

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра

Журналистика

(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Коммуникативный инструментарий жанра интервью на сетевой платформе

Обучающийся

А. А. Мурашова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, М.В. Орлова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Выпускная квалификационная работа посвящена специфике коммуникативного инструментария жанра интервью на платформе YouTube.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что согласно опросу Всероссийского центра изучения общественного мнения, в последнее время увеличилось количество ежедневных пользователей сети Интернет и возросла популярность платформы YouTube как источника информации. Многие журналисты начали производить контент для данной платформы, например, Ксения Собчак, Катерина Гордеева, Алексей Пивоваров, Ирина Шихман и другие. Нетипичный для телевидения формат и при этом широкая популярность блогеров могут свидетельствовать о формировании у них специального коммуникативного инструментария, который используется во время интервью для раскрытия героя и привлечения массовой аудитории. Под коммуникативным инструментарием предполагаются атрибуты пространства, в котором проходит интервью, атмосфера, создаваемая журналистом или блогером, имидж интервьюера, различные тактики и приемы общения, применяемые в разговоре (в т. ч. жесты, мимика, интонации и так далее).

В первой главе «Жанр интервью в сети Интернет» систематизируются теоретические знания о жанре интервью и о коммуникативном инструментарии, используемом в нем.

Во второй главе «Специфика коммуникативного инструментария жанра интервью авторских YouTube-каналов» проводится анализ YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой», с целью выявить и классифицировать коммуникативный инструментарий, практикуемый блогерами, и сделать вывод относительно эффективности его использования. В заключении представлены выводы по итогам проделанной работы. Список используемой литературы и используемых источников состоит из 51 наименования.

Оглавление

Введение	4
Глава 1 Жанр интервью в сети Интернет	8
1.1 Жанровые особенности телевизионного интервью	8
1.2 Коммуникативный инструментарий интервью	18
Глава 2 Специфика коммуникативного инструментария жанра интервью авторских YouTube-каналов	31
2.1 Типологическая характеристика YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой»	31
2.2 Особенности коммуникативного инструментария жанра интервью YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой»	37
Заключение	56
Список используемой литературы и используемых источников	60

Введение

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена несколькими причинами. Первая из них – увеличение ежедневных пользователей сети Интернет согласно опросу ВЦИОМ за 2020 год [4] Вторая – возрастание популярности платформы YouTube как источника информации. Она оказалась на втором месте, набрав 75% в опросе ВЦИОМ за 2021 год [6]. А человеком 2021 года, согласно тому же ВЦИОМ, стал видеоблогер с YouTube – Юрий Дудь¹ – 5% как блогер и 4% – как журналист [5]. Основной его контент – интервью. На момент написания бакалаврской работы у канала 9,85 млн подписчиков [33].

Кроме него, на платформе весьма популярны YouTube-каналы Ксении Собчак («Осторожно: Собчак», 2,9 млн подписчиков), Катерина Гордеева («Скажи Гордеевой», 455 тыс. подписчиков), Алексея Пивоварова² («Редакция», 2,72 млн подписчиков), Ирина Шихман («А поговорить?», 2,12 млн подписчиков) и ряд других. Интервью перечисленных блогеров отличается от традиционного телевизионного интервью ряд характеристик, одна из них – хрономераж. Каждое интервью имеет продолжительность около часа (или более часа).

Несмотря на «клиповое мышление», характерное для людей 21 века, подкасты блогеров набирают миллионы просмотров. Такая тенденция может свидетельствовать о формировании блогерами специального коммуникативного инструментария, который используется во время интервью для раскрытия героя и привлечения широкой аудитории. Под коммуникативным инструментарием предполагаются атрибуты пространства, в котором проходит интервью, атмосфера, создаваемая журналистом или блогером, имидж интервьюера, различные тактики и приемы общения, применяемые в разговоре (в т. ч. жесты, мимика, интонации и так далее).

¹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

² Признан иностранным агентом на территории РФ.

Объект выпускной квалификационной работы – коммуникативный инструментарий жанра интервью.

Предмет выпускной квалификационной работы – коммуникативный инструментарий жанра интервью на авторских YouTube-каналах «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой».

Цель работы – на основе анализа авторских YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой» определить специфику коммуникативного инструментария жанра интервью на платформе YouTube.

