи находились в одной студии и сидели рядом друг с другом. Интересно, что несмотря на пространственную близость героев, на итоговом монтаже не встречаются ни общие, ни крупные планы. Участников передачи снимают три разные камеры, после чего монтажер обрезает эти видео и вставляет их на один экран. Таким образом, мы всегда видим только средние планы трех человек, которые выстроены на экране в один ряд — ведущий в центре, спикеры справа и слева от него. Впоследствии этот же принцип будет применяться при создании программы на платформах для записи видеоконференций, где, кстати, такой подход к монтажу оправдан — при съемке на веб-камеру план и ракурс у всех участников только один.

С началом коронавирусных ограничений в России ведущим «5-й студии» все же пришлось поверить в пандемию, ведь на их работу она повлияла в наибольшей степени. На всей территории страны был введен карантин, во время которого людям нельзя было отходить от дома более чем на 100 метров даже при выгуле домашних животных, а пройтись без них можно было только до ближайшего продуктового магазина. Соответственно, приезжать на съемки в студию стало, во-первых, проблематично, во-вторых, опасно для здоровья. Тогда телеканал «Россия 24» принял решение, что ведущие будут выходить в эфир из дома, а с гостями будут общаться с помощью удаленной конференцсвязи. Помимо этого, у канала временно изменился логотип — в правом верхнем углу экрана появилась надпись «сидим дома».

Поскольку телеведущие и гости передачи стали подключаться к эфиру из собственных квартир, они лишились возможности работать с гримером и

³⁶ Е. Ю. Спицын на канале Россия-24 в программе "5-я студия. Коронавирус и Антипартийная группа"// YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7reSFDHF0hs&lc=UgzkCtCHRMzDsKAawGd4AaABAg> (дата обращения: 12.04.2021).

стилистом. За своим внешним видом в эфире теперь нужно следить самостоятельно. Однако не все гости программы являются медийными личностями, а потому могут не придавать значения тому, как они выглядят. Так как продюсеры связываются с участниками заранее, они должны объяснить им, как лучше одеться.

Особенно ответственно к внешнему виду должны подходить журналисты, работающие в кадре. Домашняя обстановка не располагает к ношению делового костюма, но при записи передачи участники обязаны соблюдать установленный дресс-код во избежание каких-либо проблем. К примеру, во время локдауна американский журналист Уилл Рив вышел в эфир программы «Доброе утро, Америка» без брюк. Это было незаметно до тех пор, пока на экране был объемный титр. После его исчезновения выяснилось, что журналист вещал из своей гостиной только в половине костюма (см. Приложение 2).

В одном из выпусков «5-й студии», записанном в период жестких ограничений 6 мая 2020 года, одежда ведущего тоже привлекла к себе внимание, хотя с ней связана менее курьезная история. В самом начале программы мы видим Стаса Натанзона в рубашке и пиджаке. Он приветствует телезрителей, представляется и зачитывает короткую подводку к дальнейшему разговору с Зинаидой Мутовиной, заведующей отделения ревматологии ГКБ №52. Перед тем, как перейти к интервью, Стас Натанзон говорит следующее: «Сегодня я решил позвонить, чтобы узнать, как обстоят дела в больнице»³⁷. Из этих слов зритель понимает, что разговор между ведущим и экспертом состоялся совсем недавно.

Любая телевизионная передача предполагает эффект присутствия, то есть в момент просмотра зритель как бы находится рядом со Стасом Натанзоном и ждет, когда тот позвонит врачу. В кадре, следующем за подводкой, мы видим ведущего, который общается с Зинаидой Мутовиной

³⁷ 5-я студия. Реанимация и отделения заполнены под завязку: врач столичной больницы о ситуации с коронавирусом // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Yc0qCNzO8&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsjgSIEbN&index=875> (дата обращения: 12.04.2021).

по видеосвязи. Казалось бы, все логично, но есть одно «но»: пиджак, в котором Стас Натанзон был несколько секунд назад, исчез. Более того, после окончания разговора, ведущий снова предстает перед зрителем в первоначальном виде. Эта незначительная, на первый взгляд, деталь играет в передаче огромную роль, поскольку именно из-за нее разрушается эффект присутствия. Зритель не видит своими глазами причину, по которой пиджак то исчезает, то появляется снова, возникает ощущение недосказанности. Становится ясно, что подводки ведущий записал в одно время, а звонок врачу — в другое, хотя должно складываться впечатление сиюминутности происходящего. Подобные нестыковки снижают уровень доверия аудитории.

В критический период, когда съемка программ происходила в режиме моментального обучения сотрудников, сохранять лояльность аудитории было особенно важно, чтобы та с пониманием относилась к недочетам телепродуктов нового формата. Однако непродуманные детали мешали этому. Подобных проблем можно было избежать, если бы продюсеры заранее обговорили с участниками разговорных передач вопросы внешнего вида.

2.2. Производственный этап

На этом этапе непосредственно проходит сам процесс создания передачи — к работе продюсеров подключаются осветители, операторы, гримеры, ведущие и т.д. Съёмочная группа реализует все то, что до этого существовало только на бумаге и было придумано на подготовительном этапе. Настраиваются осветительные приборы, камеры расставляются так, чтобы наиболее точно воплотить авторский замысел — снять кадры с подходящего ракурса и в нужной крупности. Ведущего гримируют, он проговаривает скороговорки, чтобы не допускать ошибок в словах в прямом эфире, читая текст с суфлера. Однако во время локдауна отработанная годами технология производства передач развалилась. Нужно было создавать программы в домашних условиях и без помощи команды — члены

съемочной группы находились в разных частях города (а иногда и мира). Теперь качество готового продукта во многом стало зависеть от одного человека, а не от съемочной группы в целом. Функции некоторых сотрудников перемешались, упразднились или слились воедино: к примеру, ведущим пришлось осваивать основы грима, работать в качестве осветителей и операторов помимо выполнения своей основной задачи.

Освещение

При съемке телепрограммы из дома ее участники, как правило, не имеют профессионального оборудования. Качество изображения зависит не только от камеры, но и от освещения. Неслучайно в лексиконе фотографов существует понятие режимного времени, обозначающее временной промежуток за час до и после заката или рассвета, в который получаются самые удачные снимки, так как яркость неба сопоставима с яркостью объектов фотосъемки. Поскольку телевидение возникло в результате гибридизации картинки и звука, изображение в нем крайне важно.

Снимать передачи при режимном свете не представляется возможным, в качестве альтернативы в телестудии используется мощное осветительное оборудование, благодаря которому ведущие и гости выглядят в кадре практически идеально. Однако Дж. Миллерсон пишет, что освещение на телевидении — «сплошной компромисс»³⁸. При съемке художественного фильма каждая отдельная сцена освещается так, чтобы кадр выглядел наиболее выигрышно. Очевидно, что работники телевидения такой возможности лишены, поскольку запись передачи ведется непрерывно, пересъемка практически невозможна (особенно если ведущий работает в прямом эфире). Цель освещения в данном случае заключается в том, чтобы сделать акцент на особенностях действия, передать атмосферу происходящего, показать героев в наиболее выгодном положении и при этом не усложнять работу съемочной группы.

³⁸ Миллерсон Дж. Телевизионное производство / Пер. с англ. под ред. Маковеева В.Г. М., 2004. С. 54.

Однако во время пандемии изображение, транслируемое в эфир, стало сильно отличаться от того, которое мы привыкли видеть. Картинка утратила четкость, лица участников порой было невозможно разглядеть — они либо слишком темные, либо засвеченные. В выпуске программы «Мнение» от 7 апреля 2020 г. качество видео эксперта настолько плохое, что черт его лица совсем не видно. Кроме того, его фигура выглядит так, как будто на видео наложили эффект мультфильма — контур одежды выделен черным цветом, а внутри этих границ халат героя размыт (см. *Приложение 3*). Подобные проблемы возникают из-за того, что качество техники участников передачи бывает очень низким. При покупке веб-камеры люди не рассчитывали на то, что через нее им придется подключаться к эфиру телепрограммы.

