

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

И.Г. Ивашенко Е.Г. Ивашенко
« 30 » 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Специфика программ в жанре интервью на видеохостинге YouTube»

Исполнитель
студент группы 590-3б

29.06.2020
(подпись, дата)

Д.В. Полонец

Руководитель
доцент, кандидат
филол. наук

30.06.2020
(подпись, дата)

Е.Г. Ивашенко

Нормоконтроль

А.К. 29.06.2020
(подпись, дата)

К.О. Антонидина

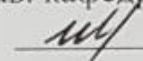
Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой



Е.Г. Иващенко

подпись

И. О. Фамилия

« 23 » 09 2019 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Положену Дианы Вячеславовны

1. Тема выпускной квалификационной работы: «Специфика программы в жанре интервью на видеокостинге «YouTube»
(утверждена приказом от 19.05.19 № 617-уч)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 16.06.2020 г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Жанр интервью; 2. Специфика интервью.
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____
7. Дата выдачи задания 23.09.2019 г.

Руководитель _____ выпускной квалификационной работы
Иващенко Е.Г., доцент, канд. филол. наук (фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 23.09.2019 г.



(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 66 с., 50 источников

ЖУРНАЛИСТИКА, НОВЫЕ МЕДИА, ИНТЕРНЕТ, ИНТЕРВЬЮ, «YOUTUBE», ЖАНР, СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА, ВЕДУЩИЕ, МЕДИА «ВДУДЬ», «А ПОГОВОРИТЬ, « АЛЁНА, БЛИН!».

Цель бакалаврской работы: выявить особенности жанра на видеохостинге «YouTube», на примере программ: «ВДудь» с Юрием Дудем, «А поговорить...?» с Ириной Шихман, «Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой.

Объект выпускной квалификационной работы: интервью в сетевых СМИ как медиажанр.

Предмет: специфика интервью на видеохостинге «YouTube» «ВДудь» с Юрием Дудем, специфика «YouTube» канала «А поговорить...?» с Ириной Шихман, канала « Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой.

Методологическая база исследования сформирована посредством изучения трех выбранных «YouTube» каналов «ВДудь» с Юрием Дудем, специфика «YouTube» канала «А поговорить...?» с Ириной Шихман, канала « Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой.

Для достижения поставленных задач, были применены такие общенаучные методы, как наблюдение, сравнительный анализ, дедукция.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Жанр интервью	8
1.1 История становления жанра интервью	8
1.2 Специфика интервью как жанра	14
2 Специфика интервью	30
2.1 Специфика интервью «ВДудь» с Юрием Дудем	30
2.2 Специфика интервью «А поговорить...?» с Ириной Шихман	44
2.3 Специфика интервью «Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой	52
Заключение	59
Библиографический список	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы обусловлена тем, что интернет-коммуникация – наиболее яркое проявление глобализации инфосферы. Она воплощает особенность современных информационных технологий, их интерактивный характер, что предполагает неформальность общения, способность самовыражения, модификацию жанров¹. Одним из наиболее распространенных как в традиционной публицистике, так и в современной интернет-коммуникации является жанр интервью.

Благодаря воздействию цифровых технологий сложившаяся система средств массовой информации трансформируется. Появляются новые субъекты медиа-пространства. Онлайн-ландшафт переживает серьезные изменения. Активно развиваются информационные ресурсы сети Интернет, среди которых на первое место по популярности выходят социальные медиа. Персонализируется процесс коммуникации, в результате классическая, привычная для нас журналистика приспособляется к новым коммуникационным моделям.

В течении долгого времени существование видеоблога отмечается как появление важного компонента интернет-коммуникации и необходимого прорыва в развитии масс-медиа последних десятилетий. Тем не менее, на сегодняшний день комплексного освещения в научной литературе это медиа ещё не получило. Актуальность данной темы обусловлена активным развитием этой практики, её стремлением всё больше и больше влиять на другие элементы визуальной культуры и трансформировать опыт коммуникации со зрителем на более глубоких уровнях. А также актуальность темы обусловлена недостаточной изученностью жанра интервью на видеохостинге «YouTube».

Степень изученности темы. Для написания работы мы будем использовать теорию исследователя С.Н. Ильченко. В учебном пособии «Интервью в журналистском творчестве» исследователь определяет интервью

¹ Андрианова Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах. М.: НикколоМедиа. 2018. С. 14-21.

как акт коммуникации, основанный на диалоге интервьюера и интервьюируемого.

Для написания данной работы мы обратимся к следующим исследователям интервью как жанра: Ю.В. Безбородовой, Е.С. Долгиной, Н. Ю. Бердышевой, А.А. Грабельникову, М.А. Весниной, И.Ивановой, С.Н.Ильченко, Н.В. Кодола, Л.Е. Кройчик, М. М. Лукиной и др.

- жанрового своеобразия интервью: Н. С., Андриановой, Ю.В., Безбородовой, Е.С., Долгиной, М.А., Вшивковой, А. И., Мулюковой, Н. А., Ахметьяновой, А.А., Тертычного, В. Л., Цвика, Э. Х. Шарапова и др.

Объект выпускной квалификационной работы: интервью в сетевых СМИ как медиажанр.

Предмет: специфика интервью на видеохостинге «YouTube» «ВДудь» с Юрием Дудем, специфика «YouTube» канала «А поговорить...?» с Ириной Шихман, канала « Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой.

Цель выпускной квалификационной работы: выявить особенности жанра интервью на видеохостинге «YouTube», на примере программ: «ВДудь» с Юрием Дудем, «А поговорить...?» с Ириной Шихман, « Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- изучить историю становления жанра интервью;
- изучить специфику интервью как жанра;
- охарактеризовать жанр интервью на каналах «Youtube», анализируя программы «ВДудь» с Юрием Дудем, «А поговорить...?» с Ириной Шихман и канала « Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой.

Для достижения поставленных задач, я применила такие общенаучные методы, как: наблюдение, сравнительный анализ, дедукция.

Эмпирическую базу составили исследования видеопрограмм на каналах «YouTube» : «ВДудь» с Юрием Дудем, «А поговорить...?» с Ириной Шихман, Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой за 2017-2020 годы.

Практическая ценность работы заключается в возможности применения полученных данных при разработке курсов по журналистике.

Теоретической базой исследования послужили теории изучения жанра интервью, истории становления жанра интервью и специфики интервью как жанра. Теоретическая ценность исследования связана с возможностью использовать его результаты при дальнейшем изучении жанра интервью на видеохостинге «Youtube».

Структура курсовой работы состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

1 ЖАНР ИНТЕРВЬЮ

1.1 История становления жанра интервью

Для подробного изучения темы вернемся к первоначальному определению интервью – интервью от англ. Interview – встреча, беседа. На время отойдем от самого термина и формы интервью (стандартное оформление – вопрос-ответ) в привычном для нас понимании. Вернувшись к истокам, рассмотрим саму форму диалога.

Диалогическая форма построения многих текстов имеет многолетние традиции и восходит к временам античности. Вспомним знаменитые беседы Сократа. «Ты Сократ, прекрасно спрашиваешь, мне и отвечать приятно» (Платон). Нельзя не упомянуть и о философских диалогах Платона, в которых раскрывались его видения. Геродот утверждал, что его «История» создавалась на основе знаний, «полученных путем расспросов, чтобы прошедшие события с течением времени не пришли в забвение». Однако зачастую эти беседы не предполагали обмена мнениями, репликами действительно ведущих диалог соавторов и персонажей. Эти беседы – предвестники будущего интервью.

Также мы рассмотрим возникновение в 1 веке до н. э. первых прообразов газет. Газеты, выпускавшиеся по указанию Юлия Цезаря - «Acta Senatus» и «Acta diurnal populi Romani». Предназначенные для них сообщения писали на досках покрытых гипсом, затем они вывешивались в общественных местах. В письменных копиях «Acta» рассылалась по городам и провинциям Рима. Однако для нас важнее не форма выпуска и не содержание, а люди, занимавшиеся сбором информации, «деурналисты». По некоторым данным, деурналистами были специализированные чиновники из сословия всадников. Сбор информации, как мы знаем, происходил именно с помощью диалога с жителями Рима, чиновниками и так далее. Собранная информация переносилась на гипсовые дощечки. Однако оформлялась она не в форме вопрос-ответ, а просто как новостной текст.

Термин «интервью» дословно переводится как беседа. Исторически интервью возникло в форме диалога. Обратимся к этимологии слова. Диалог в переводе с французского означает процесс общения между двумя собеседниками. Следовательно, диалог проявляется в общении и можно говорить, что интервью – это не только беседа, но и диалог. Таким образом, интервью возникает как следствие человеческого общения².

Сократ давно использовал интервью как метод сбора информации и применял его в своей жизни еще в древности. Пробразом современного интервью являются гендерные образования в 18 веке: разговоры и беседы. Однако они не предполагали обмен мнениями, репликами соавторов и в действительности разговорчивых персонажей. По большей части они обратились к читателю и подчеркнули желание автора вступить с ним в беседу.

Первоначально интервью было создано в форме диалога, и предполагало общение между людьми, обмен информацией, мнениями между ними. С такой точки зрения интервью было создано ещё в древности. С дальнейшим развитием журналистики интервью были обнаружены в Европе как метод в первых газетах, листках, а затем и в журналах.

Отличительными чертами интервью считаются актуальность для современной общественной, культурной, политической и экономической сфер; целеустремленность и деловитость³. Форма диалога берет свое начало с античности. Именно на основе диалога были построены философские трактаты Сократа и Платона. Платон в своих философских диалогах раскрывал свое мировосприятие. Тем не менее, нельзя говорить о возникновении интервью, как о времени возникновения речи.

Поэтому за основу появления диалога, а, соответственно, и интервью, следует считать время появления диалогического построения культурных

² Долгина Е.С., Веснина М.А. Интервью: понятие, цель, задачи, функции // Молодой ученый. 2017. № 7. С. 1109

³ Безбородова Ю.В., Долгина Е.С. Жанры газетной журналистики: Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 031300.62 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»); 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»). Нижневартовск, 2018. С. 21.

текстов⁴. Как диалогически построенный текст интервью существовал до XIX века. Начало этого столетия было ознаменовано появлением в печатных средствах массовой информации публикаций в форме «вопрос-ответ». Поэтому можно говорить о зарождении интервью как журналистского жанра именно в эту эпоху. В России окончательное формирование интервью как жанра приходится на середину XX века – советский период. В то время типичным было увидеть журналиста с блокнотом, задающего вопросы на определение показателей выполнения плана работы. Тем не менее, нельзя говорить о жанре интервью как о распространенном в советской печати. Интервью указанного периода по своему содержанию мало привлекало аудиторию из-за сухости изложения и штамповых слов. Поэтому этот жанр был непопулярен на страницах советской публицистики.

Благодаря появлению электронных СМИ в XX веке, диалогическое построение жанровых единиц вещания стало более распространенным. Диалог становится структурообразующим принципом организации разных жанров аудиовизуальной журналистики. Это подкрепляла теория литературоведа Михаила Бахтина, который ввёл в научный обиход во второй половине прошлого столетия термин диалогичности текста литературного произведения.

Еще в середине XIX в. жанр интервью не был распространен. Журналисты вели диалог с политиками и дипломатами, добывая информацию, но довольно редко ссылались на ее источник, ограничиваясь пересказом основного смысла бесед.

До середины 1870-х годов, высказывания интервьюируемых появлялись в публикациях только в виде прямых цитат.

Однако в последние десятилетия века интервью набирает популярность в США. В 1890-е годы это был один из самых распространенных жанров в газетах Нью-Йорка. Журналисты часто брали интервью у политиков: папы римского, членов британского и германского кабинета министров, иностранных визитеров.

⁴ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров. СПб., 2017. С. 52.

В конце века интервью получает распространение в Европе. Современник – британский журналисты говорили: «После 1900 г. англичанин начинает принимать интервью». Знаменитый британский журналист У. Стив в 1902 г. назвал интервью «характерным американским изобретением». Он посылал в Англию пробные образцы интервью, перенимая опыт американской прессы.

Применение жанра интервью, выстроенного по схеме «вопросы-ответы», вызвало перемены в статусе и восприятии журналиста и газеты: внимание читателей было привлечено уже не только к интервьюируемому, но и к личности интервьюера. До этого безликий журналист, отождествляемый читателем со своей газетой, в большей степени начинал приобретать собственное лицо, становился уважаемой общественной фигурой. Его сарказм, интеллект, ирония, навыки построить драматургию интервью, умение «выжать» из собеседника нужную информацию вызывали уважение читателя к личности интервьюера. Журналист, берущий интервью у весомых персон, показывал аудитории свою близость с могущественными людьми, повышая, таким образом, свой социальный статус.

Во время первой мировой войны необходимость пропаганды дала мощный толчок развитию интервью в Европе. В послевоенный период данный жанр становится очень широко распространенным в европейской прессе. К тридцатым годам XX в. интервьюирование стало достаточно развитой областью газетной журналистики, применяли разнообразные виды интервью.

Особенностью интервью является его двуадресность: интервьюер («субъект интервью»⁵), ссылающийся на своего получателя, например, собеседнику («объект интервью»⁶) создает публицистическую драму разговора, которая основана на восприятии будущего читателя.

Слово «интервью» появилось в печати в 1960–1980-х годах и было названо жанром, но стало терминологией позже. Данный смысл оно получило в России между девятнадцатым и двадцатым веками.

⁵ Самарцев О.Р., Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учебное пособие под общ. ред. Я.Н. Засурского. 2-е изд. М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2018. С. 507.

⁶ Там же. С. 507.

За последние десять лет интервью было в эпицентре лингвистических исследований (см., например, работы т. и. Попова, м. м. Лукиной, Э. М. Ножкиной, Е. И. Голановой и др.). Хотя его изменения по-прежнему мало изучены (ток-шоу, разговор за круглым столом, "специальное мнение"). Важно рассмотреть, чем роль интервьюера в привычном нам интервью отличается от роли интервьюера, ведущего в модификациях жанра. Классическое интервью-это устный (по радио и телевидению) или письменный (в газете, письменная форма второстепенная) текст.

