

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Рост популярности уличного интервью

Научный руководитель – Сандлер Людмила Леонидовна

Заворотняя Мария Николаевна

Студент (бакалавр)

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: mari.zav@icloud.com

Уличное интервью – это непродолжительный опрос, проводимый в местах скопления людей. Его участником может стать любой прохожий. Такой вид интервью позволяет быстро получить достоверную информацию о целевой аудитории. В России данный метод начал применяться с 1989 г. российским социологом Леонидом Кесельманом, изучающим политическую ситуацию. Для исследования он выбрал очередь у пивного ларька. Л. Кесельман задал людям вопрос: «За кого вы будете голосовать на выборах?». Респонденты охотно рассказывали о своих предпочтениях. Это позволило исследователю сделать вывод о том, что улица – это то место, где могут быть собраны необходимые данные. [1]

Сегодня уличное интервью все больше набирает популярность, сложно найти человека, которому никогда не попадались ролики с названием: «Сколько стоят луки местных жителей». Короткие видео с опросом прохожих на табуированные темы набирают большое количество просмотров, поэтому мы решили исследовать причины популярности таких видео.

Одним из примеров служит видеоблог о жизни одной из самых дорогих улиц Москвы «Патрики ТВ». Стильная ведущая Анна Яким задает прохожим не самые скромные вопросы (про деньги, секс, личную жизнь), используя сленг, сниженную или ненормативную лексику. Съемка ведется в динамичном стиле, реакции респондентов яркие: от смущения до гордости. Такие видео затрагивают темы социального неравенства и потребительской культуры, их герои используют ненормативную и сниженную лексику, вследствие чего вызывают множество споров и набирают популярность.

Еще один видеоблог с уличными интервью – блог Элины Кондратьевой, основной идеей которого служит проверка жителей города на эрудицию. Вот несколько популярных рубрик: «Кто на фото?», «Фамильный блиц», «Рифма без мата». Такой формат видео позволяет зрителям, буквально за минуту, проверить свои интеллектуальные способности и способности других людей.

Уличные интервью позволяют зрителям увидеть «настоящего» человека с его личными историями и реальными эмоциями. Их ведущим не обязательно тщательно готовиться, достаточно природной харизмы и очарования. Они привлекают внимание аудитории и вызывают яркие эмоциональные реакции, не нагружают мозг глубоким анализом ситуации. При этом происходит формирование общественного мнения и нового имиджа - успешность любой ценой.

Итак, уличное интервью в последнее время трансформировалось из жанра с социально-политической тематикой в жанр с конкретно-потребительским содержанием, отражая жизнь состоятельной части общества.

Источники и литература

- 1) 1. Азимахунов А.А., Орешкина Н.А., Смыкова О.А. Оценка политической ситуации методом уличного интервью. Тамбов: Тамбовский государственный университет. 2012.