На съемках использовали то, что было под рукой — ведущие, например, вместо суфлеров ставили перед собой мобильные телефоны³⁹. Из осветительных приборов у них были либо обыкновенные, либо специальные кольцевые лампы. Иногда лампы не использовали, так как было достаточно дневного света. Однако качество «домашнего» изображения несравнимо с качеством студийного. Ведущие не обязаны быть профессиональными осветителями, поэтому в программах мы видим, что и их лица иногда бывают засвеченными (см. *Приложение 4*) или наоборот слишком темными (см. *Приложение 5*). И если выставить свет не всегда удастся даже ведущим, имеющим опыт работы на съемочной площадке, с приглашенными спикерами дело обстоит еще сложнее.

В качестве экспертов в программах часто выступают люди, далекие от телепроизводства. В связи с этим важно, чтобы на этапе предпродакшена продюсер, посоветовавшись с осветителем, объяснял гостю, как именно должна быть установлена лампа при записи видео. В «Интервью на „России 24“» мы часто видим примеры неудачного освещения у спикеров. Говорящий может сидеть в темноте с включенной настольной лампой, как

³⁹ В прямом эфире из дома: как телевидение ушло на удаленку // Cosmopolitan. URL: <https://www.cosmo.ru/koronavirus/society/v-pryamom-efire-iz-doma-kak-televidenie-ushlo-na-udalenu/> (дата обращения: 18.04.2021).

это было в эфире от 24 марта 2020-го, из-за чего на видео в левой части появляется большое световое пятно. На лицо гостя падают тени, подчеркивая все его недостатки. К тому же, из-за плохого освещения и низкого качества камеры видео получается сильно размытым.

Иногда герои при записи видео сидят спиной к окну в дневное время суток и при этом не включают дополнительные источники света. В результате лицо спикера получается настолько темным, что в некоторых частях интервью его невозможно рассмотреть (см. *Приложение 6*).

Проблема освещения не всегда заключается в недостатке света. Иногда кадры наоборот бывают переэкспонированными. В качестве примера можно привести «Интервью на „России 24“» с Тимофеем Ви (выпуск от 01.07.2020). Лицо гостя засвечено настолько, что лоб и щека сливаются в одно яркое-желтое светлое пятно (см. *Приложение 7*). Из-за этого усиливается «эффект отсутствия» — зритель понимает, что он никогда бы не увидел подобной картины своими глазами в реальной жизни.

Видеосъемка

На качество видео, записанного для той или иной передачи с помощью сервисов для создания облачных конференций, влияет не только свет. Как правило, пользователи транслируют свое видео через встроенную в ноутбук веб-камеру или камеру мобильного телефона. Эти гаджеты сильно уступают профессиональной технике.

Кроме того, приглашенные спикеры не всегда знают, как выбрать нужный ракурс для съемки. При использовании для выхода в эфир мобильного телефона человек может держать его слишком низко, из-за чего зритель видит героя не с самого удачного ракурса (см. *Приложение 8*). Избежать этого можно просто предупредив спикера о том, как именно должна быть расположена камера.

В разговорных передачах более позднего периода коронавирусных ограничений мы видим, что навык создания ток-шоу в домашних условиях у вещателей улучшился — уже в конце апреля 2020 года для записи видео

используется уже не только веб-, но и обычная камера (в том числе телефона), которая снимает говорящего с другого ракурса. Такой подход позволил разнообразить видеоряд несколькими планами.

Однако возникла еще одна проблема — поскольку спикеры устанавливают дополнительную камеру самостоятельно, они не всегда выбирают удачный ракурс. К примеру, в интервью с Андреем Костиным («Интервью на „России 24“» от 27.04.2020) мы видим, что герой поставил устройство таким образом, что на первый план попадает не он, а обложка папки, лежащей на столе. Спикер снят в профиль, находится не в центре кадра, его изображение искажено — съемка, предположительно, производилась на широкоугольную камеру мобильного телефона (см. Приложение 9).

Стоит отметить, что на видео попадает телефон, снимающий Андрея Костина в анфас. Это хорошо, поскольку кадр становится более фактурным, зрителю есть за что зацепиться взглядом — он не только слушает спикера, но и наблюдает за съемочным процессом. Кроме того, мы видим, что Андрей Костин при записи видео использует штатив. В интервью с Алексеем Немерюком («Интервью на „России 24“» от 22.04.2020) камера, снимающая героя, сильно дрожит. Очевидно, спикера снимает другой человек без использования штатива или стабилизатора.

Продюсеру следует заранее рассказывать гостю о том, где и как именно нужно размещать камеру перед выходом в эфир, а также объяснять, почему важно использовать штатив. Если штатива нет, то можно предложить альтернативу. К примеру, если съемка ведется на телефон, фотографы рекомендуют использовать в качестве подставки стопку книг, канцелярскую резинку, которой можно привязать устройство к бутылке воды, пакету с манной крупой и т.д. Рассказать гостю несколько правил съемки несложно, а в результате это может существенно улучшить качество его видео.

Декорации

Если в телестудии думать об окружающей обстановке не приходится, то перед съемкой из дома спикеру стоит помочь с выбором фона. Лучше, чтобы за спиной героя было что-то более интересное, чем пустая белая стена. Еще в 2004 году, задолго до пандемии, в книге «Телевизионное производство» Дж. Миллерсон писал, что «при неизменной точке зрения зритель свободно выбирает то, что кажется ему наиболее привлекательным»⁴⁰. В ток-шоу, записанных в конце марта и начале апреля точка зрения неизменна — спикера на протяжении всей передачи снимает только веб-камера. Зритель, ищет в кадре то, что больше всего интересует его в данный момент, то есть начинает рассматривать внешний вид говорящего или окружающую его обстановку. Эффектно смотрятся видео, записанные в кабинетах, но так как он есть в распоряжении не у каждого участника передачи, достаточно будет посадить героя напротив книжного шкафа. В то же время домашние библиотеки служат фоном для онлайн-выступлений так часто, что создается впечатление, будто спикеры и ведущие снимаются в одной и той же квартире.

Не лучшей идеей будет использование героем цифрового фона, предлагаемого сервисами для видеозвонков. В эфире «5-й студии» от 11 января 2021 года под названием «Выход за пределы разумного: эксперты о ситуации в США» один из экспертов сидел на фоне серых облаков, залитых солнцем. Очевидно, что это фотография. В телеэфире подобные модификации выглядят комично и разрушительно влияют на эффект присутствия. Для зрителя очевидно то, что спикер использовал цифровой фон. У аудитории может возникнуть недоверие к говорящему, ведь раз фон включен, герою есть, что скрывать.

Но если серая цветовая гамма облаков не сильно бросается в глаза, то яркие зеленые горы, синее небо и фиолетовые цветы, на фоне которых сидит Зарина Догузова в эфире программы «5-я студия» от 6 мая 2020 сразу же

⁴⁰ Миллерсон Дж. Телевизионное производство / Пер. с англ. под ред. Маковеева В.Г. М., 2004. С.

привлекают внимание не только зрителя, но и ведущего (см. *Приложение 10*). Стасу Натанзону удалось словесно обыграть такое решение героини, однако руководитель Ростуризма, одетая в строгий костюм и сидящая на фоне райского сада, по-прежнему выглядела несколько легкомысленно. Нужно отметить, что для съемки Зарина Догузова помимо веб-камеры использовала дополнительную, на которой этого фона нет. При смене планов зеленые горы постоянно сменяются стенами кабинета, что разрушает эффект присутствия. К тому же, технология создания виртуального фона в приложениях для видеозвонков несовершенна и нацелена на бытовое использование, поэтому изображение спикера иногда сливается с картинкой. Героиня фактически находилась в VR-декорациях, однако объективная реальность все равно просачивалась в ее выступление из-за использования монтажером видео с другой камеры. Отсутствие единого стиля съемки выглядит не эстетично, а постоянная смена декораций отвлекает внимание зрителя.

Также перед записью стоит предупредить гостя о том, что на фоне не должно быть каких-либо движущихся объектов, которые могут отвлекать зрителя. В «Интервью на «России 24» с Юлией Ефимовой (эфир от 16.04.2020) за спиной героини в глубине комнаты качались воздушные шары. Во время просмотра зритель невольно рассматривает окружающую спикера обстановку, но как только он замечает движущийся объект там, где его быть не должно, внимание переключается с главного на второстепенное. Человек не слушает говорящего, а пытается понять, двигаются ли шары сами по себе или их кто-то трогает.