Задачи:

- систематизировать теоретический и практический материал о коммуникативном инструментарии жанра интервью;
- провести типологический анализ YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой»;
- выявить особенности коммуникативного инструментария жанра интервью YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой».

Теоретико-методологическую базу составили труды учёных и теоретиков жанров журналистики: А. А. Тертычный «Жанры периодической печати» [19], М. М. Лукина «Технология интервью» [16], Н. В. Кодола «Интервью: методика обучения, практические советы» [9], а также теоретики и практики области телевидения: Г. В. Кузнецов «Так работают журналисты ТВ» [13], В. Л. Цвик «Телевизионная журналистика» [23].

Понятие «коммуникативный инструментарий» рассматривалось на основе работ П. А. Якупова «Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры» [26], Г. М. Андреевой «Социальная психология» [2], С. А. Муратова «Телевизионное общение в кадре и за кадром» [17], А. В. Колесниченко «Настольная книга журналиста» [10], Л. В. Ениной и В. Ф. Зыкова «Практика журналистского общения» [7] и статьи Л. Г. Антоновой и Ю.

А. Башловкиной «Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube» [3].

Для того чтобы реализовать поставленные задачи, использовались следующие методы работы: библиографический метод – для отбора научных источников по теме исследования, метод критического изучения источников – для систематизации материала о формально-содержательной характеристике жанра «интервью» и понятия «коммуникативного инструментария», а также описания их специфики на платформе YouTube. Теоретико-типологический метод применялся для характеристики изданий и интернет-платформ.

В эмпирическую базу вошли YouTube-каналы «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой».

Хронологические рамки исследования составили период с сентября 2021 по апрель 2022 года.

Жанр интервью теоретиками интервью на сегодня изучен достаточно, а вот коммуникативный инструментарий жанра интервью на платформе YouTube нуждается в дальнейшем исследовании. Потому теоретическая значимость данной выпускной квалификационной работы состоит в систематизации информации о коммуникативном инструментарии жанра интервью на платформе YouTube. А практическая значимость заключается в формулировании рекомендаций для блогеров и журналистов-практиков относительно использования коммуникативного инструментария во время проведения интервью.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы и используемых источников.

Во введении определяется актуальность темы, обозначаются объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи; озвучивается теоретико-методологическая база, методы исследования, эмпирическая база исследования, практическая и теоретическая значимость работы, описывается структура выпускной квалификационной работы.

В первой главе «Жанр интервью в сети Интернет» рассматриваются понятия «жанр», «интервью», «беседа», «телевизионное интервью», «коммуникативный инструментарий», «коммуникация», дана формально-содержательная характеристика жанра интервью, описана специфика работы интервьюера на телевидении, а также рассмотрены особенности коммуникативного инструментария интервьюера с точки зрения журналистики и психологии коммуникации.

Во второй главе «Специфика коммуникативного инструментария жанра интервью авторских YouTube-каналов» дана типологическая характеристика YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой», проведен анализ коммуникативного инструментария, используемого каждым из блогеров, и представлены выводы относительно эффективности использования коммуникативного инструментария.

В заключении сформулированы выводы по итогам работы. Список используемой литературы и используемых источников включает 51 наименование.

Глава 1 Жанр интервью в сети Интернет

1.1 Жанровые особенности телевизионного интервью

Согласно толковому словарю Д. Н. Ушакова, интервью – это «беседа представителя печати с каким-нибудь общественным деятелем по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес» [22]. В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой сообщается, что интервью – это «предназначенная для распространения в средствах массовой информации беседа с каким-либо лицом в форме вопросов и ответов на представляющие общественный интерес темы» [21]. Сравнивая данные определения, можно отметить, что у них есть общее смысловое ядро – интервью в любом случае связано с общением людей, и это общение посвящено тому, что представляет общественный интерес.

Для научной работы, разумеется, недостаточно обратиться только к толковым словарям, которые сообщают информацию, достаточную для обыденного понимания. Рассмотрим исследования специализированного характера.

А. А. Тертычный [19] отмечает, что «выделение жанра «интервью» произошло в результате того, что ряд публикаций, в ходе создания которых (при сборе материала) был применен метод интервью, фиксирует собой реальный процесс интервьюирования или же специально строится в вопросно-ответной форме (форме интервью)» [19].