В июне 1884 года писатель и драматург Оскар Уайльд занял пост главного редактора «The Women's World», журнала, посвященного «модам и платью»(как говорили в те времена). За те два года, что Оскар руководил редакцией, он успел привить на сухой английской почве то, что задолго до Дориана Грэя называл «одухотворением чувств» и научить людей просматривать записанные разговоры: именно в этот период в модных журналах появились первые интервью. Портные с Бонд-стрит и шляпники с Пикадилли доверяли секреты кроя, тайны выделки меха и навыки плетения кружев; каждый из них имел право поделиться своим взглядом на красоту.

Оскар Уайльду не было равных в диалогах того рода, где создание вселенной и сегодняшние события в гостиной у герцогини N. сплетаются в единой снисходительной улыбке. Удивительная память, под которой скрывались роскошь и нищета, разум и безумие всех эпох хранила знания разрозненные не систематизированные, знания получаемые индивидами особенно падкими на информацию. Одной дерзкой мыслью он собирал воедино грязь городского дна и великие исторические фигуры, мелкие уличные происшествия и эпохальные исторические события, воскрешал Оттона и Дамициана, Птатона и Цицерона...

Читательское общество вдруг услышало разговоры, которые ведутся в светских салонах и на обедах у премьер-министра. Благодаря ему, умело записанными сотрудниками Уайльда разговорам, большое количество людей получили доступ и вход туда, где ранее обитали только жены лордов и пэров.

Начала развиваться уличная мода, тогда зачастую копирующая или перерабатывающая тенденции аристократического стиля. Потом эти «очерки-диалоги» распространились во всей английской прессе, а когда они просочились в бастион вековых традиций – ежедневную лондонскую «The Times» ни у кого не осталось сомнений, что именно интервью привлекает внимание читателей больше всего, так как даёт возможность получать информацию из первых уст.

На протяжении следующих ста лет интервью занимало лидирующие позиции в лучших газетах мира. Большое количество Пулитцеровских премий вручались именно авторам интервью.

Начиная с XX века жанр стал наиболее популярным. Во время Первой Мировой войны необходимо было создать средство пропаганды. Это дало большой толчок в истории развития интервью.

В журналистике настоящего времени на первый план выходят информационные жанры. Традиционно к ним относят и интервью, жанровые особенности которого помогают читать, слышать и видеть то, что видел и слышал журналист-интервьюер, но как бы «из первых уст». Это и объясняет популярность данного жанра. Можно заметить разностороннее обогащение интервью новыми чертами, например чертами очерка.

В журналистике интервью исторически развивалось прежде всего в печатной прессе. Позже этот опыт переняли возникшие в XX в. радио и телевидение. На рубеже двух последних столетий интервью стало частым «гостем» разных сетевых ресурсов. Необходимо выявить сходство и различия интервью в разных типах и видах СМИ.

На сегодняшний день очевидно, что в интервью участвуют не только специалисты, но и простые люди. Очень важным в современных условиях считается расширение тематических рамок жанра. Спрашивают всех и обо всем.

Таким образом, интервью, как вид журналистского творчества, сформировалось благодаря становлению самой журналистики как инструмента

информирования общества, что повлекло за собой трансформации информационной функции всех видов СМИ в средство влияния на настроения, доминирующие в общественном сознании.

1.2 Специфика интервью как жанра

Жанр – это «общность художественных произведений, складывающаяся в процессе исторического развития искусства, на основе их самоопределения по предметному смыслу в результате взаимодействия гносеологической (познавательной) и аксиологической (оценочной) функций художественной деятельности⁷». Такое предварительное определение не исчерпывает всех аспектов жанровой дифференциации произведений искусства. Сложность заключается в том, что понятие «жанр» находится как бы вне любых морфологических систем и, одновременно, относится к любым её компонентам и системообразующим связям.

Например, Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский обозначают интервью как диалог журналиста и социально весомой личностью о текущих событиях.

Жанр СМИ – это способ презентации информации. Интервью как жанр определяется диалогической формой подачи информации. Согласно исследованиям И.В. Иванова, основными характеризующими признаками жанра интервью являются:

- направленность беседы на его распространение в СМИ;
- публичный характер беседы;
- респондент должен являться социально значимой личностью;
- прямой диалог собеседников;
- сложные вопросы и ответы;
- двуадресность – должен информировать и влиять не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя)⁸.

⁷ Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2018. С. 56.

⁸ Шостак Журналист и его произведение. М.:Инфра, 2019. С. 44.

С одной стороны, развитие цифровой среды поместило журналистику в ситуацию конкуренции с пользовательским контентом в соцсетях и видеохостингах. Аудитория весомых ведущих видеоблогеров набирает миллионы просмотров, обгоняя ведущие СМИ. С другой стороны, видеохостинги дали возможность профессиональным журналистам и брендам СМИ найти новую аудиторию вне общепринятых площадок. Существует определенное количество работ, предлагающих типологизацию разнообразного контента видеоблогов, однако чаще всего выделяются наиболее широкие группы⁹. В качестве оснований представляются цели создания, количество авторов, основная функция, тематика и др. В данный момент не существует единой типологической системы влогов с четким обозначением оснований. Причинами служат, прежде всего, огромная разнородность контента влогов, а также постоянно расширяющийся спектр тем и форматов.

В журналистике также существуют свои собственные жанры. Каждый из них имеет свою характеристику, отличающий его от других. К одним из важнейших и главных жанров относится интервью. Жанр интервью – наиболее распространенный вид беседы, направленный на сбор материала для новостей, шоу-программ.

Предложенная В. А. Лушиковым и М. В. Терских парадигма жанров видеоблогов во многом основана на концепции жанровой системы И. А. Текутьевой. Важно, что они не только выделяют языковые и стилистические особенности каждого из жанров, но и вносят в жанровую систему интервью – «жанр, который перекочевал из журналистики в видеоблогинг и стал его неотъемлемой частью» в 2017 г.¹⁰

Этот вопрос подробно рассматривался исследователями¹¹, не существует единых определений обоих понятий. Помимо этого, объемы терминов «жанр» и «формат» частично пересекаются и часто подменяют друг друга. СМИ всегда

⁹ Вшивкова М.А. Videоблог как средство коммуникации // Неделя науки СПбПУ : материалы науч. конф. с междунар. участием. Санкт-Петербург, 2018. С. 265-267.

¹⁰ Лушиков В. А., Терских М. В. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер: Общественные науки. 2018. № 14. Т. 4. С. 66.

¹¹ Бейненсон В. А. Развитие форматов и жанров медиакритики в условиях мультимедийности // Век информации. 2017. М.:Инфра, № 4. С. 51-57.

были инструментов влияния на общество, однако содержать их могло либо государство, либо крайне богатые люди, так как это очень затратно. Для успешного функционирования, например, телевизионного канала, нужен большой штат высококвалифицированных сотрудников, дорогостоящая техника, оборудование, камеры и передатчики¹². Также трудность в содержании СМИ состоит в необходимости получить нужные лицензии. Традиционные средства массовой информации находятся под строгим государственным контролем.

С появлением «YouTube» у людей, фактически, появилась возможность воплотить СМИ в одном человеке. Охват каналов на YT сопоставим с телевизионными каналами. При этом на данной видеоплатформе велик уровень свободы, нет строгой цензуры. У журналистов появилась возможность говорить на любые темы, освещать любые проблемы. Также есть возможность одному делать продукт, производством которого на телевидении занимается целая команда людей¹³.

Особую специфику имеют интервью разных видов СМИ. Как В. Л. Цвик справедливо подчеркивает, используемый тип интервью, когда респондент может назвать более чем журналист¹⁴. Интервьюер в традиционном интервью - это посредник между аудиторией и интервьюером. В классическом интервью журналист не вмешивается в ответ, не дополняет его, не комментирует, не высказывает свое мнение. Если же журналист в интервью так или иначе говорит больше чем собеседник, по словам А. В. Колесниченко – это признак отсутствия его квалификации¹⁵. По словам А.А. Тертычного: В современной теории журналистики интервью связаны с аналитическими жанрами, в зависимости от типа контента и цели самого интервью¹⁶.

¹² Сипко Е. С. Популярность влогов в информационном пространстве России // Учен. записки Крым. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Филол. науки. 2017. № 4. Т. 2 (68). С. 22-28

¹³ Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения: последствия трансформации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 6. С. 42-51.

¹⁴ Цвик В. Телевизионная журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. М: Проспект, 2019. С. 269-272.

¹⁵ Там же. С. 232.

¹⁶ Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>. (дата обращения: 10.03.17); ¹⁶ Борецкий, Р. А. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. (дата обращения: 17.03.17).

Период «оттепели» в отечественной журналистике можно считать рассветом жанра интервью. Этот период ознаменован снижением давления на средства массовой информации со стороны правительства страны. Еще большую популярность жанр интервью приобретает в перестроечное время. В наши дни интервью становится во главе всех жанров журналистике во всех средствах массовой информации. Понятие «интервью» в современной науке трактуется весьма широко. Исследователь С.Н. Ильченко в учебном пособии «Интервью в журналистском творчестве» определяет интервью как акт общения, основанный на диалоге между интервьюером и интервьюируемым¹⁷.

Основным назначением С.Н. Ильченко определяет получение информации, определенного мнения или суждения обвиняемого. Данное утверждение даёт нам право говорить о совпадении структуры жанра интервью как метода сбора информации¹⁸.

В.В. Ворошилов определяет жанр интервью как ответы определенного лица на вопросы журналиста, представляющие интерес; как диалог, не ограниченный лаконичными вопросами, а комментирующий ответы собеседника¹⁹.

Исходя из классификации, созданной М. М. Лукиной, можно разделить интервью на данные виды в соответствии с целями журналиста:

- информационное интервью (сообщение о событиях, фактах);
- интервью-расследование (глубокое изучение события или проблемы);
- интервью-портрет, или профессиональное интервью (акцент на одном герое, преуспевающим в сфере общественной жизни и привлекающем интерес широкой публики)²⁰.

А. А. Грабельников выделяет виды интервью так:

- интервью-диалог, где вопросы и ответы чередуются;

¹⁷ Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве: Учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2017.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Ворошилов В.В. Журналистика: учебник. М.: КНОРУС, 2017. С.176

²⁰ Лукина М. М. Технология интервью: Учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». СПб.: Искусство, 2018. С.147

– интервью-монолог, где в начале интервью журналист задает вопрос, определяющий тему беседы, далее следует обобщенный монолог интервьюируемого;

– интервью-зарисовка, дающая возможность интервьюеру не только задать вопросы, но и сформулировать мнение, оценить факты, о которых идет речь в беседе, и т.д.

– интервью-анкета представляет собой массовую разновидность интервью, это «своеобразная заочная беседа» с анкетирруемыми, опрос, обобщающий мнение общества²¹.

Интервью как метод сбора информации основан на данных социологического исследования, проводимого в личном контакте интервьюера и интервьюируемого. Таким образом, метод интервью является уникальным методом исследования в социальном изучении личности²².

В его основе лежит беседа между журналистом и героем материала, направленная на передачу актуальной социально-значимой информации. Обычно героями становятся интересные для потенциальной аудитории лица²³. Однако, неправильным будет использование жанра интервью только лишь для передачи слов собеседника. Интервью по своей цели обязано быть актуальным для современной общественной, культурной, политической и экономической сфер, актуальным и интересным для целевой аудитории²⁴.

Интервью как информационный жанр журналистики должен отвечать на вопросы «что? где? когда?». При условии ответов на вопросы «почему? зачем? каким образом?» интервью переходит в жанр аналитической журналистики²⁵. В зависимости от тематического наполнения интервью происходит определение журналистом интервьюируемого²⁶. Процедура интервью является трудоемкой:

²¹ Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М.: РИП Холдинг, 2017. 219 с.

²² Еремина Л.И. Диалогизация как способ построения публицистического текста. Стилистика русского языка. Жанрокоммуникативный аспект стилистики текста. М., 2018.С. 124.

²³ Тепляшина А.Н. Методологические основы жанрообразования в масс-медиа. СПб: Логос, 2018.С. 47.

²⁴ Свитич Л.Г. Феномен журнализма. М.: Аспект-Пресс, 2017.С.113

²⁵ Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб.пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2017.С.32

²⁶ Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 2018.С.325

от определения тематики, выбора места и времени проведения интервью до обработки результатов и публикации²⁷.

Преимущества интервью по сравнению с другими журналистскими жанрами можно дифференцировать: во время неформального разговора вы получаете исчерпывающую и достоверную информацию о ценностных мотивах респондента; способность контролировать ответ респондента и регулировать полученную информацию; построить доверие между интервьюером и интервьюируемым. Важным моментом при проведении собеседования является возможность корректировки графика собеседования.

Недостатками собеседования являются: затраты времени и материальные затраты, сложность подготовки; в привлечении компетентных специалистов для получения ответов на строго специализированные темы; стилистическая и лексическая составляющая интервью также может быть препятствием для общения между интервьюируемыми. вопрос анонимности респондентов; низкая оперативность. Эти недостатки не могут стать серьезным препятствием для работы интервьюера. Они склонны направлять журналистов на оптимизацию и совершенствование процедур интервью²⁸.

Поэтому для правильного проведения собеседования следует опираться на методы и приемы его проведения: подходить к выбору предмета собеседования компетентно; тщательно подготовить анкету, выбрать место и время интервью, чтобы способствовать неформальный разговор. Проводить собеседования по подготовленной анкете; обработать данные и оформлять интервью²⁹.

Таким образом, в интервью характерна неоднородность функций собеседника, которых мы привыкли называть "интервьюер" и "респондент". Интервьюер, обычно не вникает в активный диалог, не демонстрирует личные суждения, так как его задачей является осуществление возможности высказаться респонденту.