Звук

В последнее время звуковые средства экранной выразительности приобретают все большее значение, поскольку у зрительской аудитории возрастает тенденция к фоновому смотрению. Если мы не смотрим телевизор, то мы его слушаем. Соответственно, звуковое сопровождение передачи должно заинтересовывать зрителя и удерживать его внимание. Для

достижения этих целей телекомпания закупают дорогое оборудование (особенно для съемок «в поле», где наиболее сильные шумовые помехи), чтобы запись была максимально четкой. Речь ведущих, произнесенная в студии, должна доходить до зрителя без искажений, так, как он мог бы услышать ее своими ушами при непосредственном живом общении. Если это условие соблюдено, то у зрителя создается впечатление, будто бы участники передачи находятся в его комнате и разговаривают с только ним, рассказывают новую информацию специально для него. Результат — эффект присутствия усиливается.

Иногда при прямом включении корреспондента из какой-либо точки мира возникают неполадки, ведущий и аудитория не слышат репортера. Чаще всего причина заключается в проблемах с соединением. Ведущий объясняет ситуацию — не слышим корреспондента из-за проблем с техникой, попробуем связаться с ним позже. Непонимание проходит, зритель готов ждать, настроен на получение другой информации.

Однако во время пандемии подобные инциденты стали возникать намного чаще. Объяснить их зрителю стало сложнее, поскольку сам ведущий находится вне студии и его интернет-соединение также может быть нестабильным. Такая проблема возникла в «Интервью на „России 24“» с Алексеем Немерюком (эфир от 22.04.2020). Спикер говорил дольше, чем было нужно, Юрий Богданов попытался его прервать. Если в студии это проходит почти незаметно, то в онлайн-режиме получилась накладка — из-за разной скорости передачи сигнала у участников программы ведущий дважды перебил спикера. Юрий Богданов сказал фразу, которая искажала смысл слов Алексея Немерюка, тот попытался его поправить, но из-за технических неполадок сделать это не удалось.

При просмотре этого момента интервью зритель испытывает чувство неловкости за ведущего, ведь журналист выступает в качестве посредника между собеседником и аудиторией. Получается, будто бы сам зритель перебивает спикера и отказывается слушать его объяснение. Кроме того,

факт, что из-за ведущего мы так и не услышали поправку Алексея Немерюка, вызывает раздражение.

Еще одной проблемой стало то, что в программе речь эксперта дублируется на фоне. Это могло произойти из-за того, что у остальных участников конференции были включены микрофоны. При прослушивании записи приходится напрягать слух, что мешает зрителю воспринимать информацию привычным образом, не прилагая усилий.

Аудитория обращает внимание на то, что качество звукового сопровождение передач, снятых во время пандемии, снизилось. В комментариях под видео на YouTube канале «России 24» один из зрителей пишет: «Ну вы только микрофоны в фольгу там не завертывайте, не надо настолько домашний звук делать»⁴¹.

Часто бывает так, что речь нескольких участников одной передачи передается с разной громкостью. Это зависит от устройства, с которого подключается спикер, удаленности микрофона от источника звука, его технических характеристик, а также качества интернет-соединения. При записи передачи в студии такой вариант развития событий невозможен. Однако в «домашних» программах эта проблема встречается часто. Постоянные перепады звука напрягают слух и разрушают ощущение присутствия на месте событий.

Звуковой контраст трижды возникает в эфире «Интервью на „России 24“» от 27 апреля 2020 г. Ведущая зачитывает подводку через беспроводные наушники: звук приглушенный, голос нечеткий. Нет ощущения направленности голоса, он рассеивается, превращается в шум. Когда в кадре появляется журналист, проводивший интервью, качество звука резко становится телевизионным — громким и четким. Очевидно, что для записи звука и видео используется профессиональное или полупрофессиональное устройство.

⁴¹ "Сидим дома 24": ведущие выходят в эфир из квартир - Россия 24 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YilW0d8CINs> (дата обращения: 18.04.2021).

В то же время из-за разницы в оборудовании ведущего и журналиста переход от подводки к интервью получается очень контрастным. Сначала мы слышим рассеянный глухой голос, через секунду — четкий и звонкий.

Перепад слышен и в третий раз, когда на вопрос репортера начинает отвечать спикер. Он не использует микрофон и наушники, находится в просторном помещении (судя по видео, оно явно больше кабинета журналиста), а потому звук, записанный на телефон или другое устройство, плохого качества. Речь Константина Костина нечеткая, она скорее похожа на фоновый шум. Контраст усиливается за счет того, что журналист периодически вставляет свои реплики и задает вопросы, а спикер на них отвечает. Решить эту проблему можно, если на итоговом монтаже специалист постарается выровнять звуковую дорожку.

Эффект присутствия разрушается, поскольку для зрителя очевидно, что интервьюер и интервьюируемый находятся в совершенно разных местах, коммуникация их опосредована. При фоновом просмотре зритель может отвлечься и не увидеть того, что происходит на экране, не обратить внимание на разные кабинеты участников передачи. Но разницу в воспроизведении звука он заметит в любом случае.

Случается так, что герой подключается к эфиру с улицы, а не из какого-либо помещения. Это неудачная идея, поскольку стандартные звукозаписывающие устройства не оборудованы ветрозащитой. Даже в хорошую погоду микрофон наушников или телефона вместе с голосом будет записывать шумы. При сильном ветре речь спикера разобрать особенно трудно. В одном из интервью на «России 24» герой выходил в эфир с улицы в ветреную погоду, из-за чего слушать его было практически невозможно. Чтобы разобрать хоть слово, нужно сильно напрячь слух, параллельно с которым напрягается и нервная система. Зритель скорее переключит канал, чем будет мучиться, поэтому важно заранее объяснить спикеру, почему не стоит выходить в эфир с улицы, а если это неизбежно, то объяснить, как это сделать с минимальными звуковыми потерями.

Выход в эфир

При подключении к онлайн-конференции, которая будет транслироваться на телеэкраны, важно качество соединения. При низкой скорости интернета есть риск того, что звук будет западать, картинка — виснуть, из-за чего коммуникация между участниками программы (или между участниками и зрителями) может не состояться. Бывает так, что расслышать слова говорящего очень сложно. Например, в разговоре с военным корреспондентом «Комсомольской правды» в эфире программы «60 минут» от 28 августа 2020 года на первой минуте у героя западает звук, из-за чего фраза «офицер под прикрытием» звучит как неперевожимая игра слов. Понять, что именно сказал спикер, можно только переслушав этот кусок интервью несколько раз. Разумеется, телезритель такой возможности не имеет, а без этой фразы суть обсуждаемой проблемы не совсем ясна. Учитывая, что аудитория тяготеет к фоновому смотрению, внимание зрителя будет утеряно, если он не поймет, о чем идет речь в передаче.

В результате мы видим, что при производстве ток-шоу в домашних условиях у телеведущих возникла масса проблем даже с простейшими техническими элементами, которые раньше не привлекали к себе внимания. Это неудивительно, ведь полный локдаун — случай беспрецедентный, у съемочной группы не было возможности набраться опыта для создания передач в онлайн-режиме. Каждому ее участнику пришлось выполнять функции, с которыми они не сталкивались ранее.

Область ответственности продюсеров расширилась, поскольку им нужно было воссоздавать передачи с нуля, придумывать, как связаться с гостями и сделать передачу интересной. Объем работы возрос и у монтажеров, ведь теперь они должны создавать программу из минимального количества материала и делать это максимально качественно. Особенности монтажа телепрограмм, снятых в период жестких коронавирусных ограничений и другие элементы постпродакшена будут подробно рассмотрены в следующем параграфе.

2.3 Заключительный этап

Заключительный этап производства телепрограмм во время пандемии формально не изменился: отнятый материал по-прежнему нужно отсматривать, выбирать самые удачные кадры, монтировать видео и доводить готовый продукт до зрителя. Однако если рассматривать этот процесс более детально, становится ясно — это сложнее, чем кажется на первый взгляд.

Телеведущим пришлось менять привычную схему монтажа программ, поскольку изменилось качество и количество исходных материалов — операторы лишились возможности работать в прежнем режиме, снимать интересные видео, подходить к процессу творчески. Более того, участникам разговорных передач пришлось снимать себя самостоятельно.