По содержанию А. А. Тертычный выделяет два вида интервью – информационное и аналитическое, при этом «...информационное интервью ставит перед собой цель лишь проинформировать читателя о предмете авторского интереса, но отнюдь не проанализировать этот предмет» [19]. Что касается аналитического интервью, то в нем, по мнению автора, главной целью является глубокий анализ ситуации и получение ответов на возможные вопросы читателей.

По форме получения информации А. А. Тертычный выделяет еще и такие похожие, но не являющиеся разновидностью интервью жанры, как блиц-опрос, вопросно-ответная форма, анкета, комментарий. Отдельно автор рассматривает жанр беседы – схожий с интервью, но отличный по сути: «...между жанрами существует очень важное различие. И заключается оно прежде всего в той роли, которая отводится журналисту-интервьюеру и журналисту-собеседнику, что оказывает существенное влияние на содержание самих текстов интервью или беседы» [19]. Журналист-собеседник – это равноправный создатель содержания текста.

Рассматривая жанр интервью, нельзя не обратиться к работе М. М. Лукиной «Технология интервью», где автором выделяются шесть разных видов интервью: информационное, оперативное, блиц-опрос, интервью-расследование, портретное и креативное (его, по мнению автора, «чаще называют беседой, диалогом») [16].

Одна из главных теоретиков жанра интервью Н. В. Кодола формулирует такое определение: «Интервью – жанр публицистики, который, как правило, реализуется в форме диалога: вопросы журналиста и ответы интервьюируемого лица на актуальные темы» [9, с. 7]. Главными достоинствами этого жанра Н. В. Кодола называет «злободневность» и «общественную значимость», что говорит об идентичном понимании данного вопроса с другими теоретиками. По целям и задачам она выделяет три вида интервью: информационное, аналитическое и художественно-публицистическое [9, с. 11].

Исследователь Г. В. Кузнецов, теоретик и практик тележурналистики, определяет интервью как «нормальный человеческий разговор, одинаково интересный для обоих собеседников», при условии, что рядом стоит телекамера. При этом сам исследователь считает эту формулировку «ненаучным взглядом» [13].

Г. В. Кузнецов отмечает, что на телевидении «существует несколько основных разновидностей интервью, знать которые необходимо хотя бы для того, чтобы не оказаться в роли известного русского народного персонажа,

который плакал на свадьбе и плясал на похоронах» [13]. Он выделяет четыре разновидности интервью: информационные, портретные, проблемные и так называемые уличные, типа «вокс-поп» (интервью-анкета). Информационные интервью, в свою очередь, автор делит на два вида – интервью-факт и интервью-мнение.

В. Л. Цвик в работе «Телевизионная журналистика» определяет целеполагание интервью следующим образом: «Используют жанр интервью лишь тогда, когда интервьюируемый может сказать больше, чем журналист, или когда интервьюируемый поддерживает некую общественную кампанию, если обсуждаемый вопрос стоит в центре внимания множества людей и важно подчеркнуть единство или различие взглядов» [23].

Интервью, по мнению В. Л. Цвик, относится к информационным жанрам тележурналистики. В зависимости от задачи можно выделить «интервью-мнение (высказывание по какому-либо поводу) и интервью-факт (сообщение о чем-либо известном данному лицу)» [23, с. 139]. В зависимости от цели В. Л. Цвик выделяет пять видов интервью: информационное (получение определенных сведений), проблемное (выявление различных точек зрения), интервью-портрет (выявление системы духовных, нравственных ценностей интервьюируемого), интервью-анкета (выяснение мнений по определенному вопросу у различных собеседников, как правило, не вступающих в контакт друг с другом), протокольное (получение официальных разъяснений по вопросам внутренней и внешней политики государства) [23, с. 139].

Беседа в классификации В. Л. Цвик стоит обособленно от интервью — «это специфический телевизионный жанр аналитической публицистики, представляющий собой диалогическую форму сообщения» [23, с. 151]. Отличительной чертой беседы, по мнению автора, является тематизация, то есть определение определенной темы (политической, экономической, социальной, морально-этической, научной и других тем).