²⁷ Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2018.С.102

²⁸ Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2017.С.74

²⁹ Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М., 2018.С.63

Различные словари определяют понятие интервью по-разному. Обычно оно трактуется как общение представителя печати с кем-либо, кто представляет общественный интерес, по актуальным на данный период времени вопросам. «Интервью (англ. interview – беседа) – жанр публицистики, который представляет собой беседу журналиста с социально значимой личностью на актуальные темы»³⁰.

Интервью – прежде всего - диалог. Исследователь О. Я. Гойхман, утверждает, что диалог «как форма устной речевой коммуникации представляет собой общение двух субъектов посредством языка. Это процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей. Если кто-то из партнёров отказывается от своих реплик, то диалог превращается в монолог. Если оба отказываются, то, естественно, общение прекращается»³¹.

Исходя из содержательной составляющей, интервью условно можно разделить на 2 подвида:

- интервью-мнение;
- интервью-сообщение.

Сообщение преследует информационные задачи, уточняя факты и освещая их, тогда как основной задачей интервью-мнения является афиширование оценок, взглядов, суждений кого-либо.

Практически каждое интервью содержит элементы обоих видов, исходя из этого, классификация отражает доминирование одной из составляющих.

По предметно-функциональному признаку можно разделить интервью по таким типам:

- интервью мнений – самый распространённый и самый простой тип интервью, в котором респондентом может быть, как известная личность, так и простой человек, высказывающие своё мнение по какому-либо вопросу;

³⁰ Кодола Н.В. Интервью: Методика обучения. Практические советы: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 7.

³¹ Гойхман О. Я. Речевая коммуникация. М., 2018. С. 106.

– интервью с очевидцем. Это интервью с непосредственными свидетелями события. В этом случае журналист не должен мешать респонденту отвлекающими и наводящими вопросами, нужно просто дать человеку возможность высказаться;

– интервью-«конфронтация» – тип интервью, при котором применяется наступательная тактика ведения беседы, в ней нет места дружеским чувствам: задачей репортёра является приставить собеседника к стенке, заставить объясняться и оправдываться;

– интервью-пресс-конференция. Особенность этого жанра интервью – предварительная подготовка респондентов по определённым вопросам. Журналист может лишь получить комментарий, уточнение. Задачей журналиста является первым задать интересующий вопрос, пока его не задали другие репортёры.

По степени подготовленности героя интервью бывают следующими:

– психологическое интервью, его особенностью считается возможность респонденту выговориться. В этом случае репортёр может задавать наводящие вопросы.

– нестандартизированное интервью, в нём интервьюер заранее предлагает лишь тему беседы, предоставляя респонденту возможность высказываться в свободном ключе.

– полустандартизированное (фокусированное) интервью, перед которым производится предварительное обсуждение темы.

– стандартизированное интервью: в этом случае герою заранее известна тематика и формулировка вопросов для интервью.

Тот факт, что журналист берёт на себя роль ведущего в диалоге, осуществляет к нему некоторые требования.

Во-первых, респондент должен уметь расположить к себе человека, а именно, обладать знаниями по психологии общения. Вывести собеседника на разговор, вовлечь в дискуссию, получить в результате нужный объём и соответствующее качество информации – вот главная задача.

Её осуществление невозможно без наличия элементарных знаний по обсуждаемому вопросу. Значит, репортёр должен быть компетентным в обсуждаемой проблеме, внимательно и усердно готовиться к каждому интервью, изучать не только предмет будущего диалога, но и выстраивать план беседы с учётом психологических особенностей собеседника и деталей ситуации.

Исследователи телевизионной журналистики сходятся во мнении, что журналист может получить полезные знания при подготовке интервью из таких наук, как социология и психология и т.д. Однако, здесь требуется индивидуальный подход к каждому человеку. Именно поэтому психология помогает изучить основные типичные поведенческие характеристики людей с разными темпераментами и особенностями, что делает общение между журналистом и респондентом более продуктивным и успешным. В. Л. Цвик и Р. А. Борецкий рекомендуют использовать такие полезные идеи из эмпирической социологии: «Когда задают вопрос, следует избегать неоднозначных понятий³². основополагающие вопросы должны быть заданы в коротком и четком предложении, иначе респондент может забыть длинный вопрос и ответить лишь на его часть (обычно последнюю). Нужно формулировать вопрос, не предоставляя альтернативы, чтобы собеседнику не приходилось ограничиваться выбором между двумя возможными ответами³³.

У телеинтервью, как и у любого другого жанра, есть свои жанрово-стилистические особенности. Их, на мой взгляд, лаконично сформулировали Л. П. Шестеркина и Т. Д. Николаева:

- а) субъективизация повествования, выражающаяся в том, что:
 - 1) зрители оказываются свидетелями личного общения собеседников;
 - 2) диалог носит импровизационный, ярко выраженный личностный характер;

³² Борецкий Р.А., Цвик В.Л. Указ. Соч. С. 55.

³³ Там же.С. 56.

- живая речь отражает индивидуальные речевые особенности интервьюера и интервьюируемого;

б) наглядность и зрелищность речевого общения, заключающиеся в том, что телеинтервью:

1) проявляет уровень компетентности героя и журналиста в обсуждаемой теме;

2) обращает внимание телезрителей не только на содержание разговора, но и на речевую культуру, грамотное речевое поведение собеседников;

3) демонстрирует значимость невербальных элементов (мимика, жесты, внешний вид, позы, интонация, «язык» глаз, обстановка, в которой происходит разговор) в раскрытии обсуждаемой темы;

в) совместное творчество тележурналиста, собеседника и телезрителя становится условием высокой эффективности передачи: - интервьюируемый – главное лицо передачи;

1) спрашивать не легче, чем отвечать;

2) актуальная и значимая тема, выбранная журналистом и интересная зрителям, – ещё один критерий эффективности телепрограммы³⁴.

Несомненно, эти особенности выделяют интервью среди других жанров тележурналистики.

Интервью ставит перед собой вполне ясные и четкие задачи. По мнению исследователей Т. Д. Николаевой и Л. П. Шестеркиной, они заключаются в том, чтобы:

– сообщить о политических, социальных, производственных и иных задачах;

– рассказать о достижениях в разных сферах жизни людей;

– разъяснить более подробно уже известный всем факт;

– выяснить мнение разных людей по какому-либо вопросу;

– представить интересного человека³⁵.

³⁴ Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]. URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/shestjorkina.htm>. (дата обращения: 20.03.17).

³⁵ Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Указ. соч. С. 57.

Для решения разных задач будут подходить разные виды интервью.

В зависимости от контентного компонента интервью можно разделить на два типа:

- интервью-мнение;
- интервью-сообщение.

Сообщение выполняет информационные задачи и разъясняет факты. Основной задачей опроса мнений является публикация оценок, мнений и суждений.

Поскольку почти каждое интервью содержит элементы обоих типов, классификация отражает доминирование одного из компонентов.

Исходя из функциональной основы, собеседование можно разделить на следующие виды:

– интервью мнений – это наиболее распространенный и самый простой тип интервью, в котором респондентом может быть человек с мировым именем или случайный прохожий, который выражает свое мнение по конкретной проблеме;

– интервью с очевидцем. Осуществление с непосредственными свидетелями события. В этом случае репортер не должен вмешиваться в основные комментарии и вопросы респондента и давать ему возможность высказаться;

– интервью – «конфронтация» – это своего рода интервью, особенностью которого является оскорбительная тактика разговора, в котором нет места для дружеских чувств: журналисту приходится толкать человека к стене, объясняя его позволять и придумывать оправдания;

– интервью и пресс-конференция. Особенностью этого вида интервью является предварительная подготовка интервьюируемых к определенным темам. Журналист может получить только один комментарий, одно разъяснение. Работа репортера заключается в том, чтобы сначала задать интересующий вопрос, пока его не зададут другие журналисты.

Основываясь на статусе подготовки респондента, интервью проводятся следующим образом:

- психологическое интервью, особенностью которого является возможность для респондента высказаться. В этом случае репортер может задать важные вопросы;

- нестандартизированное интервью, в ходе которого интервьюер предлагает тему только впервые и дает респонденту возможность свободно говорить;

- полустандартизированное (сфокусированное) интервью, перед которым проходит предварительное обсуждение по теме;

- стандартизированное интервью: в этом случае респондент заранее знает тему и формулировку вопросов.

«Жанровый» подход – это анализ интервью как метода организации текста со своей собственной оригинальной структурой и формоопределяющими чертами. Интервью ранее относилось только лишь к информационным жанрам периодики, но в современной теории журналистики интервью относят и к аналитическим жанрам, в зависимости от характера содержания и цели этого самого интервью, об этом пишет А. А. Тертычный: «Жанр интервью является результатом «закреплённости» в журналистском тексте формы получения автором этого текста определённых сведений о действительности с помощью метода интервью. Как известно, сам по себе метод интервью относится не к теоретическим, а к эмпирическим методам. Очевидно, по этой причине и жанр интервью часто относят к информационным жанрам, базирующимся именно на информации, полученной в результате применения эмпирических методов исследования»³⁶.

На распространение интервью оказала сильное влияние демократизация общества. Появился интерес к личности, к собеседнику. По словам С. Г. Корконосенко, «специфика интервью как жанра заключается в том, что в его

³⁶ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>. (дата обращения: 01.06.20).

тексте внешне главенствует точка зрения не автора, а собеседника журналиста. При этом искусство интервью заключается в том, что аудитория всегда получает возможность соотнести взгляд публициста со взглядом его собеседника»³⁷. Даже несмотря на то, что в интервью есть две чёткие выделенные роли, это не отрицает возникновение спора во время беседы между собеседниками.

По словам исследователя С. Г. Корконосенко, российская журналистика, сохраняя верность традициям, берёт в себя всё наиболее продуктивное из журналистики западноевропейской и американской: «интервью захватило смысловые пространства очерка, перестав быть только лишь новостью из первых уст и явив несомненный интерес к личности собеседника».

В своём исследовании текстовых блогов В. Волохонский³⁸ выделяет следующие цели, преследуемые читателем:

- получение информации;
- развлечение;
- наблюдение за реакцией публики на те или иные действия;
- чтение ради социализации.

Для видеоблогов эти цели так же сохраняются. Таким образом, получение новой информации из видеоблогов стало достаточно популярным способом получать информацию об интересующем событии или предмете в формате «дружеского совета».

Основная мысль жанровой теории Томаса Шатца³⁹ заключается в том, что жанр определяется не столько визуальными характеристиками пространства фильма, сколько демонстрируемыми социальными конфликтами и действиями персонажей для их разрешения. Конечно, большое значение в определении

³⁷ Корконосенко С. Г. Основы творческой деятельности журналиста [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm> (дата обращения: 01.06.2020).

³⁸ Волохонский В. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet: сб. науч. тр. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. СПб.: СПбГУ, 2017. С. 117-131.

³⁹ “Our shared knowledge of the rules of any film genre enables us to understand and evaluate individual genre films, just as our shared knowledge of English Grammar enables me to write this sentence and you to interpret it.” / Schatz T. Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System, New York, 2019. P. 566.

жанра формируется также за счёт тенденции зрителя транслировать увиденные конфликты на свою жизнь и реальность.

Как считает сценарист и теоретик кино Роберт Макки⁴⁰, зритель давно стал главным экспертом в определении жанровой структуры фильмов. Все дело в том, что зрители приходят в кинотеатр уже с неким набором ожиданий, сформировавшихся жизненным опытом и опытом просмотра кино. В случае с видеоблогом ситуация схожа: в данный момент с точностью можно сказать, что существует жанровая система видеоблогов, выстроенная на том же принципе зрительских ожиданий, как в кино и на телевидение.

Кроме того, видеоблог считается одним из главных медиа-компонентов «Web 2.0». В своем материале⁴¹ Тим О'Рейли акцентирует внимание на значение механизма «прямой ссылки» в процессе общения между автором и пользователями. Таким образом, он приводит цитату автора одного из первых успешных веб-блогов «Web 1.0» Тома Котса: «На данный момент прямая ссылка кажется тривиальной функцией, но именно этот механизм превратил веб-блоги из феномена, характеризующегося простотой в публикации, в разговор параллельных сообществ. Впервые стало относительно легко указать на конкретный пост на чьем-то другом сайте и начинать об этом разговор. Вследствие этого запускается дискуссия, переписка, а в результате появляются общение и дружба. Механизм «прямой ссылки» был первой – и наиболее успешной – попыткой построить мост между разными веб-блогами»⁴².

Практика блога, оказывается систематизированным открытым разговором, происходящим в пространстве «Web 2.0», представляющим возможность присоединиться к нему любому.

⁴⁰ Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. М.: Альпина нон-фикшн, 2017. 456 с.

⁴¹ O'Reilly T. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2017. 30 September. URL: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=3>. (дата обращения: 01.06.2020).

⁴² "It may seem like a trivial piece of functionality now, but it was effectively the device that turned weblogs from an ease-of-publishing phenomenon into a conversational mess of overlapping communities. For the first time it became relatively easy to gesture directly at a highly specific post on someone else's site and talk about it. Discussion emerged. Chat emerged. And as a result friendships emerged or became more entrenched. The permalink was the first and most successful attempt to build bridges between weblogs". / O'Reilly T. 2018. P. 3.

Такой способ коммуникации масштабно воздействует на формирование поиска информации в целом. Во-первых, так как поисковые системы используют структуру ссылок, чтобы предлагать нужные страницы, блогеры, как самые плодовитые «линкеры», выполняют большую роль в формировании результатов поисковой системы. Во-вторых, так как блогосфера является исключительно самореферентной средой, блогеры, акцентируя внимание на своих коллег, усиливают свою видимость.

Формат видео существовал, даже в культуре блога. Существовала возможность добавлять видео к своему посту, загружая его напрямую с компьютера на страницу конкретно нужного нам сайта. Хотя именно создание платформы «YouTube» произвело революцию в осознании создания авторского проекта на основе формата видео. Videоблог существует как обширное пространство, способное поддерживать огромное количество различных пользователей и предложить им возможность занимать определенное место⁴³.