Ток-шоу, созданные в период пандемии коронавируса, отличаются от студийных тем, что они имеют специфический монтаж. При записи видео через сервисы для создания онлайн-конференций в передаче отсутствует многообразие планов и ракурсов. По этой причине ток-шоу становятся менее динамичными. Участников видеоконференции в начале пандемии снимает только одна веб-камера и только с одного ракурса, поэтому монтировать такие кадры, соблюдая все правила, невозможно. Записывать конференцию в Zoom можно в двух режимах — открыв вид докладчика (на экран выведено лицо говорящего) или вид галереи, в котором отображаются все подключившиеся участники. Разговорные передачи, созданные в конце марта — начале апреля 2020-го, ограничивались использованием этих двух планов.

В мае 2020 года схема несколько усложняется. В программе «Диалог» на «России 24» вышло всего два выпуска, записанных по видеосвязи, которые были выпущены 5 и 22 мая. Их технология производства не отличается друг от друга. На экран выводится преимущественно вид галереи — слева расположено видео гостя, справа — ведущего, а разделяет их узкое

синее поле. Вид галереи разбавляется и «крупными» планами — время от времени видео говорящего разворачивается на весь экран. Поскольку выпуски были сняты в начале мая, уже был известен способ разнообразить видеоряд посредством съемки не только на веб-камеру, но и на какое-либо дополнительное устройство. Эта технология используется в обоих «коронавирусных» выпусках «Диалога», а также и в других передачах, выходящих в эфир с мая по настоящее время.

Если сравнить ток-шоу, созданные с помощью онлайн-сервисов, можно заметить, что единой технологии монтажа у них нет. Программы, снятые по одному принципу даже на одном телеканале, сильно отличаются друг от друга. Если в «Диалоге» мы видим в кадре только видео двух участников передачи, то в «5-й студии» рассказ сопровождается дополнительным видеорядом по теме.

Например, в эфире «5-й студии» от 6 мая 2020 года Стас Натанзон задает вопросы врачу, работающему в красной зоне. Видео гостя транслируется в правом окошке, в левом показаны кадры из больницы. Благодаря этому решению зритель не устает от речи героини, потому что его внимание переключается на действия, происходящие в красной зоне. Пока врач описывает свой рабочий день словесно, аудитория рассматривает кадры в левой части экрана и понимает, о чем говорит героиня.

Однако видеоряд и рассказ не синхронизованы. Они записаны в разное время, поэтому рассказ героини не всегда совпадает с тем, что транслируется в эфир. Иногда возникает вопрос: «Зачем мне вообще это показывают?». Но очевидно, что в сложившихся условиях коронавирусных ограничений подобрать видеоряд, полностью соответствующий мысли гостя, было невозможно. По этой причине видео из больницы и видео врача транслируются одновременно, не перекрывая друг друга. Текст героини не может быть использован в качестве закадрового, поскольку он не дополняет видеоряд. Зритель бы попросту ничего не понял.

Начиная с середины мая 2020 года, мы видим, что ведущие стали возвращаться в студию. 12 мая ведущий «5-й студии» Стас Натанзон снова вышел в эфир на фоне хорошо знакомых зрителям декораций. Качество звука и видео улучшилось в несколько раз. Однако использование профессиональной техники усилило контраст между качеством записи ведущего и героя, поскольку с экспертами по-прежнему связывались по видеосвязи. В предыдущем параграфе в качестве примера звукового контраста было приведено «Интервью на „России 24“» от 27 апреля 2020 года. В «5-й студии» эта проблема прогрессирует, поскольку зритель слышит четкую речь ведущего, видит качественное изображение, в то время как видео гостей программы по-прежнему остается «домашним».

Нужно отметить, что первый «коронавирусный» выпуск «Диалога» и выпуск «5-й студии» под названием «Реанимация и отделения заполнены под завязку: врач столичной больницы о ситуации с коронавирусом» выпущены с разницей в один день. Однако разница между ними очевидна, несмотря на то, что технология производства схожа.

Поскольку программы были сняты в начале мая, в них уже использовалось несколько камер для записи видео участников. В начале «Диалога» мы видим, как Сергей Кравцов идет в свой кабинет для того, чтобы подключиться к видеозвонку с Юлией Шойгу. В «5-й студии» Стас Натанзон впервые появляется в кадре, приветствуя телезрителей и зачитывая небольшую подводку.

Далее в «Диалоге» начинается разговор между Сергеем Кравцовым и Юлией Шойгу — мы видим два окошка с видео, снятыми на веб-камеры участниками передачи. Иногда окошко говорящего разворачивается на весь экран, иногда героев показывают в профиль, так как при записи используется дополнительная камера. Никаких других планов в программе нет, чего нельзя сказать о «5-й студии». После прочтения подводки Натанзон связывается с приглашенным гостем по видеосвязи. Но в кадре мы видим не только вид докладчика. Помимо веб-, в комнате ведущего установлены еще две

дополнительные камеры, снимающие его с разных ракурсов. Благодаря этому передача отчасти похожа на студийную. Планы динамично меняются, зритель наблюдает за съемочным процессом — в кадр попадает объектив фотоаппарата. Вид докладчика использует только спикер. Для того, чтобы зритель не смотрел только на «говорящую голову» слева от окошка с видео гостя идет видеоряд, записанный в больнице. В «Диалоге» никакого дополнительного видеоряда нет, в течение всей программы аудитория наблюдает исключительно за человеком в кадре, сидящим на одном месте. Такой подход к монтажу менее удачный, поскольку смотреть только на одних и тех же людей, снятых с двух ракурсов в одном и том же месте, скучно.

В «Интервью на „России 24“» от 22.04.2020 с Равилем Гайнутдиновым мы видим третий способ монтажа. Ведущую снимает только фронтальная камера, героя — только стационарная. Таким образом, в распоряжении монтажеров есть всего один план — средний. Однако благодаря удачному выбору спикером места съемки (обилие религиозной атрибутики в кабинете) картинка выглядит очень фактурно, предметы на столе яркие и привлекательные, их интересно рассматривать. То же можно сказать о внешнем виде героя. Он выглядит необычно, его хочется слушать, поэтому недостаток планов здесь не критичен.

Видео ведущей и гостя, как и в предыдущих двух программах, сначала показываются одновременно, конференция демонстрируется в виде галереи. Затем окошко с приглашенным спикером разворачивается на весь экран. Поскольку подсьемы не делал ни один из участников, в итоговом монтаже программа могла выглядеть скучно, но в интервью периодически транслируется дополнительный видеоряд по обсуждаемой теме, расположенный в окошке слева от спикера. Таким образом, это интервью оказывается более удачным, чем в «Диалоге», хотя оно снято раньше — опыта у съемочной группы, соответственно, было меньше.

С совершенно иным по монтажом мы сталкиваемся в программе «Формула власти» в выпуске с президентом Азербайджана Ильхамом Алиевым от 14 июня 2020 года. Программа вышла на месяц позднее тех, что были разобраны в предыдущих абзацах. Мы видим, что спикера снимают уже 4 камеры вместо одной. Ведущий по-прежнему использует две, но этого достаточно, поскольку он появляется в кадре реже спикера. «Формуле власти» в силу своего формата было не так уж сложно подстроиться под новые условия, поскольку сценарный план предполагает обилие всяческих вставок типа биографической справки, рассказывающей о жизни героя, множество архивных кадров по теме беседы, на которые наложен закадровый текст. Участников, сидевших в одной студии, иногда показывали на одном экране не общим планом, а в окошках с резной рамкой (см. Приложение 11) — так же, как теперь это делают во всех остальных передачах. Можно сказать, что у «Формулы власти» все было готово для создания программы в онлайн-режиме (резные рамки, например, не используются ни в одном другом ток-шоу, окошки с участниками размещены на синем фоне). Таким образом, сама передача не стала менее качественной после перехода из студии в программы для создания облачных конференций.

Однако, несмотря на все усилия съемочных групп, эффект присутствия на телеэкране все-таки разрушается — журналиста мы видим только в одной крупности, даже если видео снято с двух ракурсов. Качество изображения и звука несопоставимо с тем, каким оно было при работе с профессиональным оборудованием.