В отличие от определений понятия «беседа», предложенных М. М. Лукиной и А. А. Тертычным, которые акцентируют внимание на том, что беседа

– это разговор с собеседником на равных, В. Л. Цвиг выделяет этот жанр как разговор многих людей: «Здесь речь идет о передаче, в которой принимают участие несколько человек, поочередно рассказывающих что-либо, обменивающихся мнениями, дополняющих друг друга. Журналист, принимающий участие в такой беседе, – не интервьюер, а ведущий. Он является полноправным участником разговора и организатором беседы; его роль скорее похожа на роль гостеприимного хозяина, который следит за тем, чтобы все гости имели возможность высказаться» [23, с. 151]. Кроме того, В. Л. Цвиг выделяет беседу-дискуссию как «жанр, особенно притягательный для телеэкрана, ибо ярко демонстрирует движение живой мысли, процесс ее рождения, развитие, достижение цели, происходящие на глазах у зрителей» [23, с. 152]. В отличие от беседы в дискуссии сталкиваются разные мнения людей, и журналист может включить аудиторию в процесс исследования и поиска истины. Стоит отметить, что В. Л. Цвиг в классификации вопросно-ответных разговорных форм организации содержания материала выделяет и такие жанры, как дебаты, ток-шоу, пресс-конференция и брифинг.

Е. Г. Лебедева дает определение жанра интервью: «Интервью – это, с одной стороны, способ получить информацию путем непосредственного общения с человеком, владеющим этой информацией, а с другой – публицистический жанр в форме беседы, диалога, в котором интервьюер с помощью вопросов помогает собеседнику полнее и логичнее раскрыть заданную тему» [40]. Одними из главных задач интервью автор называет: сообщить новость, повлиять на общественное мнение и «разговорить» человека. Главной особенностью в своей работе исследователь считает то, что любая новость в интервью будет «персонифицирована человеком, мнение которого по каким-либо причинам важно для аудитории» [14]. Также она говорит о том, что в современной блогосфере происходят определенные трансформации жанра, связанные со слиянием жанров интервью и беседы, что чаще всего происходит на платформе YouTube. «В настоящее время развиваются различные каналы, чей контент следует рассматривать как

трансформацию и синтез жанров предметно-личностного интервью и беседы» [18]. Обобщим описанные классификации жанров (таблица 1).

Таблица 1 – Виды интервью

ФИО исследователя	Вид	Смежные формы
Тертычный А. А.	<ul style="list-style-type: none"> – информационное – аналитическое 	<ul style="list-style-type: none"> – блиц-опрос – вопросно-ответная форма – анкета – комментарий – беседа
Лукина М. М.	<ul style="list-style-type: none"> – информационное – оперативное – блиц-опрос – интервью-расследование – портретное – креативное 	
Кодола Н. В.	<ul style="list-style-type: none"> – информационные – аналитические – художественно-публицистические 	
Кузнецов Г. В.	<ul style="list-style-type: none"> – информационные (интервью-мнение, интервью-факт) – портретные – проблемные – «вокс-поп» 	
Цвик В. Л.	<ul style="list-style-type: none"> – информационные (интервью-мнение, интервью-факт) – проблемное – интервью-портрет – интервью-анкета протокольное 	<ul style="list-style-type: none"> – беседа – беседа-дискуссия – дебаты – ток-шоу – пресс-конференция – брифинг

Таким образом, существует несколько подходов к классификации интервью, в основном исследователи выделяют информационное и аналитическое интервью, ряд теоретиков выделяют жанр беседы.

В данной выпускной квалификационной работе рассматриваются интервью на платформе YouTube. Как было отмечено выше, на этой платформе происходит определенная трансформация жанра, связанная со слиянием

жанров интервью и беседы. И именно о таком синтезированном аналитическом жанре будет идти речь в работе.