Это пространство появилось с акцентом на обмен производимого контента, в том числе любительского. В то время жанр видеорепортажа, который ознаменовал начало новой эры в видео-культуре, когда пользователь стал автором, стал широко распространенным. Также больше не нужно включать видеокамеру в сообщество «создателей»: достаточно программы модификации, с помощью которой появляется совершенно уникальный объект с определенной интерпретацией. Однако именно привлечение камеры к себе – создателю контента – помогло создать новую культуру в веб-пространстве. Videоблог предполагает определенный уровень вовлеченности пользователей в реальность блоггера. Также можно проследить эволюцию технологии камеры, взглянув на лицо автора: почти каждый теперь имеет возможным использовать функцию «LiveView», позволяющую использовать дисплей камеры, для того, чтобы видеть себя во время съемки.

⁴³ Бердышева, Н. Ю. Интервью как творческий метод ведения популярного видеоблога / Век информации. СПб.:Путь,2018. С. 125.

Становится ясно, что в этой диалоговой среде позиция зрителя (пользователя) является не менее важной частью процесса общения: от штатного наблюдателя и пользователя контента он формируется в активного участника с рядом функций. Кроме того, как уже упоминалось, при систематическом обращении к видеоблогу его восприятие фигуры автора изменилось. Вместо реального человека человек начинает действовать как персонаж и тем самым гарантирует статус принадлежности к определенному жанру. Благодаря открытому каналу связи, зритель в свою очередь получает возможность влиять на действия этого персонажа. Кроме того, он оставляет за собой право стать тем же «авторским персонажем» в любое время по запросу.

Итак, в данном параграфе мы считали необходимым показать роль интервьюера в классическом интервью и роль интервьюера-ведущего в периферийных модификациях жанра интервью, тем самым выделяя специфику интервью как жанра.

2 СПЕЦИФИКА ИНТЕРВЬЮ

2.1 Специфика интервью «ВДудь» с Юрием Дудем

Один из появившихся жанров – авторский блог, содержанием которого могут являться как новости, так и личные рассуждения. Блоги уже давно перестали быть текстовыми, они приобрели различные форматы и жанры: фотоблоги, видеоблоги, подкасты, микроблоги. Мы остановили свое внимание на видеоблогах, которые посвящены интервьюированию собеседника.

Существуют разные виды интервью: аналитические и информационные разновидности. Среди информационных существует особая разновидность данного жанра – портретное интервью, которое как раз и представлено в программе «ВДудь». Портретное интервью – это информационный публицистический жанр, при котором «всё внимание на партнере, акцент на неординарность личности, черты, выделяющие личность из числа многих». В случае с авторской программой Юрия Дудя героем выпуска может стать только медийный (не всегда узнаваемый), но обладающий определенным статусом в обществе человек.

Юрий Дудь освоил профессиональное журналистское образование, сейчас числится главным редактором издания «sports.ru» и ведущим своего видеоблога «ВДудь» на «Youtube»⁴⁴. Важность профессии в данном случае важно отметить, потому что мы имеем дело с человеком, который владеет журналистскими навыками как в теории, так и на практике.

Собственный канал на «Youtube» Юрий создал 02.01.2014 года, а первый выпуск видео был опубликован 07.02.2017 года. Программа выходит на протяжении трех сезонов, в каждом из которых от 16 до 19 выпусков. На данный момент число просмотров интервью на канале Дудя превышает 260 млн. Наиболее просматриваемым на данный момент оказалось интервью с рэпером Face (выпуск от 11.10.2017 года, более 10, 5 млн просмотров), меньше

⁴⁴Программа «ВДудь» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA. (дата обращения: 16.05.19).

всего просмотров набрал выпуск программы с участием режиссёра Бориса Хлебникова (03.10.2017 года, 2 118 595 просмотров).

Журналист и главный редактор сайта «sports.ru» Юрий Дудь создал аккаунт на видеохостинге YouTube и дал лаконичное название своему каналу «вДудь»⁴⁵. Важнейшая цель проекта, по словам журналиста, это совершенствование навыков интервьюирования иной тематики(не относящейся к спорту).

Героями шоу «вДудь» становятся совершенно разные персоны: известные деятели культуры, интернета и политики, журналисты, бизнесмены. К примеру, в выпусках участвовали такие известные личности, как Баста, Сергей Шнуров, Владимир Познер и многие другие.

По большей части интервью проводят в студии, но нередко Дудь приходит «в гости» к своим интервьюируемым. Его зачастую приглашают к себе домой довольно занятые персоны. Так, например, сделал Сергей Шнуров (российский рок-музыкант, лидер группы «Ленинград»). В процессе беседы они отвлекались от самого интервью и переходили в другие комнаты, где Шнуров повествовал о частях своего интерьера, о картинах, о большом количестве обуви и многом другом. Интересно то, что интервью имело огромный успех, на данный момент у него 7293824 просмотра, именно с него, по мнению многих, и началась популярность данного аккаунта. Однако Дудя приглашали и в свои «рабочие места», к примеру, Василий Вакуленко (российский рэп-исполнитель, известный как «Баста»), пригласил Юрия на студию звукозаписи своего лейбла «Gazgolder», где показал сувениры и другие вещи, которыми дорожит музыкант. Почти у каждой из них есть какая-либо история (футболки, ковер в виде картины, также как у Шнурова, большое количество кроссовок, необычные картины).

Мгновенная популярность шоу Юрия Дудя обусловлена его правильным заходом на YouTube и попаданием в нужную аудиторию. Первые интервью

⁴⁵ Дудь Ю. Вдудь. [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617_hIuA. (дата обращения: 29.03.19).

Дудь делал с самыми известными представителями YouTube: Николаем Соболевым, Евгением Баженовым, Ресторатором, Амираном Сардаровым, Сергеем Шунровым, Алексеем Навальным. Так Дудь набрал популярность у активных молодых пользователей, а затем вектор в подходе к выбору гостей стал становиться серьезнее: в шоу Дудя появились Олег Тиньков, Евгений Чичваркин, Михаил Ходорковский, деятели кино и культуры: Максим Фадеев, прославившейся в Твиттере Дмитрий Маликов, Юрий Быков, Александр Паль; фильм о Сергее Бодрове, фильм с Алексеем Балабановым, Борисом Хлебниковым, Алексеем Серебряковым, Александром Цекало, Константином Хабенским, Юрием Шевчуком. К ним добавились и политики- кандидаты на выборах президента России: Владимир Жириновский, Павел Грудинин, Ксения Собчак, которая в интервью напророчила Дудю всю жизнь делать шоу с рэперами, но в этом предположении оказалась права⁴⁶.

Съемки интервью проходят в основном в студии (выпуски с Ксенией Собчак, Feduk'ом,), либо на территории интервьюируемого – рабочий кабинет (как, например, в выпусках с Гариком Мартиросяном,), офис (Алексей Навальный,), квартира (Владимир Познер), дом (Павел Грудинин, Гуф). В случаях, когда съемка проходит на территории собеседника и гостем является Юрий, с помощью невербальной коммуникации и реакциям собеседника можно заметить, что интервьюируемый чувствует себя комфортнее, увереннее, спокойнее.

Цель общения определена жанром портретного интервью – ведущий должен своими вопросами вывести собеседника на откровенный разговор, который позволит создать в сознании аудитории объемный, детальный портрет героя программы. Тема выпуска определяется, прежде всего, сферой деятельности гостя студии. Для достижения макро цели (презентации героя программы и самопрезентации) Юрий Дудь использует набор речевых стратегий и тактик, которые в портретных интервью помогают раскрыть

⁴⁶ вДудь. Собчак - о Навальном, крестном и выборах: [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wpfpey_0G5A. (дата обращения: 12.06.2020).

личность гостя и подтвердить высокий статус ведущего. Самым привычным для Дудя приемом является построение вопросов на противоречиях между тем, что человек сказал и сделал, что говорил раньше и что сейчас. Этот прием Юрий Дудь применяет очень часто, порой полностью формируя интервью на подобных вопросах, задавая их собеседникам, которые ему симпатизируют, и тем, с кем ему сложно найти общий язык.

Например, фрагмент из интервью с Ксенией Собчак, где он показывает видео, в котором Ксения общается с Алексеем Навальным. Юрий:

«Я не собираюсь пока становиться президентом, мне интересно Вас изучить... Вы собираетесь стать президентом, а не я... Я не баллотируюсь, мне это не интересно». Четыре месяца назад все это произошло. Что же изменилось, Ксения?

Тактика «Разрушения имиджа» в спорных и сложных вопросах. Она может быть продемонстрирована при помощи приема критики «чужими устами», когда негативное мнение подается «через чужие уста».

Юрий: Ты знаешь, какая у тебя репутация среди простых работников телеканала «Дождь»? Может быть, ты видела твит одного из бывших сотрудников: «Собчак у меня как-то без спроса картоху съела и колы отпила. Просто шла мимо и вот так вот сделала. И я за нее голосовать буду».

Я проверял: у многих впечатление, что ты держишь жесточайшую дистанцию с простыми людьми. У меня возникает вопрос: как ты собираешься сделать так, чтобы простые люди за тебя проголосовали? Все-таки, ты не только звезда по статусу, но и по поведению. В данном вопросе присутствует не только тактика цитирования, но и завершается вопрос тактикой комплимента, который вызывает у Ксении улыбку, положительная эмоция снижает напряжение беседы.

Тактика цитирования на примере интервью с Владимиром Познером. Юрий: Сколько раз за последние пять лет программа Познера была близка к закрытию? Владимир: Не знаю, потому что мне никто не говорил. Юрий: То

есть Вам неизвестны какие-то штормовые времена? Владимир (перебивая): я знаю, когда я сказал на счет государственной дуры.

Юрий: Я хотел про извинения и госдуру чуть позже, но раз Вы вспомнили, то давайте сейчас. Ваши известные уже всем извинения «В одной программе я допустил оговорку. И за нее извинился. И ещё раз извиняюсь – но лишь за эту оговорку». По-моему, это прошло очень незамечено, по крайней мере, в медиа. Но если я ничего не путаю, и мое скудное образование меня не подводит, то в той программе Вы вспомнили про Салтыкова-Щедрина и «Унтер-офицерскую вдову». Вы сказали, что Салтыков-Щедрин ее написал.
Владимир (перебивая): да, но это Гоголь.

Юрий. Это Гоголь «Ревизор». Я правильно понимаю, что цитата, которую я произнес, относится к этой оговорке про Салтыкова Щедрина, а не про госдуру.

Владимир: Не знаю, как Вы узнали, но можно считать так. В данном фрагменте можем наблюдать тактику самоиронии журналиста «если я ничего не путаю, и мое скудное образование меня не подводит».

Важнейшей и традиционной частью программ является смена локаций в интервью. Собеседники перемещаются в другое место дислокации, где беседуют стоя. Такая смена влечёт за собой не только резкое переключение на другие темы, но и смену тональности, потому как стоя собеседники ведут диалог о более неформальных, личных или провокационных ситуациях.

Ко всем своим интервью ведущий внимательно готовится, и это можно понять не только по тому, насколько предметные и точные вопросы он задаёт, но и по реакции собеседников, например:

«- Слушай, Юра, ты помнишь столько информации!

- Да-да, ну, я ж готовился естественно» (выпуск от 12.09.2017 с Гариком Мартиросяном). Имеют место быть обязательные этапы подготовки к интервью, о которых мы писали выше. В выпусках данной программы заметно, что ведущий при подготовке работает с разными источниками информации: знакомых людей, интернет, СМИ, например: *«По моей информации, твой*

корпоратив сейчас стоит в районе четырёх сотен за один раз» (выпуск от 19.12.2017 с музыкантом Feduk'ом), «И вы все предвыборные месяцы рассказывали на “Эхе Москвы”, на всём остальном то, что “Яблоко” – партия, получившая из бюджета эти деньги государственные... (выпуск от 18.04.2017 с политиком Алексеем Навальным), «Сейчас, когда запретили показ фильма “Смерть Сталина”, вы сказали, что, давая комментарий об этом, произнесли, что это всё равно, что снимать комедию про гибель Иисуса Христа, про его распятие» (выпуск от 06.02.2018 с политиком Павлом Грудининым), «Семён, когда я готовился, я немножко расстроился, потому что все люди говорили мне, что Семён – очень хороший и добрый парень, за его спиной нет зашкваров» (выпуск от 12.12.2017 с продюсером Семёном Слепаковым), «За пару дней до нашей встречи вы написали в соцсетях: “Дудь. Что вы думаете про Дудя?”, а ещё за две недели до этого вы написали: “Что вы думаете про ИГИЛ?”, она запрещена в России, кстати. Я правильно понимаю, что перед тем, как в чём-то принять участие, вам сначала нужно узнать мнение подписчиков?» (выпуск от 04.12.2017 с Артемием Лебедевым).

Важным этапом при подготовке к интервью является составление вопросника. Юрий Дудь следует этой традиции и готовит многие вопросы заранее. Во время беседы он нередко заглядывает в смартфон, чтобы вспомнить, или прочитать вопрос, или показать герою что-то с экрана смартфона, о чём дальше будут вопросы (например, как в выпуске от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным:

«Ю. Дудь: В сети вы известны очень давно, как минимум, двумя мемами. Для начала вот этот мем про «Доширак» (Юрий показывает Леониду этот мем на смартфоне, зрителю картинка выводится на весь экран). Когда вы его увидели, какова была ваша реакция на это? Л. Агутин: Ну, всё не зря...»).

В конце своих интервью Юрий Дудь устраивает блиц-опрос, который в этой программе не предполагает кратких ответов, и об этом ведущий зачастую предупреждает примерно одинаково: *«Блиц! Ты отвечаешь необязательно коротко»* (выпуск с Семёном Слепаковым). Следует отметить, что данный

блиц схож традицию с блицем Владимира Познера в программе «Познер», в конце интервью ведущий задаёт гостям вопросы из опросника Марселя Пруста. Это анкета, которая состоит из неопределенного количества вопросов, направленных на выявление человеческих ценностей и предпочтений. Марсель Пруст не был автором данной анкеты, анкета носит его имя потому, что Пруст, по мнению исследователей, сформулировал наиболее оригинальные ответы на данные вопросы. Владимир Познер переформулировал некоторые вопросы под формат своей программы и под современные реалии, оставив суть неизменной. Завершающий вопрос каждого блица в программе Юрия Дудя: «Оказавшись перед Путиным, что вы ему скажете?». В программе «Познер» ведущий задаёт вопрос: «Оказавшись перед Богом, что вы ему скажете?».