Таким образом, можно сделать вывод, что после внедрения в телепроизводство интернет-технологий разница между реальностью и передачей проявлялась особенно сильно. Коммуникация между тележурналистом и зрителем стала дважды опосредованной — экраном телевизора и монитором компьютера. Поскольку ведущие и герои входили на связь из разных точек и снимали видео с помощью веб-камеры, мы видели не самого человека, а только его запись. Для восприятия информации нужно

было внимательно слушать говорящего, как в случае с радио, потому что нет разнообразного привлекательного видеоряда. Но цель зрителя — все-таки посмотреть телевизор, а не послушать его, получить информацию в привычном виде. Однако делать это тяжело, ведь эффект отстраненности усилился.

Чтобы выяснить, как зрители относятся к передачам нового типа, автором был проведен опрос с помощью сервиса «Google Формы». Анкеты заполнили 122 человека, относящихся к разным возрастным группам (до 20 лет, от 20 до 30, от 31 до 45 и старше 45 лет). Участникам было предложено посмотреть отрывок из программы «Мнение», записанной с помощью видеозвонка, и далее ответить на несколько вопросов. В результате анализа полученных данных было установлено, что большинство респондентов (88,5%) предпочитает традиционные разговорные передачи, снятые в студии.

На вопрос «чем привлекательны студийные ток-шоу?» участники чаще всего отвечали, что «высоким качеством звука и видео». Вторым по популярности ответом стал «интересный видеоряд», третьим — «красивые декорации». Несколько респондентов предлагали собственные варианты. К примеру, некоторые зрители предпочитают студийные ток-шоу, потому что привыкли к такому формату. Встречались близкие по смыслу ответы: «больше взаимодействий между участниками телепередачи», «живой диалог между участниками», «живое общение интервьюера и интервьюируемого», «кажется, что не наиграно». То есть аудитория видит, что в «коронавирусных» ток-шоу каждый участник находится у себя дома, понимает, что острая дискуссия едва ли может завязаться между людьми, которые фактически не видят друг друга и не всегда хорошо слышат.

Также среди опрошенных 11,5% отдали предпочтение разговорным передачам, записанным с помощью Zoom, Skype и других платформ. Большинство респондентов считает такие ток-шоу интереснее, поскольку в них с помощью видеосвязи можно связаться с любым героем. Второй по популярности причиной стало желание аудитории взглянуть на квартиры

спикеров, третьей — возможность почувствовать себя участником видеозвонка. Однако, судя по результатам опроса, при просмотре студийной программы зрители намного чаще ощущают себя причастными к разговору.

Использование облачных конференций действительно позволило журналистам приглашать в передачи в качестве гостей и экспертов интересных личностей, которые не смогли бы приехать в студию физически из-за нехватки времени — мы видим, что некоторые спикеры выходят в эфир из собственных автомобилей (см. *Приложение 12*).

Кроме того, с помощью онлайн-платформы во время пандемии удалось записать пресс-конференцию президента РФ Владимира Путина со студентами. Учащиеся подключались к конференции из своих вузов. Видеоряд этой передачи был скучный, чаще всего зритель видел на экране галерею участников — множество маленьких окошек на экране компьютера, в центре которого чуть крупнее транслировалось видео Владимира Путина. Однако в таком формате пресс-конференции зритель получил возможность рассматривать сразу всех участников, а не только того, кто задает вопрос, как это было при записи в студии.

Таким образом, во время сложной эпидемиологической ситуации сервисы для удаленной конференцсвязи позволили людям перенести в онлайн-режим важные массовые мероприятия, на которых обсуждались социально значимые вопросы. Более того, интеграция этих сервисов в телепроизводство способствовала тому, что за процессом обсуждения могли следить и телезрители.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что на заключительном этапе производства разговорной передачи вещатели столкнулись с рядом проблем. Смонтированное ток-шоу, которое было записано по видеосвязи, уступало в качестве студийному. Задача монтажеров усложнилась, им нужно было собирать программу из небольшого количества источников. В то же время удаленная конференцсвязь позволила журналистам связываться с любым интересующим их героем, поскольку

подключиться к видеозвонку проще, чем приехать в телецентр. Эту возможность оценили и зрители. Однако в ходе опроса было установлено, что аудитория все-таки предпочитает студийные ток-шоу, несмотря на плюсы сервисов для создания онлайн-конференций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На самых просматриваемых отечественных телеканалах ток-шоу занимают лидирующие позиции по популярности среди населения, так как они удовлетворяют потребность аудитории в получении информационного и развлекательного контента. По этой причине после введения в стране ограничительных мер производство разговорных передач не могло быть приостановлено. В него были интегрированы технологии, которые ранее использовались только блогерами — неслучайно генеральный продюсер МТРК «Мир» Павел Корчагин назвал главными трендами 2020 года форматы zoom-конференций и «скринлайф»⁴².

Использование удаленной конференцсвязи в ток-шоу привели к существенному изменению — помимо объектива камеры и экрана телевизора между зрителем и журналистом возник еще и монитор компьютера, а это неизбежно привело к ослаблению эффекта присутствия.

В ходе работы автором были исследованы теоретические и аудиовизуальные материалы, проведен сравнительный анализ классических и «коронавирусных» ток-шоу, а также были установлены отличительные особенности разговорных передач, записанных с помощью видеозвонков. На основании полученных данных можно сделать вывод, что научная гипотеза исследования, заявленная во введении, подтвердилась. Специфика производства разговорных передач действительно связана с ослаблением эффекта присутствия, а важность продюсерской функции журналиста очевидно возросла.

Качество звука и видео в готовом медиапродукте значительно снизилось, так как при съемках не было возможности использовать профессиональное оборудование. Зрительская аудитория обратила на это внимание — в комментариях к ток-шоу, размещенным на YouTube-канале «России 24», встречаются замечания. Кроме того, проведенный опрос

⁴² Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента. URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html> (дата обращения: 08.04.2021).

показал, что студийная передача привлекательнее именно за счет высокого качества звука и видео. Помимо этого, аудитория считает, что общение героев, находящихся в одном павильоне, кажется более естественным и живым.

Поскольку коммуникация между зрителем и журналистом была дополнительно опосредована, объем работы продюсеров, сценаристов и всей съемочной группы в целом увеличился, так как помимо систематического выпуска программ они были озабочены преодолением беспрецедентных сложностей.

Телеканал «Россия 24» сумел быстро адаптироваться к новым условиям вещания. Решение оказалось весьма необычным — ведущие программ выходили в эфир прямо из дома и общались с гостями посредством различных сервисов для создания видеоконференций. Такой подход позитивно сказался на смысловом наполнении передач, однако спровоцировал усиление ощущения отстраненности. С одной стороны, главная задача была выполнена — зритель видел в кадре ведущего, слышал его речь, но с другой стороны, терялось чувство причастности к происходящему.

На основании проведенного исследования могут быть определены следующие критерии качества ток-шоу, записанных с помощью сервисов для создания онлайн-конференций. На готовый медиапродукт положительно влияют: грамотно выстроенный свет и композиция кадра, удачно выбранный ракурс, использование при съемке нескольких записывающих устройств, выровненная звуковая дорожка, интересный немультимедийный фон, устойчивое интернет-соединение и использование дополнительного видеоряда при монтаже.

Таким образом, при соблюдении вышеперечисленных условий «эффект присутствия» ослабляется в меньшей степени. Это достигается за счет качественной работы продюсера, ведь именно он связывается с участниками передачи и имеет возможность обсуждать с ними процесс съемки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М., 1978.
2. Борецкий Р. А. Беседы об истории телевидения. М., 2012.
3. Бровченко Г. Н., Райкин А. М. Беседы о профессии: из опыта работы автора документального телефильма. М., 2018.
4. Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. М., 2015.
5. Гуленко П. В. Истоки и генезис формата «общественно-политическое ток-шоу» <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/6/istoki-i-genezis-formata-obshchestvenno-politicheskoe-tok-shou/> (дата обращения: 06.03.2021).
6. Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата «ток-шоу». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou> (дата обращения: 06.03.2021).
7. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов. Под ред. М. М. Лукиной. М., 2010.
8. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М., 2008.
9. Крапенко И. И., Лобановская Е. Ю., Ельникова О. Е., Горборукова Л. С. Использование метода инфотейнмента в практике современного российского телевидения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-infoteynmenta-v-praktike-sovremennogo-rossiyskogo-televideniya/viewer> (дата обращения: 06.03.2021).
10. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М., 2000.
11. Маховская О.И. Телемания: болезнь или страсть? URL: <https://psyfactor.org/lib/makhovskaya.htm> (дата обращения: 03.03.2021).
12. Миллерсон Дж. Телевизионное производство / Пер. с англ. под ред. Маковеева В. Г. М., 2004.