Теоретик М. М. Лукина посвящает отдельную главу особенностям интервью в эфире. Одной из таких особенностей она называет то, что телевизионные журналисты «работают на информационной медиаплощадке, граничащей с шоу-бизнесом» [16], и когда начинается эфир, человек оказывается, как будто на «незримой сцене перед многомиллионной публикой» [16], и, если у него будут какие-то ошибки, то это сразу заметит каждый зритель перед экраном телевизора. М. М. Лукина пишет, что «телеинтервью в профессиональных кругах даже пренебрежительно называют “говорящие головы”» [16], но все равно довольно часто применяют этот жанр на практике. Если говорить о других особенностях телевизионного интервью, то автор отмечает, во-первых, «журналист вынужден игнорировать некоторые нормы общения» [16], например, перебивать собеседника, только чтобы не превысить время, которое ему отвели на это интервью. Вторая особенность: «Журналисты, работающие на радио- и телеканалах, нередко ощущают себя заложниками высокотехнологичных методов сбора и обработки информации, которые чаще всего сводятся к погоне за скоростью ее передачи» [16]. Автор пишет о том, что из-за скорости получения информации и интервью, у журналиста нет возможности что-то подредактировать, исправить, подтвердить информацию или хотя бы остановиться и подумать, но, при этом, «надо “попасть в цель” с первого раза» [16]. М. М. Лукина отмечает: «...работая в прямом эфире, журналисты всегда стоят перед выбором: избежать ошибки или выдать информацию в максимальном объеме. В конце концов, все выходит в эфир независимо от качества» [16]. Следующей особенностью М. М. Лукина выделяет то, что журналистам постоянно необходимо «держат эфир», «подогревать интерес», «сделать телеинтервью зрелищным» [16]. Если говорить о человеческом факторе, то она отмечает то, что журналисты-телевизионщики чаще всего сталкиваются с тем, что люди отказываются отвечать на их вопросы перед камерой. Именно поэтому М. М. Лукина

настаивает, что журналистам телевидения надо уделять большое внимание психологической «обработке» гостя, лучше подготавливаться, правильно строить беседу с первого раза. Главным врагом для журналистов-телевизионщиков во время интервью М. М. Лукина называет «время». Она имеет в виду то, что работа съемочной бригады, с дорогой техникой, расписана по минутам, а потому многие отдают предпочтение заготовкам, вместо хорошего результата. Автор отмечает, что перед телевизионным интервью следует сделать существенную подготовку с составлением досье на гостя, как раз-таки ради времени, также, в отличие от печатного варианта интервью, важно не только то, что скажет человек, но и как скажет. Потому важным пунктом работы с телеинтервью автор называет то, что «как уже отмечалось, большинство людей стесняются микрофона и камеры. Чтобы помочь своим собеседникам преодолеть эти барьеры, надо обязательно уделить время для разговора с ними перед записью или прямым эфиром» [16], чтобы разговаривать гостей, также для этого важна «разминка» перед эфиром» [16]. Но исследователь подчеркивает, что важно не перестараться, «в этом случае будет утеряна естественность беседы. Ну и конечно, одним из «смертных грехов» в вещании является запись репетиции интервью. Это как в спорте, когда рекорды «побиты» на тренировочном поле, а в соревновании спортсмен – без результатов» [16]. Также эфир очень сильно зависит от качества речи журналиста, «прямой эфир требует чистой речи, без «беканья» и «меканья». Записанный на пленку текст, как правило, чистят от таких погрешностей, а вот прямой эфир не исправишь» [16]. Кроме того, она отмечает то, что журналисту важен не только человек или передний план, но и «задний». «При подборе места для съемки телеинтервью очень важно выбрать такую обстановку, которая характеризовала бы героя (или событие). При этом важно, чтобы информация несла и дополнительную эмоциональную нагрузку. Если правильно выбран задний план, он может иметь и символическое значение» [16]. Есть, конечно, место, где задний план менее важен. Это при интервью в «студии». «Такой формат телеинтервью предполагает беседу с приглашенным в студию гостем.

Продолжительно она может варьироваться от нескольких минут до одного часа. Оно [интервью] может выходить и в прямом эфире, и в записи, а в некоторых случаях гость может находиться в другой студии, причем неважно, какова ее удаленность» [16].

Таким образом, можно заключить, что М. М. Лукина разделяет печатное интервью от интервью в теле- или радиоэфире, в том числе, из-за того. Исследователь отмечает, сложность проведения интервью в прямом эфире, поскольку ни у журналиста, и у героя нет прав на ошибку, которую можно было бы исправить при помощи монтажа.