Ещё одной традицией программы «вДудь», но теперь уже визуальной, является многозначительная подпись в начале выпуска героя и ведущего. Чаще всего эта подпись носит саркастический характер по отношению к ведущему: «*Семён Слепаков. Смешной / Дудь. Смешон*»; «*Невзоров / Знает всё*»; «*Дудь / Ничего не знает*».

Иногда подпись вторит теме разговора:

«- *Леонид, вы в курсе, что уже появлялись косвенно в нашей программе?*

(в этот момент подпись: «*Агутин / Где вопрос?*»);

- *Да, я видел кусочек про монаха* (в этот момент подпись: «*Дудь / И где ответ?*»)

Юрий призывает к здоровому образу жизни, защищает русский язык. В начале передач он с характерным для него юмором предупреждает зрителей об опасностях, которые подстерегают их в программе, к примеру: «*В этом выпуске будут курить. Не забывайте: сигареты – шняга*» (выпуск от 30.01.2018 с Александром Невзоровым).

Во второй главе нашего исследования мы упомянули, о том, что начало разговора является важнейшим аспектом построения успешной и действенной коммуникации, так как на старте интервью журналист-ведущий выбирает тональность общения – обращение на «ты» или на «вы», тем самым начиная

воздействовать на интервьюируемого с первых секунд беседы. Подходя к анализу выпусков программы «вДудь», мы можем заметить множество примеров завязки разговора Дудя с гостями, с первых реплик становится очевидно, на «ты» или на «вы» ведущий будет обращаться к своему гостю. Далее следует привести примеры различного начала коммуникации:

– *«Вы сюда пришли пешком из дома, я правильно понимаю?»* (выпуск с Юрием Шевчуком);

– *«Вы – один из главных исследователей Владимира Путина среди всех, кто живёт в России. В это воскресенье Путин станет руководителем страны в пятый раз. Вы этому рады? Или огорчены?»* (выпуск от 13.03.2018 с Алексеем Венедиктовым);

– *«Всегда начинаем перед мотором с этой фразы, а здесь это особенно актуально. С Богом, пацаны! (хлопок в ладоши)»* (выпуск от 30.01.2018 с Александром Невзоровым);

– *«Долгие годы я наблюдаю за вами и вашей тесной связью с родиной, с Вологодской областью. И меня всё время мучает вопрос, почему у вас нет вологодского говора?»* (выпуск от 06.10.2017 с Леонидом Парфёновым);

– *«Ю. Дудь: Олег, вы только что ели в Макдоналдсе. Вы так не любите себя?»*

О. Тиньков: Почему?

Ю. Дудь: Блин, ну, это же говно, а не еда.

О. Тиньков: Ну, я ж торопился на встречу с тобой» (выпуск от 12.06.2017 с Олегом Тиньковым).

Учитывая то, что ведущий для построения беседы со многими гостями выбирает формальное обращение на «вы», он довольно редко сочетает это с обращением по имени и отчеству (по имени и отчеству Юрий обращался лишь к Познеру), чаще всего это обращение на «вы» и по имени, например, к Грудинину Дудь обращался просто «Павел», к Парфёнову, Агутину – Леонид. Надо отдать должное Юрию в том, что он проявляет уважение к возрасту и статусности своего гостя.

Обращаясь к исследователю О. С. Иссерсу мы понимаем, что при речевом воздействии имплицитно поданная информация обладает наибольшим и сильнейшим потенциалом. В выпусках программы «вДудь» журналист использует такие приёмы воздействия в рамках этого исследования как:

– ссылка на неизвестный источник, в этом случае реплика часто начинается со слов «я слышал...» (*«Я слышал версию, подтверди её или опровергни, что это стратегическое решение Гарика Мартиросяна не получать российское гражданство», «Я слышал, что в “Камеди клуб” есть правило, что наркотики разрешаются, если это не вредит делу»*) (выпуск от 12.09.2017 с Гариком Мартиросяном); *«По моей информации, твой корпорат сейчас стоит в районе четырёх сотен за раз»* (выпуск от 19.12.2017 с Feduk'ом). Следует отметить, что в выпуске программы с Алексеем Навальным гость, являясь опытным оратором и общественным деятелем, отметил воздействие на себя данного приёма и сам сформулировал вопрос интервьюеру на этот счёт, желая конкретизировать и прояснить ситуацию:

«Ю. Дудь: Бесспорно, вы офигенский блогер-журналист, то есть то, как вы подаёте материалы и всё остальное – это, в общем, уважение от более менее любого человека, который имеет отношение к контенту. Но у многих людей есть претензия.

А. Навальный (улыбаясь): Что это за фраза такая “у многих людей”? “Одни мои знакомые недовольны”... Хорошо, у кого есть?» (выпуск от 18.04.2017 с Алексеем Навальным);

- приём сравнения довольно часто используется в программе «вДудь»: *«Воля, да, это уже хищник. Это хищник. А у вас же травоядно, мило, комфортно, чаёчек»* (выпуск от 12.09.2017 с Гариком Мартиросяном);

- компоновка нескольких вопросов в одну фразу используется, для того, чтобы усугубить обстановку, зациклить внимание собеседника, обычно такие провоцирующие вопросы неприятны гостю, и ведущий это знает:

– *«Ответьте мне как отец отцу, почему ваша дочь всю жизнь живёт в Америке? Зачем рожать ребёнка для того, чтобы девяносто процентов*

времени он был вдали от тебя?», «Объясните, почему вся наша эстрада покупает себе летние или не летние дома и квартиры во Флориде, а не в Краснодарском крае? Не в Крыму?» (выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным);

– «В «Youtube» очень много просмотров у ролика, который называется “Накуренный Мартиросян”. Ты и правда был там накуренный? Ну чуть-чуть?» (выпуск от 12.09.2017 с Гариком Мартиросяном) – в этих примерах так же присутствует тактика навешивания ярлыков, обозначение гостя «кулаком двадцать первого века», а продавцов джинсов – спекулянтами. Эти высказывания накаляют обстановку, вызывая ответные эмоции у собеседника;

- воздействующей функцией так же обладает градация, к которой время от времени прибегает ведущий: «У вас музыка стилёвей, необычной, ориентированная на Запад или, там, на юг» (выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным); «Я бездарь, невежда, историю знаю, там, вершиками, и (смотря в камеру) я никогда этого не скрывал, но даже, даже мой скудный мозг подсказывает, что вас другая судьба могла ждать» (выпуск от 06.02.2018 с Павлом Грудининым); «А «Яблоко» всё-таки какая-никакая, хилая, сомнительная, но оппозиционная партия» (выпуск от 18.04.2017 с Алексеем Навальным).

Применяя классификацию речевого поведения Т. А. Ван Дейка, можно определить следующие тактики, которые использует Юрий Дудь в своей программе:

- «прямое включение»: «Ты пригнал только с корпората. Чё за корпорат?» (выпуск от 19.12.2017 с Feduk’ом), «Совсем недавно вы обвинили Ксению Собчак в том, что она с помощью админного ресурса собирает подписи в свою кампанию на предприятиях государственных Екатеринбурга. Для начала, с чего вы это взяли?» (выпуск от 23.01.2018 с Евгением Ройзманом); «Назови, пожалуйста, три лучших русских фильма, которые ты посмотрел в этом году» (выпуск от 25.12.2017 с Александром Петровым);

- «неожиданность»: *«Ю. Дудь: Ваше знаменитое извинение: “Я в одной программе...”. Сейчас цитата. “Я в одной программе допустил оговорку. И за неё я извинился. И снова извиняюсь, но только за эту оговорку”. По-моему, это прошло довольно незамеченным, по крайней мере, в медиа. Но смотрите: если я ничего не путаю, если моё скудное образование меня не подводит, в той программе вы сказали, что вы вспомнили Салтыкова-Щедрина и “Унтер-офицерскую вдову”. И вы сказали, что Салтыков-Щедрин написал...*

В. Познер: Но это Гоголь.

Ю. Дудь: Но это Гоголь. И это «Ревизор».

В. Познер: Да.

Ю. Дудь: Правильно ли я понимаю, что цитата, которую я озвучил чуть выше, она относится к этой оговорке про Салтыкова-Щедрина, а не про “госдуру”?

В. Познер (очень хитро улыбаясь): Ну, я не знаю, как вы догадались, но можно так считать.

- «внесение элемента неформальности»: Дудь просит Семёна Слепакова ответить на неудобный вопрос, когда гость последний раз в жизни делал что-то плохое, Семён уходит от ответа, тогда Юрий говорит: *«Давай, хочешь я тебе помогу? Я начну с себя. Мне нужно самому исповедаться»* (выпуск от 12.12.2017 с Семёном Слепаковым), после этого Слепаков приводит пример из своей жизни; зачастую журналист сочетает этот приём с провоцирующими вопросами и одновременно с комплиментом своему собеседнику: *«Финиш. Павел, вы говорите очень много правильных вещей. И, в принципе, если не вдаваться в подробности, что тут с вами землянику собирает Жириновский, а в вашей команде политические трупы есть, прям реально мертвецы, которые ходят и тоже собираются во власть, вот если это за скобки вынести, вы реально крутой мужик. Но нахрена вам всё это? Зачем вы полезли в президенты? Для того, чтобы репутация, которая была сделана раньше, она была под сомнением, и для того, чтобы, по сути, быть спойлером очередных выборов имени Владимира Путина? Объясните мне, зачем?»* (выпуск от

06.02.2018 с Павлом Грудининым); *«У вас музыка стилёвей, необычной, ориентированная на Запад или, там, на юг. <...> Возникает вопрос: нахрена вам вообще песня года?»* (выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным); *«Все они проигрывают вам в харизме и известности очков в сто», «Бесспорно, вы офигенский блогер-журналист, то есть то, как вы подаёте материалы и всё остальное – это, в общем, респект от более-менее любого человека, который имеет отношение к контенту»* (выпуск от 18.04.2017 с Алексеем Навальным); *«Я видел, как твоя дочь в твоём Инстаграме читает трек Ники Минаж. Это очень круто», «В стране есть два самых остроумных человека: Ургант и Мартиросян»* (выпуск от 12.09.2017 с Гариком Мартиросяном).

Умелое использование и употребление комплиментов, применение собственных жизненных примеров, создание «элементов неформальности» каждый раз подталкивает респондентов к рассказу личных историй, интересных и интервьюеру, и аудитории. Таким образом вывод собеседника на личное, на интересные самому гостю темы, предоставляет возможность узнать ответы на вопросы, ранее не обсуждаемые в СМИ или скрываемые от большой аудитории. Человеку зачастую интересно говорить о самом себе, о своих интересах, хобби, любимой работе – по глазам собеседников Юрия это видно, у них «горят» глаза, а порой интервьюируемые сами признаются в этом ведущему: *«Я не понимаю, почему я отвечаю на эти вопросы, я реально, я бы никому это не сказал: ни журналистам... А сейчас я понимаю, что я готов, и мне какой-то человек сзади по плечу такой: “Саня, Саня, ты же не любишь про бабки разговаривать, ты что, зачем ты... <...>Ну, я назову, окей”* (выпуск от 12.12.2017 с Александром Петровым).

Мы сравнили выпуски программы «вДуть» с выпусками программ «А поговорить»⁴⁷: это YouTube-проект, который построен на принципах откровенного интервью, в ходе которого ведущая Ирина Шихман узнает о своих гостях самые интересные и провокационные факты. На программу Ирина

⁴⁷ Программа «А поговорить?» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. (дата обращения: 14.06.2019).

приглашает известнейших медийных персон в виде музыкантов, политиков, актеров, писателей и общественных деятелей. Все выпуски направлены на полное раскрытие гостя, а его прекрасная ведущая всегда знает, как себя вести с собеседником, чтобы он сам рассказал про себя самые интересные факты. В течение программы интересно наблюдать и за поведением Ирины, и за тем, как раскрывается гость.

И «Нежный редактор»⁴⁸: российское интернет-шоу, в котором ведущая Татьяна Мингалимова берет интервью у медийных персон. В 2016 году ведущая окончила институт и работала на «Матч ТВ», когда уже ушедший оттуда Юрий Дудь пригласил девушку редактором в свой авторский проект «вДудь», созданный в начале 2017 года. Юрий Дудь стал приглашать к разговору людей, далеких от мира спорта - музыкантов, политиков, бизнесменов, блогеров. И шоу стало набирать популярность. Весной 2017-го Мингалимова пришла в проект, а уже осенью запустила собственное новое шоу «Нежный редактор».

В портретном интервью ведущий использует большое количество тактик и ходов для раскрытия личности гостя студии. Тактика, направленная на презентацию собеседника, – тактика стимулирования рассуждения. Юрий Дудь использует ее для того, чтобы охарактеризовать собеседника, добившись от него оценочного суждения относительно значимых явлений, предметов, персон. Получить подобное явление можно в результате стимулирования собеседника на развертывание цепочки хода мыслей. Тему телеведущий задает с помощью хода цитации или повествования. Рассмотрим, как ведущий реализует данную тактику в интервью с Павлом Грудининым.

Юрий: Когда в последний раз Вы пожалели, что ввязались в президентскую гонку? Павел: Сегодня. Юрий: Почему? Павел: Потому что это грязная борьба, если ребенок звонит и говорит тебе: «Я не могу выйти из дома, потому что за мной ходит какой-то человек с камерой», то это

⁴⁸Программа «Нежный редактор» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCByhZ-JEe5OOZSuq0uaXOng> (дата обращения: 24.06.2019).

