

Специфика развития портретного интервью и реализации коммуникативного поведения интервьюеров на платформе YouTube

Кузнецова Александра Романовна

Студент (бакалавр)

Тамбовский государственный технический университет, Тамбовская область, Россия

E-mail: kuznetsova_alexandra55573@mail.ru

Видеохостинг YouTube, по данным исследовательской компании Mediascope, по состоянию на январь 2022 года занимает 3 место по охвату аудитории в России [2]. Высокая популярность и широкие возможности данного интернет-ресурса оказываются востребованными для развития журналистских жанров, в частности, именно эту площадку профессиональные журналисты и иные медийные персоны выбирают для работы в жанре портретного интервью.

YouTube как канал массовой коммуникации привлекателен в силу многих факторов. Платформа позволяет взаимодействовать с очень широкой аудиторией. Для начала деятельности, по сути, нет входного порога - любой может завести канал и начать выпускать собственный контент (в рамках политики YouTube). Видеохостинг, в отличие от традиционных СМИ, практически не подвержен внутреннему цензурированию, формат контента и рамки самоцензуры определяет автор.

Для интервьюеров YouTube открывает новые возможности: здесь отсутствуют традиционные ограничения в коммуникативном плане и ограничения, связанные с дорогостоящим эфирным временем (длительность видео на YouTube может достигать 12 часов) [3], есть возможность реализовать свой творческий потенциал и авторский подход в полном объеме, смешивать жанры, создавать условия для непринужденной беседы с гостем. Во многом определяющими становятся два фактора: интересы автора-интервьюера и интересы аудитории в их взаимодополняемости. Интервьюер (и его команда) создает контент, его аудитория смотрит и откликается, автор получает обратную связь (механизмов для этого на YouTube достаточно) и с ее учетом продолжает создавать новый контент.

Однако стоит отметить и обратную сторону данных перспектив. Некоторые исследователи вполне справедливо отмечают падение нравственной культуры на YouTube из-за некоторой вседозволенности интервьюеров в плане выбора лексики (часто может использоваться сниженная, просторечная лексика, нецензурная брань), тем для обсуждения и т.д. [1]. YouTube - это блогосфера, которая практически не регулируется, из-за чего нередко возникают вопросы об ответственности интервьюеров за информацию, которую они распространяют.

Тем не менее, на данной платформе успешно продолжают свою деятельность как профессиональные журналисты, так и начинающие интервьюеры, которые создают качественный контент.

Особенности портретных интервью на YouTube можно проиллюстрировать на примере нескольких интервьюеров, отличающихся степенью популярности, акцентами в тематике, избранными тактиками поведения и т.п.

На данный момент самым популярным интервьюером на YouTube является Юрий Дудь (канал «вДудь»): на начало марта 2022 года у него 9,84 млн подписчиков и более 1,6 млрд просмотров. Героями его интервью становятся различные медийные фигуры. С каждым из них он выстраивает коммуникацию по-разному, в зависимости от статуса интервьюируемого, ситуации: например, заметна разница в его поведении в беседе с журналистом Владимиром Познером или актером Константином Хабенским (обращение на «Вы», большая

сдержанность) и стендап-комиком Нурланом Сабуровым или актером Павлом Деревянко (обращение на «ты», некоторая расслабленность, меньшее внимание к используемой лексике). При этом сохраняется его общий авторский стиль: Дудь - активный интервьюер, он часто выражает свою личную позицию. Вопросы он задает довольно резко, обращаясь в том числе и к острым, провокационным темам. Его речь свободна, также свободен и его внешний стиль. Тем не менее, основной задачи - раскрыть личность героя - Дудь, как правило, достигает, работая профессионально и современно.

Популярным интервьюером на YouTube также является Ирина Шихман («А поговорить», 2,13 млн подписчиков, 334 млн просмотров), которую часто называют «женской версией Дудя». Ирина Шихман - опытный интервьюер, она внимательно оценивает ситуацию и настроение собеседника, выбирая тактику поведения, может быть как понимающим, соглашающимся интервьюером, так и переходить в дискуссию. Она также не боится задавать неудобные вопросы, вызвать на откровенность, периодически использует сниженную лексику, но не пытается шокировать. Обычно она обращается к собеседнику на «ты», создавая доверительную атмосферу. Часто она выстраивает разговор так, чтобы собеседник сам вышел на интересующую ее и зрителей тему.

Активность Ирины Шихман как интервьюера выражается не только вербально, но и на уровне жестов и мимики: странные улыбки, наклоны головы, закатывание глаз порой весьма красноречиво выражают ее позицию.

Ирина Шихман придерживается более сдержанного стиля, но в целом в ее интервью отличаются свободой ведения интервью, мысли, способов ее выражения.

Отличается от вышеназванных интервьюеров Николай Солодников и его манера ведения интервью («ещенепознер», 775 тыс. подписчиков, более 85 млн просмотров). Обычно его герои - люди культуры. Как интервьюер он более мягкий, эмпатичный; практически никогда не задает острых вопросов, не вступает в спор с героем. Для Николая Солодникова собеседник - не оппонент, он пытается понять его, раскрыть именно позицию героя для зрителя. Например, в споре о критике с Николаем Цискаридзе Николай Солодников уступает ему, хотя явно с его точкой зрения не соглашается - у него просто нет задачи переубедить. Солодников как интервьюер более сдержан, доброжелателен и аккуратен в коммуникативном плане.

Итак, как можно заметить, жанр портретного интервью на платформе YouTube продолжает активно развиваться, переживая некоторые трансформации и открывая новые возможности для интервьюеров.

Источники и литература

- 1) Баранова Е.А. Трансформация жанра интервью на YouTube платформе / Е.А. Баранова//ЖУРНАЛіСТЫКА - 2020: СТАН, ПРАБЛЕМЫ і ПЕРСПЕКТЫВЫ Матэрыялы 22-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Мінск, 2020. - с.110-113 URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44347487> (дата обращения: 28.02.2022)
- 2) Рейтинги (Интернет)/Данные по аудитории СМИ// Исследовательская компания Mediascope URL: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 1.03.2022)
- 3) Справка- YouTube URL: <https://support.google.com/youtube/?hl=ru-RU#topic=9257610> (дата обращения: 28.02.2022).