В. Л. Цвик выделяет десять особенностей телевизионного интервью. Коротко их можно назвать так: «звук», «цвет», «свет», «пластика», которые составляют собой «изображение», «кадр», «монтаж», «вездесущность», «экранность», «эффект присутствия» и представление «конкретных людей». В учебном пособии исследователь говорит о том, что звук, цвет и свет имеют большое влияние на человека, смотрящего на телеэкран. Они являются особыми средствами выразительности для тех, чья работа связана с «телевизором». В качестве примера отмечает следующее: «Свет – главное средство создания изображения (это тоже из физики). Восприятие глазом более и менее освещенных фрагментов предмета и создает в нашем воображении словно бы копию этого предмета. Но речь о свете применительно к телевидению идет не просто о достаточной освещенности картины, когда ее можно разглядеть в деталях, а о художественном освещении, «рисующем» портрет человека, образ предмета, определенной площадки студийного павильона» [23, с. 114].

«Пластика (гр. *plastice* — ваяние) – в данном случае объемные (на двухмерном, плоском экране) движущиеся формы, динамичная «картинка»; движение, динамика как средство раскрытия характеров героев, характеристики события, явления, обстоятельств. Статичный кадр тоже может быть пластичным. Застывшее изображение на картине живописца, на фотографии есть типичная пластика» [23, с. 115].

Все это складывается в главную особенность телевизионной журналистики – «экранность». «Изображение на экране транслируется параллельно с живой жизнью и воспринимается нами как часть этой жизни, что, с одной стороны, обеспечивает замечательную достоверность телеинформации, а с другой – создает реальные условия для манипуляции (чаще всего, недобросовестной) зрительским восприятием. Симультанность находится в прямой связи с непосредственностью телевидения, так же как с еще одним уникальным качеством телевидения – создаваемым телеизображением эффектом присутствия. Когда во время прямой трансляции с места события зритель наблюдает за ним на экране своего телевизора, он все время помнит, что все происходящее совершается сию минуту, на его глазах (хотя он и видит все через окуляр передающей телекамеры или, если угодно, глазами телеоператора); у зрителя возникает ощущение, что он сам, лично присутствует на этом событии — и это делает телевизионное изображение особенно достоверным, документальным» [23, с. 125].

Немаловажным в работе журналиста В. Л. Цвик считает работу с кадром. «Длительность пребывания на экране» [23, с. 115] он называет кадром и считает особенностью телевизионной журналистики. В кадре он выделяет более специфичные операторские термины специальных «инструментов» работы с кадром: «план (масштаб изображения), ракурс (точка съемки, положение камеры относительно объекта съемки) и движение камеры. Наиболее употребительно деление планов на три вида: общий, средний и крупный» [23, с. 116]. Также он упоминает «наплыв», «затемнение», «двойная экспозиция», «расфокусировка» и другие. Монтажом он называет композицию кадра, которую определяет цель работы.

Всего В. Л. Цвик выделяет шесть видов монтажа: внутрикадровый монтаж, междукадровый монтаж, технический монтаж, конструктивный монтаж, параллельный монтаж, перекрестный монтаж, ассоциативный монтаж. Уместный выбор монтажа относится к основным профессиональным компетенциям специалиста технического профиля. Особой «спецификой

телевидения» В. Л. Цвик называет «вездесущность», потому что в отличие от печатных СМИ, телевизионный, как и радиальный, сигналы могут «проникнуть в любую точку пространства» [23, с. 117]. Самым «удивительным» для себя В. Л. Цвик называет «персонификация сообщения». Он отмечает, что за текстом не всегда видно человека, который написал материал, неизвестно, как он выглядит или как вел себя во время работы. «На телеэкране перед зрителем предстает совершенно реальный телесный облик носителя информации, что и позволяет говорить о ее персонификации. Телевизионный репортер, телевизионный ведущий, телевизионный журналист, работающий в кадре, телевизионный персонаж в широком смысле этого понятия – конкретный человек, который нам нравится или не нравится, симпатичен или не совсем, вызывает доверие или не вызывает» [23, с. 115].

П. С. Шестакова считает, что в радиоинтервью и телеинтервью присутствует намного меньше субъективизма и обработки полученной информации, чем в любых печатных СМИ. «В визуальных форматах потребитель информации не только слышит и видит то же, что и журналист, но и получает информацию не в обработке интервьюера, а от того, кто является носителем или источником этой информации. И в этом случае человек, напрямую не задействованный в процессе интервью, становится в какой-то степени тоже его участником, потому что он сразу без посредника пропускает информацию через свое сознание в соответствии со своим мировоззрением, мироощущением, миропониманием» [24].