становится неприятным. Когда задают вопросы не о том, что ты хочешь изменить в этой стране, а вроде «про Вас сказали, что Вы украли что-то». Избирательная кампания не должна быть грязной. Мы же боремся не между собой, мы боремся за судьбу нашей страны. Я согласен с любым человеком, который хочет сделать что-то хорошее для нашей любимой Родины. А тут получается какая-то грязная борьба, а в грязи всегда не хочется участвовать.

Юрий: Слушайте, но Вы же в политике не первый год. Вы бывали в ней, и как будто Вам не было известно, что политика равно грязь.

Политика такого высокого уровня как президентство, тем более равно грязь. В данном фрагменте Юрий не только успешно стимулировал собеседника к цепочке размышлений, но и воспользовался приемом воспоминания событий из прошлого. Ведущий предлагает гостю поразмышлять на эту тему, используя проблемный открытый вопрос.

Тактику критики действий своего собеседника продемонстрируем на примере интервью с актером Константином Хабенским.

Юрий: Вы сказали, что понимаете, что фильм плохой на съемочной площадке. А вот скажите, нельзя понять, что фильм плохой, прочитав сценарий? Константин: Да, можно сказать. Юрий: Почему Вы так не сказали, прочитав сценарий фильма «Селфи»?

Подводя итог своей передачи, Юрий Дудь хочет узнать что-то интересное, то, что будет удовлетворять интересы массовой, неоднородной и разносторонней аудитории, для этого событие или история должны отличаться чем-либо, быть неординарной или смешной. К примеру, нужно показать хроники человеческих успехов и неудач. Таким образом, одним из мотивов применения конфронтационной стратегии является «пробуждение» читательского интереса к интересному материалу, что – в конечном итоге – ведет к увеличению просмотров.

В данном подпункте необходимо сказать и о тактиках, используемых Юрием Дудем. Наиболее часто он использует тактики, относящиеся к конфронтационной стратегии, такие как тактика цитирования и

провоцирования. Также в его интервью наблюдаются тактики из партнерской стратегии – тактика самоиронии и комплемента.

2.2 Специфика интервью «А поговорить...?» с Ириной Шихман

Ирина Шихман (род. 17 мая 1984, Томск, Россия) – журналистка, телеведущая, блогер. С 2017 года – ведущая авторского шоу на «YouTube»-канале «А поговорить?..», в котором Ирина берет интервью у известных личностей разных сфер деятельности, а также выпускает ряд документальных фильмов.

На сегодняшний день среди проектов, над которыми трудилась Шихман можно выделить следующие:

- «Бабье лето»;
- «Мужской род»;
- «Второе и компот»;
- «Дневник наблюдений»;
- «Истории в деталях».

Работа Шихман на платформе «YouTube» началась с созданием в 2017 году канала «А поговорить?..». Ведущими первых выпусков, помимо Ирины, стали блогер и визажист Мария Вискунова и телеведущая Елена Сажина, однако вскоре работу на канале продолжила одна Шихман.

Поддерживая новый тренд на YouTube, со своим авторским проектом «А поговорить?» вышла телеведущая и корреспондент Ирина Шихман⁴⁹. С 2005 года Ирина Шихман начала работать на телевидении с Сергеем Майоровым над программой «Истории в деталях», затем делала программу «Детали. Новейшая история» на канале СТС и «Дневник наблюдений» на Пятом канале. С 2016 года стала ведущей тревел-программы «Двойные стандарты» на НТВ. Проект «А поговорить?» стартовал в декабре 2017 года, используя прием Юрия Дудя: первым гостем стал топовый блогер Николай Соболев, а затем, скандально известный в Рунете актер Алексей Панин, разговор с которым шел опять-таки о

⁴⁹ А поговорить? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. (дата обращения: 20.05.2020).

популярных блогерах (Даниле Поперечном, Немагии, Юрии Хованском). С момента регистрации канала на YouTube и старта проекта в декабре 2017 года Ирина Шихман набрала 84 тысячи подписчиков и 6 миллионов суммарных просмотров.

По состоянию на апрель 2020 года канал Ирины Шихман «А поговорить?..» имеет почти миллион подписчиков и более ста миллионов просмотров. Изначально он был связан с холдингом мэрии Москвы, а одним из создателей проекта был продюсер телеканала «Москва-24» Андрей Вершинин. Вскоре холдинг заявил о том, что больше не занимается продюсированием данного проекта.

На канале ведущая поднимает серьезные общественные темы и актуальные политические вопросы, беседуя с гостями программы. Помимо формата интервью, на канале можно увидеть документальные фильмы. К примеру, двухчасовой фильм «Бе(з)серебренники», выпущенный осенью 2018 года, о том, как прошел год артистов «Гоголь-центра» без их художественного руководителя Кирилла Серебренникова. В августе 2019 года Шихман затронула проблему горящих сибирских лесов в своем фильме.

Наибольшее количество просмотров на канале набрали интервью Ирины Шихман с Максимом Галкиным (4,4 млн.), Наргиз Закировой (3,9 млн.) и Ляйсан Утяшевой (3,3 млн.). Ее интервью с Екатериной Варнавой стало одним из самых просматриваемых на «YouTube»-канале, поскольку набрало больше 500 тысяч всего за пару дней в рамках проекта «А поговорить».⁵⁰

Тип интервью – авторский.

Тематика – свободная.

Видео на ютьюб-канале «А поговорить?» – Ирины Шихман – собирают сотни тысяч просмотров, а ведущая любит спрашивать гостей о политике и даже снимает фильмы про российские тюрьмы. При этом канал финансирует холдинг «Москва Медиа», который принадлежит правительству Москвы.

⁵⁰ Ирина Шихман: «Youtube»-канал «А поговорить?» больше не связан с холдингом мэрии Москвы. [Электронный ресурс]. URL: https://tvrain.ru/news/shihman_moskva_media-502211/. (дата обращения: 20.02.2020).

В начале октября 2019 года, по данным Единого государственного реестра юридических лиц, Ирина Шихман и Никита Лойк зарегистрировалась в качестве индивидуальных предпринимателей. Основным видом деятельности указано производство кинофильмов, видеофильмов и телепрограмм.

Таким образом, о том, что «YouTube»-канал «А поговорить?» связан с холдингом мэрии Москвы, писала в октябре 2019 года «Медуза». Один из создателей проекта – генеральный продюсер телеканала «Москва-24» Алексей Вершинин. Летом 2019 года он покинул «Москва Медиа», но продолжает курировать некоторые «YouTube»-проекты холдинга. Источник «Медузы», близкий к мэрии, утверждал, что там либо не знают о связи проекта «А поговорить?» с «Москва Медиа», либо относятся к нему лояльно. Срок существования – 13 декабря 2017 г.; количество видеороликов – 102 штуки.

Любям интересно знать подробности частной и творческой жизни знаменитых людей. На Первом канале к данному жанру относится среди каналов такого формата на «YouTube»: «А поговорить?», который является самым успешным русскоязычным каналом, специализирующимся на видеоинтервью. В некотором смысле конкурентом «Нежному редактору» стал канал «женского интервью» Ирины Шихман «А поговорить?» (декабрь 2017). В данной программе можно говорить о формировании ниши портретных «женских интервью» с немалой долей откровенности и провокации, где акцент делается на личной жизни героев, семейных проблемах, хобби и творчестве, проблемах, неудачах и падениях.

Ирина Шихман берет эксклюзивные интервью у самых неожиданных гостей! А поговорить?.. – проводит авторское, профессиональное, глубокое интервью. В 2019 году был сезон «А поговорить» с такими звездами как: Андрей Коняев, Максим Галкин. В 2020 году были приглашены такие личности: Алена Водонаева, Илья Колмановский, NILETTO, Любовь Соболь, Виктория Исакова, Станислав Дробышевский, Евгений Мильковский.

Гости, принципы отбора.

Отметим, что некоторые гости «А поговорить?» появляются в шоу не потому, что они интересны ведущей, а «ради эпатажа и пиара»: «Четко видно, когда человек делает что-то на потребу, а когда делает то, что ему действительно интересно — поэтому и программы у Ирины Шихман получаются очень разными, но ей удается балансировать между обществом потребления и обывателями, которым интересны смыслы».

Специфика ведения, особенности вопросов, место проведения и др.

И.Шихман часто использует в программе прием «хьюман-тач».

Первый выпуск «А поговорить?» с видеоблогером Николаем Соболевым вышел 21 декабря 2017 года. В нем участвовали три ведущие – с одной из них (инстаграм-блогером Еленой Сажиной) решили расстаться сразу, вторая – инстаграм-блогер Мария Вискунова – работала в паре с Шихман около четырех месяцев.

По воспоминаниям Шихман, Вискунова почти никогда не знала гостей, у которых им предстояло брать интервью, не готовилась к записи, а все вопросы ей писала Шихман. На протяжении этих четырех месяцев Ирина, по ее словам, пыталась «оправдать наличие двух ведущих в кадре», но сдалась, когда на ее вопрос:

- *«Маша, ты за Путина или за Навального?»*, соведущая ответила: *«Я за консилеры»*.

«В какой-то момент Ира сказала:

– *И. Шихман: почему бы нам не приглашать писателей, по привычке ожидая, что кто-то ей запретит — но никто запретить ей не мог*», – рассказывает режиссер. По его воспоминаниям, приглашать общественно значимых героев – не только звезд шоу-бизнеса – Шихман начала, «как только открылась первая форточка и появилась возможность двигаться».

Продюсер Вершинин говорит, что сам он в выборе героев «А поговорить?» не принимает никакого участия и больше не требует от команды проекта просмотров ради просмотров:

-«Лучше всего у Иры получаются интервью с теми людьми, которые ей интересны. Так уж получилось, что это люди, которые в той или иной мере занимаются политикой, у которых есть гражданская позиция – причем неважно, солидарна она с ней или нет».

Среди первых гостей «А поговорить?» – когда Шихман и Вискунова еще вели программу вдвоем – был музыкант Андрей Макаревич. Его интервью вышло в феврале 2018 года и набрало уже более четырех миллионов просмотров – сейчас это самое популярное видео канала. В разговоре с «Медузой» Макаревич признался, что «никаких впечатлений от того эфира» у него нет:

-«Вторая девушка, которая была с Ириной и которая, слава богу, потом оттуда исчезла, вообще не соответствовала моим представлениям о журналистике, да и сняли меня довольно скверно, надо всегда самому все проверять».

После Макаревича «политические герои» стали появляться в шоу «А поговорить?» все чаще. «Никита мне однажды сказал:

-«Тебе самой уже не надоело про разводы-аборты спрашивать? – рассказывает Ирина Шихман. – Надо делать что-то актуальное, что в интернете любят. Иди конкурируй с Дудем»».

По мнению Самойловой, «А поговорить?» прокачивают площадку, привлекая на нее совсем новую аудиторию и расширяя границы. «Недавно на канале вышло интервью с Лаймой Вайкуле, которое посмотрели больше 900 тысяч человек, – говорит продюсер. – С одной стороны, не совсем ясно, почему оно там появилось – Лайма вроде бы ничего удивительного в последнее время не делала, но с другой – ролик привлек на ютьюб поклонниц певицы, эта аудитория раньше ютьюб не смотрела».

Быстрый успех «А поговорить?» Самойлова объясняет тем, что у его создателей сразу был «доступ к звездам»: «Обычно начинающие ютьюб-интервьюеры свои первые выпуски делают с малоизвестными людьми и небольшими селебам, и только потом к ним приходят знаменитости, а к Ирине

– несмотря на то что для ютьюба она была неизвестной личностью – сразу стали приходить звезды, причем интересные самой разной аудитории: и Тина Канделаки, и Николай Соколов, и Татьяна Лазарева».

Самойлова, как и другие ютьюб-эксперты, считает рост подписчиков канала органическим, но отмечает сильный разброс в количестве просмотров. «Интервью с актером Сергеем Гармашем посмотрели 300 тысяч человек, а с историком моды Александром Васильевым – миллион. Довольно сложно поверить, что Александр Васильев так сильно интереснее, чем Сергей Гармаш», – говорит Самойлова и добавляет, что обычно у блогеров ролики набирают примерно одинаковое количество просмотров.

И. Шихман считается успешным примером создания непринуждённой обстановки. Девушка придерживается мнения, что её и собеседника не должно ничего разделять и препятствовать их контакту.

Ирина заранее подготавливает вопросы, но у неё нет чёткого плана развития события, иногда беседа может принимать самые разные нестандартные и неожиданные обороты. В вопросах ведущая следует от общего к частному, таким образом предоставляя своему герою возможность расслабиться, почувствовать себя в безопасности, убедиться, что ему ничего не угрожает.

В завершении беседы у зрителя может сложиться ощущение, что он стал свидетелем встречи старых друзей, а не разговора журналиста и респондента. Шихман чередует открытые и закрытые вопросы. Открытые позволяют собеседнику рассказать, что он думает на тот или иной счёт подробно. Следующие за ними закрытые вопросы, даже подчас неприятные визави, очень часто помогают обнародовать сокровенные мысли и желания, чего так жаждут телезрители.

Рассмотрим в качестве примера различные темы выпусков.

Например:

«Говорила смотри как надо, учись, ты никто. А вот я кстати, чтобы напиться, то никогда, если выпивать, то только, если гости, я обычно не

сажусь за стол. Я никогда не заливала горе, выпить это только в хорошей компании..».

Анализируя выпуски программы «А поговорить», мы видим много разных примеров.

«Представьте себе, что ты с 10-го или с 9-го класса или даже с 7-го или 5-го класса себе визуализируешь это, и ты себе доказываешь, что ты это можешь, всем доказываешь, что ты можешь зарабатывать миллионы рублей и ты достигаешь всего этого в 23 года.» (выпуск от 21.01.2017 с Николаем Соболевым).

«И. Шихман: Коля, скажи мне пожалуйста, Полинка как относится ко всему что с тобой случилось? Она тебя взяла таким.»