13. Падейский В. В. Проектирование телепрограмм. Юнити-ДАНА, 2004. <https://bookree.org/reader?file=652136> (дата обращения: 08.04.2021).
14. Раззаков Ф. И. Скандалы советской эпохи. <https://www.e-libra.ru/read/188397-skandaly-sovetskoy-epohi.html> (дата обращения: 06.03.2021).
15. Саппак В. С. Телевидение и мы. М., 1988.
16. Телевизионная журналистика. Учебное пособие/Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. М., 2019.
17. Щепилова Г. Г., Круглова Л. А. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия // Вестник Московского университета. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/3/telekanaly-i-sotsialnye-seti-spetsifika-vzaimodeystviya/> (дата обращения: 06.03.2021).
18. Bernard M. T, Robert J. E. Television Talk // A History of the TV Talk Show. – University of Texas Press, 2002.
19. Wood H, Talking With Television: Women, Talk Shows and Modern Self-Reflexivity – University of Illinois Press, 2009.
20. Более 60% россиян смотрят телевизор почти каждый день, показал опрос // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20180514/1520486867.html> (дата обращения: 30.04.2021).
21. В прямом эфире из дома: как телевидение ушло на удаленку URL: <https://www.cosmo.ru/koronavirus/society/v-pryamom-efire-iz-doma-kak-televidenie-ushlo-na-udalenuku/> (дата обращения 18.04.2021).
22. Ефимович Е. «Россия 1» сохранила лидерство по аудитории среди вещателей. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/04/12/2019/5de6589e9a794701c99c8a5b (дата обращения: 30.04.2021).
23. Истомина М., Соболев С. У «Первого» доля второго. // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2017/12/12/5a2a56269a794726311185fb> (дата обращения: 30.04.2021).

24. Как часто и зачем люди смотрят телевизор // ФОМ. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14029> (дата обращения: 30.04.2021).
25. Колумнист Forbes: Трамп двумя руками разваливает все, что сделали его предшественники. URL: <https://smotrim.ru/article/2409927> (дата обращения: 25.03.2021).
26. 5-я студия. Выход за пределы разумного: эксперты о ситуации в США. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1Wp8W4-FJIg> (дата обращения: 20.04.2021).
27. 5-я студия. Коронавирус и Антипартийная группа. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7reSFDHFOhs> (дата обращения: 09.04.2021).
28. 5-я студия. Крокус Экспо станет госпиталем для больных с COVID-19 – Россия 24 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ezeMd9yrAyY&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsjslEbN&index=929&t=9s> (дата обращения: 13.04.2021)
29. 5-я студия. Путин провел совещание по поэтапному выходу из режима ограничений: мнения экспертов. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UgO2pj9kQ9o&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsjslEbN&index=930> (дата обращения: 11.04.2021)
30. 5-я студия. Реаниматолог рассказал, как переболел коронавирусом – Россия 24 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tWKWJkX5jMk&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsjslEbN&index=931&t=1283s> (дата обращения: 12.04.2021)
31. 5-я студия. Реанимация и отделения заполнены под завязку: врач столичной больницы о ситуации с коронавирусом. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Yc0qCNzO8&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsjslEbN&index=875> (дата обращения: 12.04.2021)
32. 5-я студия. Ситуация с коронавирусом в регионах, масочный режим и доплаты врачам: мнения экспертов. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZYNJHLVUCzY&list=PLLHjKKyQ4OaQM VymcglDhjd7FsJgSIEbN&index=924> (дата обращения: 01.05.2020).

33. 60 минут. Военкора КП приняли за агента ГРУ под прикрытием (Эфир от 28.08.2020). URL: <https://smotrim.ru/video/2217539> (дата обращения 25.03.2021).

34. 60 минут. Протесты в Белоруссии: технология запугивания может привести к гражданской войне. URL: <https://smotrim.ru/video/2214666> (дата обращения: 25.03.2021).

35. 60 минут. В преддверии местных выборов рейтинги Зеленского стремятся к нулю (Эфир от 28.08.2020). URL: <https://smotrim.ru/video/2217523> (дата обращения 26.03.2021).

36. Александр Невзоров/Светлана Тихановская. Беседа // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5wLtw2WeBio> (дата обращения 15.03.2021).

37. Диалог. Эфир от 05.05.2020. URL <https://smotrim.ru/video/2022157> (дата обращения 30.03.2021).

38. Диалог. Эфир от 22.05.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2149271> (дата обращения 30.03.2021).

39. Интервью на «России 24». Александр Борода. Эфир от 02.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011884> (дата обращения 21.03.2021).

40. Интервью на «России 24». Алексей Немерюк. Эфир от 22.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2018201> (дата обращения 15.03.2021).

41. Интервью на «России 24». Андрей Кириленко. Эфир от 21.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2017904> (дата обращения 15.03.2021).

42. Интервью на «России 24». Андрей Костин. Эфир от 27.04.2020. URL: <https://www.vesti.ru/video/2019786> (дата обращения 23.03.2021).

43. Интервью на «России 24». Михаил Иванов. Эфир от 24.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2008633> (дата обращения 23.03.2021).

44. Интервью на «России 24». Равиль Гайнутдин. Эфир от 22.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2018240> (дата обращения 23.03.2021).

45. Интервью на «России 24». Тимофей Ви. Эфир от 01.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011419> (дата обращения 21.03.2021).
46. Интервью на «России 24». Юлия Ефимова. Эфир от 16.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2016453> (дата обращения 15.03.2021).
47. Мнение. Эфир от 27.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2010023> (дата обращения 07.04.2021).
48. Мнение. Эфир от 30.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2010810> (дата обращения 07.04.2021).
49. Мнение. Эфир от 31.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011098> (дата обращения 02.04.2021).
50. Мнение. Эфир от 07.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2013460> (дата обращения 02.04.2021).
51. Новости социологии: вера в науку и пандемические практики / Виктор Вахштайн в Рубке ПостНауки // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2L5Dqv3Jiuo> (дата обращения 15.03.2021)
52. "Сидим дома 24": ведущие выходят в эфир из квартир - Россия 24 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YilW0d8CINs> (дата обращения: 18.04.2021).
53. Сенат. Эфир от 13.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2005015> (дата обращения 10.04.2021).
54. Сенат. Кредитные каникулы, поддержка безработных и сдача ЕГЭ. URL: <https://smotrim.ru/video/2012416> (дата обращения 10.04.2021).
55. Формула власти. Президент Азербайджана Ильхам Алиев. URL: <https://smotrim.ru/video/2195985> (дата обращения 13.03.2021).
56. Человеком управляют инстинкты? Ольга Сварник. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IxxTepGsOFI> (дата обращения 14.03.2021).
57. ABC News' Will Reeve Caught Without Pants on "Good Morning America" // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zv0ELvPE_eo&t=10s (дата обращения: 06.03.2021).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Среднесуточное число зрителей избранных телеканалов в декабре 2020 года

Канал/период	30-06.12.2020	07-13.12.2020	14-20.20.2020	21-27.12.2020
Россия 1	1363 тыс.	1350,5 тыс.	1387,8 тыс.	1374,8 тыс.
Первый канал	1168 тыс.	1122,4 тыс.	1141,7 тыс.	1166,1 тыс.
НТВ	968,9 тыс.	927,3 тыс.	1001,2 тыс.	955,7 тыс.
Россия 24	171 тыс.	180,9 тыс.	185,8 тыс.	183,4 тыс.