Поскольку платформа YouTube относится к видеохостингам, то рассматривать мы будем интервью с учетом всех телевизионных особенностей. Жанр интервью в интернет-среде сейчас трансформируется и интегрируется с жанром «беседы», таким образом в работе мы будем рассматривать сложившейся синтезированный жанр и его специфические средства выразительности, коммуникативный инструментарий журналиста/ блогера.

1.2 Коммуникативный инструментальный интервью

Прежде чем говорить о коммуникативном инструментарии интервью, следует рассмотреть определение понятия «коммуникация». Изучением термина занимаются исследователи в области психологии, коммуникативистики, социологии, языкознания и других наук и научных направлениях. Исследователь П. А. Якупов утверждает, что до середины XX века понятие было связано со словом «коммуна» и с совместной деятельностью, а не с общением. В середине 1950–1960 гг. подход к пониманию понятия скорректировали психологи, антропологи и психиатры. Как отмечает автор, они внесли «заметный вклад в разработку этого направления. <...> В их работах коммуникация представляет собой прежде всего взаимодействие, влияние на которое оказывает каждый из его участников. Коммуникация представляет собой не только прием и передачу информации, но создание некой общности, определенной степени взаимопонимания между участниками, предполагающего необходимость обратной связи, взаимного наложения сфер личного опыта, особенностей генерирования смысла в коммуникативном взаимодействии» [26, с. 261].

Следующий период, который вновь предполагает изменение в интерпретации понятия, приходится на вторую половину XX века. Коммуникация начинает рассматриваться как социальный процесс. Внимание исследователей концентрируется на трансактном взаимодействии при помощи коммуникация (где трансакция понимается как единица взаимодействия). Суть подхода заключается в осмыслении того, что процесс коммуникации является непрерывным, а также в том, что «субъект коммуникации является отправителем и получателем сообщения не последовательно, а одновременно, и что любой коммуникативный процесс включает в себя, помимо настоящего, непременно и прошлое, а также проецируется в будущее. Процесс общения является... бесконечным, и сами границы «коммуницирования» не всегда можно определить» [26, с. 262].

В работе рассмотрим теоретические представления исследователей, таких как Г. М. Андреева, А. Я. Кибанов, М. Ю. Коваленко, А. А. Леонтьев, Ю. В. Таратухина. Все исследователи за основу теории берут процесс коммуникации – процесс передачи информации от конкретного отправителя к получателю. А исследователь Г. М. Андреева рассматривает коммуникацию как одну из составляющих общения наряду с интеракцией и перцепцией.

Кроме обозначений мнений о теории «коммуникации», в работе выделим несколько видов коммуникации и коммуникативных барьеров, которые непосредственно связаны с коммуникативным инструментарием. Ссылаясь на работу М. Ю. Коваленко, выделим три вида коммуникации: познавательная – для освоения информации и ее применения, убеждающая – для формирования определенных мыслей и чувств, и экспрессивная – для передачи психоэмоционального настроения, чувств, переживаний.

Автор также пишет о четырех основных коммуникативных барьерах, которые по разным причинам могут мешать коммуникации: логическом барьере, когда люди не понимают логику повествования друг друга, стилистическом, когда подача информации не совпадает с наполнением, фонетическом, когда сложно понять языковые особенности собеседника, и семантическом, возникающем из-за несовпадения понятий и смыслов. В конце работы П. А. Якупов приходит к выводу: «По итогам статьи можно сказать, что процесс коммуникации у большинства авторов понимается не только как передача информации, но процесс, имеющий эмоциональную и экспрессивную сторону, которую также очень важно учитывать. В процессе коммуникации между реципиентами могут возникать различные барьеры коммуникации, такие как фонетический, логический, стилистический барьеры, а также многие другие. Однако, понимая природу определенных барьеров коммуникации, мы должны стараться их избежать во время нашей профессиональной коммуникации с собеседником» [26, с. 6].