- приём сравнения довольно часто используется в программе «А поговорить»:

«Когда тебя смотрит вся страна, они не понимают, что вот это, то что было на телке со мной это вот такая малость того, что сейчас происходит со мной. Эти вот социальные сети, реакции людей, именно то, что происходит на выступлениях, в принципе даже это интервью. Вот это да, вот это тебе результат.»

- композиция многочисленных вопросов в один используется для того, чтобы усугубить обстановку, обратить внимание собеседника на что-либо, обычно такие провоцирующие вопросы неприятны гостю, и ведущий это понимает:

«А как у вас происходило? Это была романтическая история с девушкой, которая тебе нравится? Или Вы все на бухались и разом легли на скамейку?»

Помимо жанра к видовой основополагающей интервью можно отнести стиль его ведения. Обычно выделяют два ключевых стиля ведения интервью – «мягкий» и «жесткий»⁵¹.

⁵¹ Шарапов, Э. Х. Жанр интервью: видовая составляющая / Э. Х. Шарапов. Текст : непосредственный, электронный // Молодой ученый. 2017. № 12 (146). С. 668-671. URL: <https://moluch.ru/archive/146/41075/>. (дата обращения: 11.04.2020).

В первом случае интервью представляет собой спокойное, вежливое общение журналиста и его гостя. Замечания и противоречия в ответах собеседника разрешаются в деликатной, тактичной форме, чаще всего с извинениями (например, «извините, но я считаю...»). В «жестком» стиле, журналист обычно задаёт неловкие и наводящие вопросы, ловит гостя на противоречиях и несостыковках или оказывает некоторое психологическое давление на человека. Данный тип интервью используется для определения у респондента эмоционально закрытых сфер, связанных с угрозой собственного «я» и неприятными для него ситуациями и событиями.

Ведущая использует «мягкий» стиль, переходя от одного вопроса к другому, делая осторожные переходы.

Когда ведущая «И. Шихман» спрашивает: *«А мне вот интересно, когда вы в последний раз плакали? То есть когда что-то в последний раз вас что-то задевало, выводило из себя?»* (выпуск 15.03.2028 с Ириной Хакамадой).

«Блин, выводит меня много чего, просто этого кто-то не замечает. А чтобы рыдать, но азиаты не плаксивые, поэтому я не помню, когда ныла, когда ребенку поставили смертельный диагноз, но это было больше 10 лет назад. Но меня может пробить на слезы, когда я смотрю ну очень трогательное кино». (выпуск 15.03.2028 с Ириной Хакамадой).

И. Шихман: *«А когда вы вот узнали об этом диагнозе. Вы это тихо переживали или вы это где-то делали в одиночку или вы не смогли сдержаться и делали это может на людях, как это было?»*.

Телеведущая уместно употребляет разговорный стиль общения. С помощью этого она настраивается на одну волну с собеседником, что позволяет тонко чувствовать и понимать его настроение, чувства, мысли и переживания. Внимательный и добрый взгляд, покачивание головой в знак согласия или понимания, повторение фразы – вот, пожалуй, и все приемы установления контакта Ирины. Шихман часто проводит тонкую границу между собой и собеседником: между участниками беседы стоит стол или остается расстояние

между стульями. Ведущая почти не допускает близкого физического контакта, сближаясь с героем в основном посредством вопросов.

Таким образом, программа И. Шихман «А поговорить», построена на принципах откровенного интервью, в ходе которого ведущая узнает о своих гостях самые интересные и провокационные факты. Ведущая программы «А поговорить» И. Шихман приглашает в студию политиков, ведущих, актёров, певцов и других знаменитых личностей. В процессе выпуска программы они обсуждают различные темы: от житейских до ситуации в мире. Также, ведущая задает каверзные вопросы, пытаясь выяснить самые интересные подробности о личной жизни знаменитостей.

Учитывая, что ведущая для коммуникации со многими гостями выбирает неформальное обращение на «ты», и редко сочетает это с обращением по имени и отчеству, чаще всего это обращение на «ты» и по имени, например, обращался просто «Коля», к Соболеву, Лолите – просто на «ты». Это можно в выводах. Для «Youtube» характерна большая неформальность общения.

Все выпуски направлены на полное раскрытие гостя, а его ведущая всегда знает, как себя вести с собеседником, чтобы он сам рассказал про себя самые интересные факты. В течение программы интересно наблюдать и за поведением Ирины и за постепенным раскрытием людей.

2.3 Специфика интервью «Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой

Алена Жигалова – журналист, блогер, интервьюер, репортер светских хроник. Всегда была в центре событий шоу-бизнеса, но особую известность в обществе получила после запуска авторской программы «Алена, блин!».

Настоящее имя – Елена Жигалова. Родом из города Вологды. День рождения – 22 декабря, точный год – неизвестен. Диплом о высшем образовании получила в 2006 году, поэтому ориентировочный возраст – 35-37 лет. Сценическое имя – Алена Блин – соцмедиа услышали в 2017 году.

Если понимать под понятием «жанр интервью», где ведущий задаёт вопросы, а гость отвечает, то да – «Алёна, Блин!», безусловно, соответствует

критериям. Но если интервью – это попытка найти правду с помощью диалога, осветить спорные моменты и посмотреть на человека под новым ракурсом.

Тип интервью – авторский.

Тематика – свободная.

Из записей блога и постам ВК следует, что Алена преданная фанатка Филиппа Киркорова. В сети есть достаточно совместных фото. Когда имя корреспондентки стало появляться на странице желтой прессы, коллеги начали подозревать ее кумира в сливе пикантных моментов из их жизни. В 2007 году Жигалова освещала скандальные новости о Максиме Галкине и была замешана в конфликте с Пугачевой. Тогда сфера шоу-бизнеса задавалась вопросом о том, кто такая дерзкая журналистка, которая осмеливается освещать факты из биографии звезд. Ирина Шихман берет эксклюзивные интервью у самых неожиданных гостей! А поговорить?.. – авторское, профессиональное, глубокое интервью.

Алена работала на такие издания, как Лайф и Экспресс-газета, где обзревала свежие события из медиа. Она была главным редактором журнала «Тайны звезд». Однако, репортера регулярно приглашают на фестиваль «Новая волна», где она ведет и взрослый, и детский конкурс. В инстаграме пресс-обозревателя гордо размещен пост об очередной просьбе сотрудничать на премии «Муз-ТВ». В 2017 году она попала в ТОП самых цитируемых авторов СМИ по обзору предстоящего Евровидения.

Шоу «Алена, блин!» – интервью со знаменитостями.

Канал на «Youtube» «Алена, блин!» был основан еще в 2008 году, но абсолютно не развивался. В 2017 Жигалова поворачивает карьерную биографию в сторону интервьюера. Первыми гостями ее передачи становятся Яна Рудковская, Лолита Милявская и Иосиф Пригожин. Журналистка виртуозно узнает личные тайны звезд – например, конфликты с коллегами или во сколько лет был первый сексуальный опыт. Но спустя 4 выпуска журналист сбавляет обороты и до осени 2019 Алена Блин не выпускает новых видео.

Авторский формат репортера в октябре 2019 решает взять издание Super. На канале журнал начинает размещать выпуски с интервью Алены Блин. Первой «жертвой» стал Дима Билан. Он же, по данным интернет-пабликов и личного фотоархива журналистки, является ее хорошим другом. Нашумевший инцидент на концерте в Самаре стал одной из обсуждаемых тем в беседе. За победителем Евровидения-2008 в студию к Жигаловой пришли Ольга Серябкина и Макс Фадеев. Последний рассказал о ликвидации своего лейбла и передаче авторских прав.

Особый интерес поклонников светских хроник вызвало видео с Давидом Манукяном. Блогер DAVA, который некогда стал второй половинкой поп-дивы Ольги Бузовой, поведал о прошлом из своей биографии. Также он объяснил истинные намерения на сердце поп-королевы и попытался развеять ошибочное мнение о том, что он альфонс. Этот выпуск программы за 2 недели посмотрело более 2 млн. человек.

Чуть меньший резонанс на «Youtube» вызвало интервью Алены с Айзой Анохиной, где бывшая жена Гуфа поделилась деталями текущего развода со вторым мужем. Интервьюер сделала акцент на совместном ребенке и его переживаниях, но Айза успокоила Жигалову и зрителей выпуска. Сын в силу возраста еще не понимает серьезность ситуации.

До успешных видео с рядом звезд у ведущей не состоялось интервью с музыкальным исполнителем Джиганом. Причину ярко осветили таблоиды, а сама Алена Блин разместила съемку с камер на своем канале в «Youtube». К тому же она опубликовала пост в инстаграме о том, что артист ведет себя крайне грубо. Большинство версий причины, по которой Джиган сорвал съемку очередного выпуска передачи, сошлись на банальной просьбе одного из его друзей пройти в туалет. Правда ребята отказались перед этим оформить пропуск, и кто-то даже перепрыгнул через турникет.

В марте 2020 вышли новые серии передачи «Алена, блин!», где интервьюер узнала о тяжелых моментах судьбы Леры Кудрявцевой и Клавы Коки. В своем инстаграме Жигалова сделала анонс на выпуск с Катей Гордон,

который на «Youtube» вышел 20 марта. Алена продолжает узнавать свежие интриги популярных личностей. А в период мировой проблемы с эпидемией она продвигает правило ношения масок, а также приглашает к себе на программу оставшихся в Москве звезд.

Анализируя гостей передачи «Алена, блин!», в гости была приглашена Дана Борисова... Однако я с пониманием отнеслась к тому, что она говорила. Она честно и откровенно рассказывала про свою наркотическую зависимость, и не стеснялась признавать свои ошибки.

Рассмотрим в качестве примера различные темы выпусков.

Исходя из данного примера видно, что при проведении интервью присутствует неформальная обстановка.

Например:

Алена: Ну ты правдоруб?

«Не могу сказать, что на 100 процентов, иногда во мне срабатывает инстинкт самосохранения, то есть я иногда думаю какую-то правду не стоит говорить, чтобы остаться при работе. Ну то есть, я думаю, что я живу точно так как те, кто родился в мое время, у кого есть подсознательный страх, что, если ты скажешь все до конца, тебя могут лишит работы». (выпуск 2.10.2017 с Лолитой).

Анализируя выпуски программы «Алена блин», мы можем наблюдать многообразие примеров начала коммуникации. С самого начала выпуска передачи становится понятно как ведущий будет обращаться к гостю, на «ты» или на «вы». Приведём примеры различного начала коммуникации:

Алена: 2006 год, фестиваль в городе Сочи, где ты зажигала на набережной и шла вдоль нее с бокальчиком виски и пела песни и зажигала по полной программе. Всем было весело и прекрасно, но многие, кто смотрел на это со стороны, что творилось у тебя на душе, что с этой женщиной происходит, скажи, что в тебя вселилось тогда.

*«Здравствуйте, вы знаете как на духу скажу, пошли все на*ер, тот, кто думал, что я делаю что-то не так. С другой стороны, я хочу сказать, что у*

меня особенный женский день, я у плиты, я варю пельмени, купила их в магазине...». (выпуск 2.10.2017 с Лолитой).

Из текста интервью видно, что ведущая начинает разговор с артистом просто, без фамильярности, на «ты».

Телеведущая хорошо владеет разговорным стилем, настраиваясь на одну волну с собеседником, внимательно слушает и задает наводящие вопросы. Обстановка больше неформальная, без установления границ между собеседником. Может проводить интервью как сидя за столом, не делая больших расстояний между собой и собеседником, также беседовать находясь в квартире, не делая дистанций.

Таким образом, программа «Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой, построена на принципах откровенного интервью. Телеведущая владеет техникой «видеть людей», она использует алгоритм, с правильной постановкой вопросов и фиксацией ответов.

Например:

Алена: *Откуда он там взялся на этом клипе?*

«Мы познакомились на съемках клипа, причем...у меня было несколько мероприятий, на тот момент стало модным направление блогерство, и мне хотелось с многими ребятами познакомиться и мы стали потихонечку дружить.. и как раз таки Давида, я видела его где-тои даже его пригласила на презентацию еще в июне, написала в Директ, сама..» (выпуск 26.03.2020 с Ольгой Бузовой).

Алена: *Может потому-то он тебе просто понравился внешне.*

«Вот-вот честно, такого не было вообще, не было, я слышала его одну песню, почему я решила его пригласить сниматься в клипе». (выпуск 26.03.2020 с Ольгой Бузовой).

Еще один пример:

Алена: *Какой гость хороший у нас. В гостях у нас Лера Кудрявцева, думала с чего начать с тобой разговор.*

«Я знаю точно, что я профессионал, всегда на любом телевидении есть люди, который там работают всю жизнь и за счет этого канала или какой-то программы». (выпуск 26.03.2020 с Лерой Кудрявцевой).

При отборе героев ведущая отталкивается от таких принципов: существует несколько факторов, и если хотя бы 2-3 из них в наличии, герой в шоу появится. Это: популярность персоны, громкий информповод или эксклюзив, которым он хочет поделиться, наличие своей собственной широкой аудитории в социальных сетях и «ораторские» способности самого героя – умение интересно что-то рассказывать, активная жизненная позиция и собственное мнение по разным вопросам.

Проект «Алена, блин!» – авторское интервью, был запущен который больше двух лет назад. Вернулись к проекту в прошлом году и создали его на базе сайта «Super.ru». Сейчас уже собралась команда очень профессиональных людей, работающих над выпусками.

Специфика ведения заключается в том, что ведущая не показывает вопросы героям, происходит обсуждение тем, на которые ведутся беседы и обозначаются нюансы. Согласования могут быть только в том, случае, если герой интервью имеет свои убеждения насчет религии и национальности. Всё это учитывается. Но больше – никаких «согласований». Интервью проводится часто в непринуждённой и комфортной обстановке. Если обратить внимание на оформление студии, то она напоминает красочные обложки бульварных изданий, пародирующих глянец на плохой бумаге. Пока остальные проекты пытаются развиваться, Жигалина не выходит из классического формата, где ведущий два часа сидит на стуле напротив гостя.

С точки зрения пиара ситуация более чем выигрышная для гостя. Но исключительно со своей стороны. Без критики, без оппонента в виде ведущего.