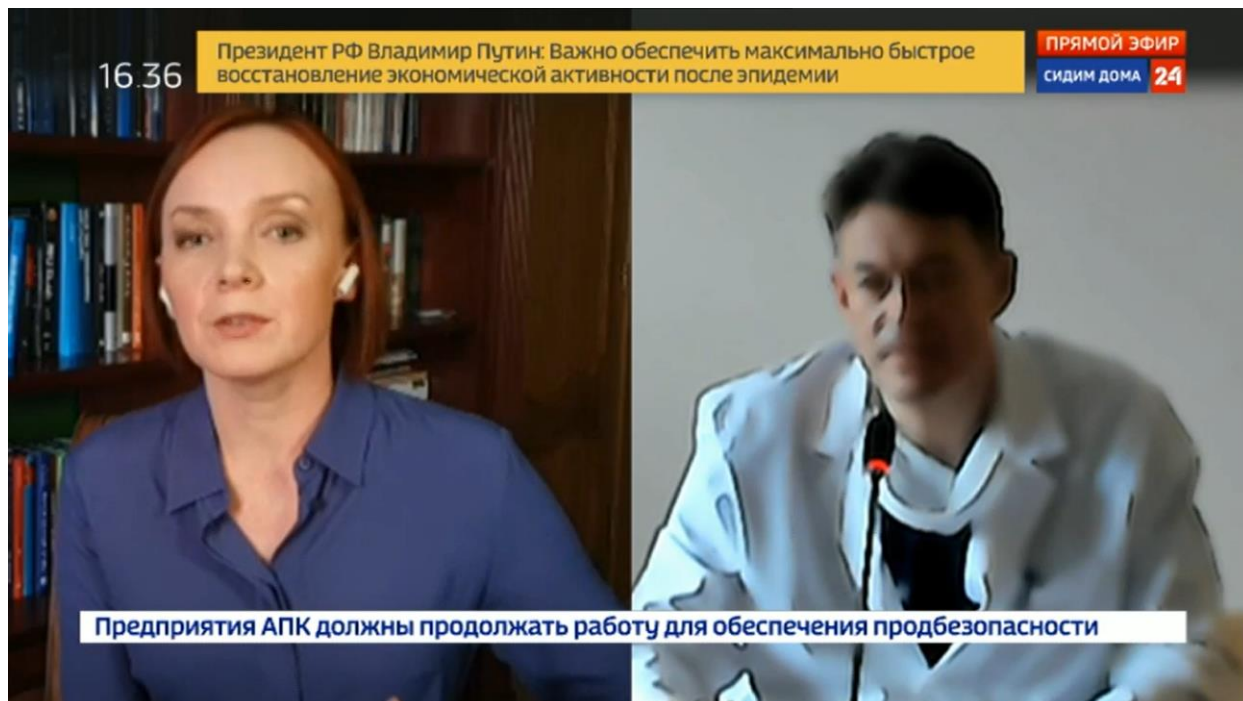
Источник: официальный сайт Mediascope. URL: <http://mediascope.net> (дата обращения: 26.04.2021)

Приложение 2. Уилл Рив в эфире программы «Доброе утро, Америка»



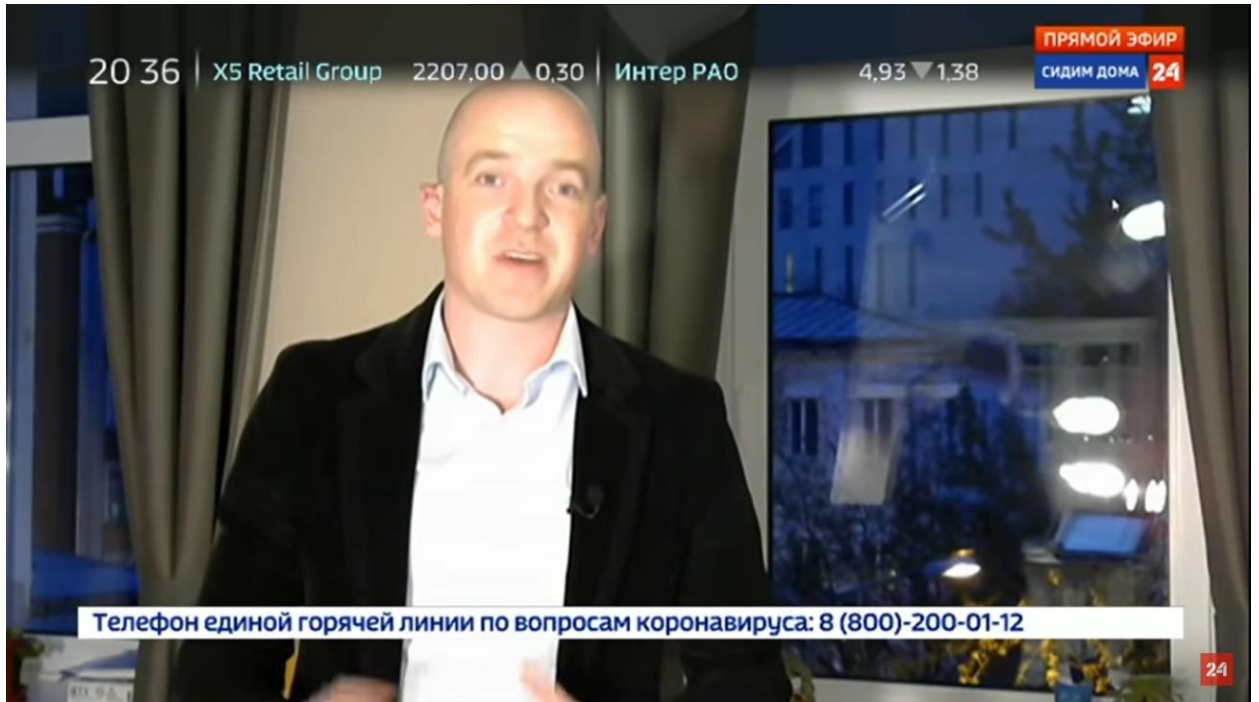
Источник: ABC News' Will Reeve Caught Without Pants on "Good Morning America"//
YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zv0ELvPE_eo&t=10s (дата обращения:
06.03.2021)

Приложение 3. Пример низкого качества видео героя программы



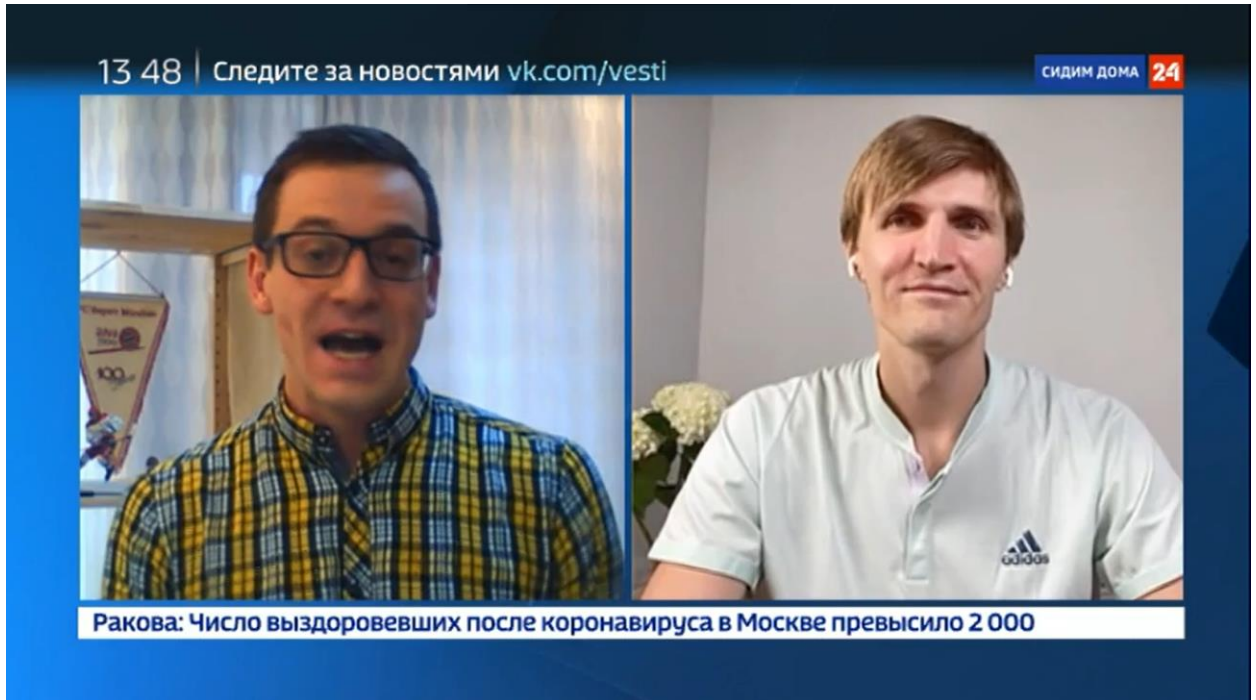
Источник: программа «Мнение» от 07.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2013460> (дата обращения: 02.04.2021).

Приложение 4. Пример переэкспонированного видео ведущего



Источник: 5-я студия. Реанимация и отделения заполнены под завязку: врач столичной больницы о ситуации с коронавирусом //YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Yc0qCNzO8&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsJgSIEbN&index=875> (дата обращения: 12.04.2021)

Приложение 5. Пример недостаточного освещения у изображения ведущего



Источник: Интервью на «России 24». Андрей Кириленко. Эфир от 21.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2017904> (дата обращения: 15.03.2021).

Предложение 6. Отсутствие у героя дополнительного источника света при съемке



Источник: Мнение. Эфир от 31.03.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011098> (дата обращения: 02.04.2021).

Приложение 7. Переэкспонированное изображение гостя



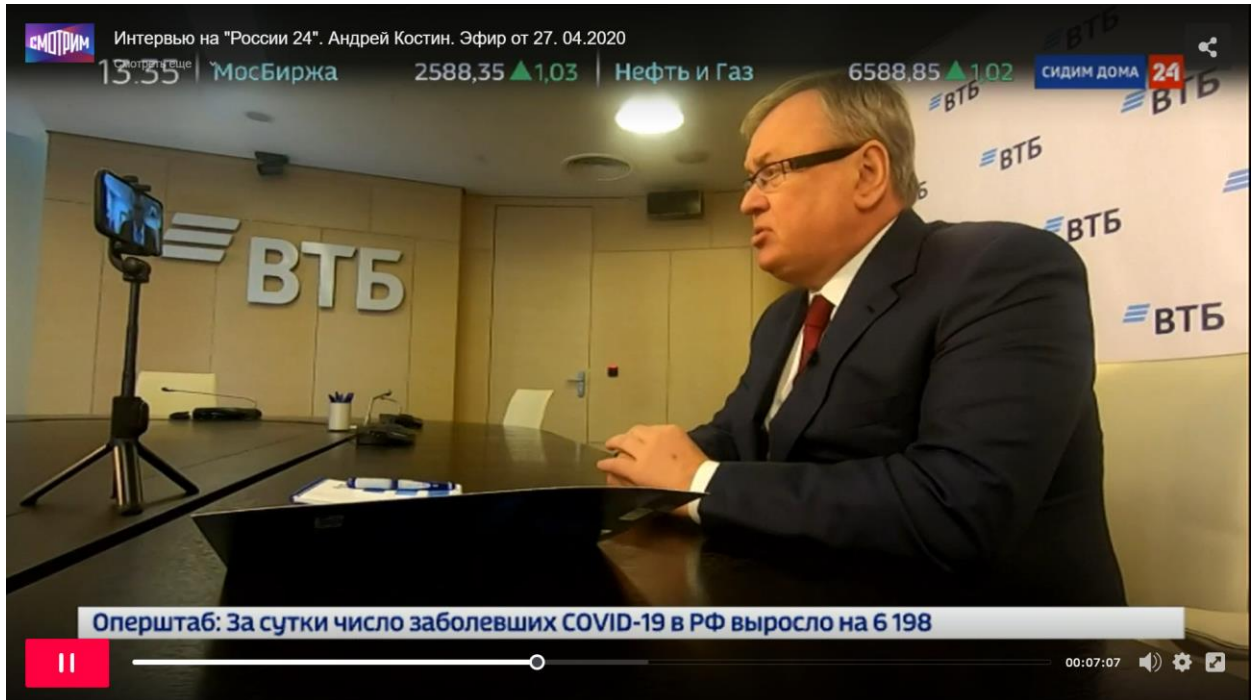
Источник: Интервью на «Россия 24». Тимофей Ви. Эфир от 01.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011419> (дата обращения: 21.03.2021).

Приложение 8. Пример неудачного ракурса героя



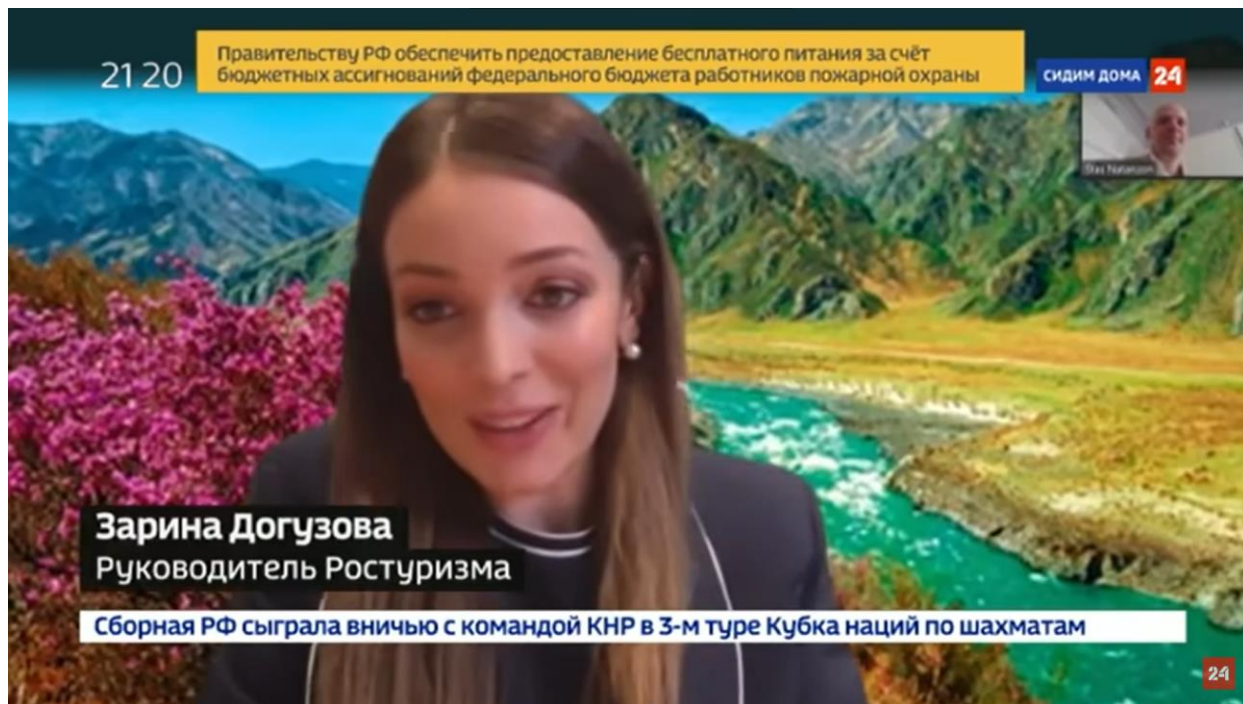
Источник: Интервью на «России 24». Александр Борода. Эфир от 02.04.2020. URL: <https://smotrim.ru/video/2011884> (дата обращения: 21.03.2021).

Приложение 9. Искажение изображения камерой телефона



Источник: Интервью на «России 24». Андрей Костин. Эфир от 27.04.2020. URL: <https://www.vesti.ru/video/2019786> (дата обращения: 23.03.2021).

Приложение 10. Использование спикером виртуального фона



Источник: 5-я студия. Реанимация и отделения заполнены под завязку: врач столичной больницы о ситуации с коронавирусом. Эфир от 06.05.2020 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Yc0qCNzO8&list=PLLHjKKyQ4OaQMVymcglDhjd7FsJgSIEbN&index=875> (дата обращения: 12.04.2021)

Приложение 11. Пример расположения окошка с видеозаписью спикера



Источник: Формула власти. Президент Азербайджана Ильхам Алиев. URL: <https://smotrim.ru/video/2195985> (дата обращения: 13.03.2021).

Приложение 12. Спикер выходит в эфир из автомобиля



Источник: 60 минут. В преддверии местных выборов рейтинги Зеленского стремятся к нулю (Эфир от 28.08.2020). URL: <https://smotrim.ru/video/2217523> (дата обращения: 26.03.2021).