Уже сейчас это шоу называют новым YouTube-таблоидом. Алена – совершенно неформатная ведущая, которая "берет" умом, харизмой и талантом. «Алёна, Блин!» – во всех смыслах статичная программа. Важная отличительная черта подхода Жигаловой ещё и в том, что говорит только гость, а она

большую часть времени молчит. Казалось бы, очевидный плюс. Ведущая не перетягивает на себя всё внимание. На деле же это ещё один атрибут комфорта. У Алёны нет задачи задавать острые вопросы, чем она, судя по всему, очень гордится. Вот её цитата из интервью ОК.Magazine.

Жигалина: «У нас очень много YouTube-шоу в жанре интервью, где интервьюерам в первую очередь важно показать себя: какой он крутой, как он умеет «загнать в угол» собеседника, как он может его «поставить на место» – такими штуками, знаю, многие очень гордятся. А где за этим всем сам собеседник, хочется спросить?»

Этот зажавшийся в угол человек, напряженный, думающий только о том, как ему отбить новую «атаку», и совершенно не расположенный что-то рассказывать и чем-то делиться. Не перебивать, выслушать, расположить к себе и, в первую очередь, показать собеседника, а не себя, и получить взамен доверие и настоящие откровения – об этом редко кто думает. В шоу «Алёна, блин!» главный все-таки гость, а не я».

Подводя итоги, следует отметить, что журналист использует три формы отношения позиций ведущего и «третьих лиц»: представляет информацию для достоверности, производит её оценку и даёт возможность высказаться по этому поводу собеседнику и продолжает выводить его мысль в нужное русло.

Все выпуски направлены раскрытие гостя в полной мере, путем наводящих вопросов, гость начинает рассказывать много интересных фактов о себе. Исходя из вышеперечисленного, программа «Алёна, блин!» с Алёной Жигаловой представляет обзор жизни персонажа, что говорит о личном стиле ведущей. Интервью представляет краткий обзор жизненный пути собеседника.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире телевизионная журналистика не только достаточно активно развивается, но и занимает важнейшую роль в определении позиции каждого человека. После долгого развития и становления интервью как жанра, оно стало независимым, получило иной способ презентации и проявления. Интересным является возникновение и сама история этого жанра, происходящего в течение эпохи, под влиянием научно-технического прогресса и ряда тормозящих развитие факторов.

В заключение мы пришли к выводу, что в теоретической части работы, говорится о понятии и самом термине интервью, а так же о том, что за долгую историю своего существования он прогрессировал и видоизменялся, превратился в самостоятельный жанр.

Мы наблюдали, как научно-технический прогресс переместил интервью с печатного на аудиовизуальное. Как интервью стало по-настоящему важным и необходимым жанром, который ранее был недооценен.

Далее мы изучили этапы подготовки к интервью и его проведения, жанровостилистические особенности, задачи, виды интервью, которые позволяют решить поставленные задачи, типы собеседников и формы изложения интервью. Также мы изучили виды реакции собеседников на разные вопросы.

На основе изученной теоретической базы мы проанализировали особенности жанра интервью в современных медиа на примере видеохостинга «YouTube» ВДудь» с Юрием Дудем, специфика «YouTube» канала «А поговорить...?» с Ириной Шихман, канала « Алёна,блин!» с Алёной Жигаловой.

Важным и решающим моментом интервью в сетевых медиа является платформа, на которой выходит медиапродукт. В интернете (в сравнении с традиционными видами СМИ) меньше препятствий и ограничений, следовательно, свобода находит свое отражение в речевом поведении

говорящих. Интервьюер может позволить себе нарушать культуру речевого поведения и такие аспекты как чистоту речи и её эстетичность, посредством использования ненормативных выражений, грубой лексики, жаргонизмов, вульгаризмов, обесцененной лексики, иногда даже матерной.

Интервью из официальной беседы всё чаще в программе «вДудь» трансформируется в приятельский разговор, где ведущий может позволить себе часто смотреть в экран смартфона, чтобы процитировать гостя или вспомнить следующий вопрос. В программах «А поговорить?» и «Нежный редактор» таких трансформаций не происходит.

Форматы программ представляют собой «перебивки», в которых собеседники перемещаются на другие локации съёмочной площадки, и зачастую именно в этих «перебивках» звучат наиболее провокационные, неудобные и самые личные вопросы, то есть мы можем говорить о зависимости речевого поведения интервьюера от места проведения интервью. Множество вариантов проведения съёмки (студия, рабочий кабинет, дом, офис, квартира, улица) демонстрируют разнообразное поведение собеседников, следовательно, мы можем говорить о зависимости речевого поведения интервьюируемого от локации проведения съёмки.

В итоге, мы проследили стратегии и тактики автора на примере ТВ-программы: И.Шихман « А поговорить..» Рассмотрели своеобразие жанр интервью на «YouTube»-канале И. Шихман. Мы проанализировали программу «А поговорить...». Анализируя программу И.Шихман « А поговорить..» наблюдаем, что ведущая ведет себя тактично, создает непринужденную комфортную обстановку. В профессиональном плане особый интерес для нас представляют методы раскрытия личности героя, используемые журналистами высокого уровня известности. Основная задача журналиста - раскрыть своего гостя не только как профессионала в какой-либо области, но и обнажить его как личность: выяснить его увлечения, взгляды на те или иные вещи, переживания и т.д.

Таким образом, система вопросов в программе «А поговорить» кажется более структурированной, подготовленной, логически понятной, она не вызывает ощущения «цунами». При этом журналистка использует по большей части открытые вопросы, что позволяет собеседнику выдохнуть, расслабиться и открыться.

Анализируя выпуски программ, мы заметили разность интенций у ведущих. Алена Жигалова с помощью воздействующих приёмов пытается узнать мнение собеседника об интересующей её и её зрителей проблеме, вызвать интервьюируемого на эмоции, для того, чтобы узнать правдивую информацию в том или ином вопросе. Ирина Шихман ставит перед собой цель постепенного раскрытия человека, как многогранной личности.

Проанализировав упомянутые выше программы и их выпуски, выходящие на известном видеохостинге, нам удалось выявить закономерности, связанные с частотой употребления разных видов вопросов и определить доминирующий приём воздействия на собеседников. Из данного анализа мы можем сделать вывод, что, цели программы преследуют одни и те же. Используются различные пути и средства их достижения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Андрианова, Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах / Н. С. Андрианова. М. : НикколоМедиа, 2018. – С. 14-21.
- 2 Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества: учеб. пособие для студентов вузов. – М. : Омега, 2018. – 424 с.
- 3 Безбородова, Ю. В. Жанры газетной журналистики : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 031300.62 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»); 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере») / Ю. В. Безбородова, Долгина Е. С. Нижневартовск, 2018. – С. 21.
- 4 Бейненсон, В. А. Развитие форматов и жанров медиакритики в условиях мультимедийности / В. А. Ворошилов // Век информации. 2017. – М. : Инфра, № 4. – С. 51-57.
- 5 Бердышева, Н. Ю. Интервью как творческий метод ведения популярного видеоблога / Век информации. – СПб. : Путь, 2018. – С.21-27.
- 6 Богданов, Н. Г. Справочник журналиста / Н. Г. Богданов, Б. А. Вяземский. – Л. :Инфра, 2018. – 671 с.
- 7 Борецкий, Р. А. Информационные жанры телевидения / Р. А. Борецкий. – М. : Инфра, 2017. – 455 с.
- 8 Борецкий, Р. А. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] / Р. А. Борецкий, В. Л. Цвик. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. – 17.03.2017.
- 9 Волохонский, В. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet: сб. науч. тр. / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. – СПб. : СПбГУ, 2017. – 235 с.
- 10 Ворошилов, В. В. Журналистика: учеб. Пособие / В. В. Ворошилов, В. А. Михайлова. – СПб. : Инфра, 2017. – 360 с.

- 11 Вшивкова, М. А. Videоблог как средство коммуникации / М. А. Вшивкова, К. К. Хатанзейский // Неделя науки СПбПУ : материалы науч. конф. с междунар. участием. – М. : Омега, 2018. – С. 265-267.
- 12 Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация / О. Я. Гойхман. – М. : Инфра, 2018. – 272 с.
- 13 Грабельников, А. А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. – М. : Инфра, 2018. – С.63
- 14 Гуревич, С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2018. – С.102
- 15 Долгина, Е. С. Интервью: понятие, цель, задачи, функции / Е. С. Долгина, М. А. Веснина // Молодой ученый. – М. : НикколоМедиа, 2017. № 7. – С. 1109.
- 16 Еремина, Л. И. Диалогизация как способ построения публицистического текста. Стилистика русского языка. Жанрокоммуникативный аспект стилистики текста / Л. И. Еремина. – М. : Омега, 2018. – 640 с.
- 17 Иванова, И. Жанр интервью : формы бытования и языковые особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. Иванова. – Астрахань, 2019. – 29 с.
- 18 Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. – 236 с.
- 19 Ильченко, С. Н. Интервью в журналистском творчестве : учебное пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, 2017. – 93 с.
- 20 Ирина Шихман: «Youtube»-канал «А поговорить?» больше не связан с холдингом мэрии Москвы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://tvrain.ru/news/shihman_moskva_media-502211/. – 20.02.2020.
- 21 Качкаева, А. Г. Жанры и форматы современного телевидения: последствия трансформации / А. Г. Качкаева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – М. : Проспект, 2018. – № 6 – С. 42-51.

- 22 Ким, М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким, В. А. Михайлова. – СПб. : Проспект, 2017. – С. 74.
- 23 Кодола, Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы / Н. В. Кодола. – М. : Аспект Пресс, 2018. – 175 с.
- 24 Кожина, М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М. Н. Кожина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта: Наука, 2018. – 696 с.
- 25 Колесниченко, А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие [Электронный ресурс] / А. В. Колесниченко. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm>. – 13.02.2018.
- 26 Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик. – М. : НикколоМедиа, 2017. – С. 52.
- 27 Кузнецов, Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский и др. – М. : Инфра, 2019. – С. 65.
- 28 Лукина, М. М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / М. М. Лукина. – СПб. : Искусство, 2018. – С. 147.
- 29 Лущиков, В. А. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов / В. А. Лущиков, М. В. Терских // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер: Общественные науки. – М. : Проспект, 2018. – № 14. – Т. 4. – С. 66.
- 30 Макки, Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только / Р. Макки. – М. : Альпина нон-фикшн, 2017. – 456 с.
- 31 Михайлова, О. В. Толковый словарь русского языка / О. В. Михайлова. – СПб. : ООО «Полиграфуслуги», 2018. – С. 146.
- 32 Мулюкова, А. И. Жанровое разнообразие видеоблогинга в России / А. И. Мулюкова, Н. А. Ахметьянова // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: матер. VII Всерос. научно-практич. конф. Рос. ун-т дружбы народов, 10 ноября 2017 г. – М. : РУДН, 2017. – С. 292-295.

- 33 Программа «А поговорить?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. – 14.06.2019.
- 34 Программа «вДуть» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHr8zJ6l7_hIuA. – 16.05.2019
- 35 Программа «Нежный редактор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/channel/UCByhZ-JEe5OOZSuq0uaXOng> – 24.06.2019.
- 36 Самарцев, О. Р. Творческая деятельность журналиста: Очерки теории и практики: учебное пособие под общ. ред. Я.Н. Засурского / О. Р. Самарцев. – 2-е изд. – М. : Академический Проект; Гаудеамус, 2018. – 526 с.
- 37 Свитич, Л. Г. Феномен журнализма / Л. Г. Свитич. – М. : Аспект-Пресс, 2017. – 252 с.
- 38 Сипко, Е. С. Популярность влогов в информационном пространстве России / Е. С. Сепко // Учен. записки Крым. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Филол. науки. – 2017. – № 4. – Т. 2 (68). – С. 22-28.
- 39 Тепляшина, А. Н. Методологические основы жанрообразования в масс-медиа / А. Н. Тепляшина. – СПб. : Логос, 2018. – С. 47.
- 40 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб.пособие / А. А. Тертычный. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект-Пресс, 2017. – С. 32.
- 41 Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие [Электронный ресурс] / А. А. Тертычный. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>. – 10.03.2017.
- 42 Цвик, В. Л. Классическая теория жанров и современные телевизионные форматы / В. Л. Цвик // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – М. :Проспект, 2018. – № 6. – С. 52-55.
- 43 Цвик, В. Телевизионная журналистика : учеб. пособие для студентов вузов / В. Цвик. – М. : Проспект, 2019. – 382 с.
- 44 Шарапов, Э. Х. Жанр интервью: видовая составляющая / Э. Х. Шарапов. – Текст : непосредственный, электронный // Молодой ученый. – 2017.

– № 12 (146). – С. 668-671. – Режим доступа :
<https://moluch.ru/archive/146/41075/>. – 11.04.2020.

45 Шестеркина, Л. П. Методика телевизионной журналистики. Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – Режим доступа :
<http://dedovkgu.narod.ru/bib/shestjorkina.htm>. – 20.03.2017.

46 Шостак, М. Журналист и его произведение / М. Шостак. – М. : Инфра, 2019. – С. 44.

47 “Our shared knowledge of the rules of any film genre enables us to understand and evaluate individual genre films, just as our shared knowledge of English Grammar enables me to write this sentence and you to interpret it.” / T. Schatz // *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System*. – New York, 2019. – P. 566.

48 O’Reilly T. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. – 2017. – P. 73.

49 30 September. Режим доступа :
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=3>. – 13.06.2020.

50 “It may seem like a trivial piece of functionality now, but it was effectively the device that turned weblogs from an ease-of-publishing phenomenon into a conversational mess of overlapping communities. For the first time it became relatively easy to gesture directly at a highly specific post on someone else's site and talk about it. Discussion emerged. Chat emerged. And-as a result friendships emerged or became more entrenched. The permalink was the first and most successful attempt to build bridges between weblogs”. / O’Reilly T. 2018. – P. 3.