Избегать подобных коммуникативных барьеров может коммуникативный инструментарий. О барьерах в коммуникации сообщается в

работах Л. В. Енина и В. Ф. Зыкова. Они рассматривают четыре «барьера коммуникации»: «физические – помехи физического толка (шум на улице, отсутствие электричества, полиграфический брак, присутствие нежелательного свидетеля и др.), психофизиологические особенности личности (экстравертный / интровертный тип личности; артикуляционные и слуховые возможности коммуникантов и др.), языковые (незнание языка, непонимание значения слова и др.), культурные (различия в ценностях коммуникантов, воздействие политических факторов и др.)» [7, с. 10].

В выпускной квалификационной работе «коммуникация» будет рассматриваться как вербальное, так и невербальное взаимодействие людей друг с другом.

Л. В. Енина и В. Ф. Зыков выделяют пять специфик профессиональной коммуникации журналистов: «во-первых, адресант и адресат прежде всего являются должностными лицами, наделенными правами и обязанностями, продиктованными профессиональным статусом» [7, с. 13], поэтому, по мнению исследователей, адресанту и адресату необходимо подчиняться профессиональным и общекультурным нормам коммуникации. «Во-вторых, содержательная часть сообщения имеет ограничения по тематике; тип информации, которой обмениваются собеседники, ранжируется: на первое место выходят фактологическая, логическая, нормативно-предписательная, а субъективно-оценочная и прогностическая обычно имеют дополнительное значение, в-третьих, для сообщений используется такая разновидность вербального кода, как литературный язык, т. е. нежелательно использовать нелитературные выражения. Невербальный код также подвергается ограничениям: нужно контролировать мимику и исключить развязные или неприличные жесты. В профессиональной коммуникации должны быть четкая артикуляция, темп речи более медленный, чем в разговорном стиле; громкость речи должна зависеть от размеров помещения или целей адресанта. Паравербальный код допускает все три регистра тональности общения: официальную/ нейтральную/ дружескую, в-четвертых, узкий контекст

(внешние обстоятельства общения) приобретает важное значение и влияет на содержание коммуникации, например, в условиях прямого эфира, в-пятых, в профессиональной коммуникации значительно расширяются опосредованные контакты, это требует развития коммуникативных навыков для письменной и устной речи» [7, с. 13-14]. Также авторы отмечают, что «профессиональная коммуникация всегда направлена на достижение конкретного результата» [7, с. 14].

Тема коммуникативного инструментария, несмотря на многие исследования жанра интервью, все еще недостаточно изучена. В контексте выпускной квалификационной работы мы обратимся к нескольким теоретикам, изучающим коммуникативный инструментарий.

Г. М. Андреева пишет о «механизмах взаимопонимания в процессе общения» [2, с. 138], что непосредственно относится к коммуникативным инструментариям. Автор рассматривает то, как люди воспринимают себя и «накладывают» свои черты на личность другого человека в ходе общения, что является главной сложностью в общении одного человека с другим при социальном взаимодействии: «Однако в эти процессы [коммуникации] включены как минимум два человека, и каждый из них является активным субъектом. Следовательно, сопоставление себя с другим осуществляется как бы с двух сторон: каждый из партнеров уподобляет себя другому. Значит, при построении стратегии взаимодействия каждому приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы, установки другого, но и то, как этот другой понимает мои потребности, мотивы, установки. Все это приводит к тому, что анализ осознания себя через другого включает две стороны: идентификацию и рефлексивность» [2, с. 140]. «Идентификацией» в работе автор называет «отождествление себя с другим» [2, с. 140] или «эмпатией». «Рефлексией» же она называет обдумывание того, как другие люди видят тебя в процессе общения. То есть, чтобы люди понимали друг друга в процессе общения, они должны понимать то, как думает их собеседник и как видит их в процессе

взаимодействия. То есть уже сейчас выделено: преодоление коммуникативных барьеров, проявление эмпатии и рефлексии.

Исследователь журналистских жанров М. М. Лукина отмечает, что журналисту важно обладать коммуникативными навыками. Среди них она выделяет:

- умение слушать (например, «честно признаться в невежестве», «убедиться, правильно ли вы поняли собеседника», «ухватить главную мысль», «сконцентрироваться на содержании разговора», «научиться «правильно перебивать» своего собеседника») [16];
- понимание проявлений невербального контакта с собеседником (внешность (созданный образ), расовая принадлежность, финансовое положение и так далее). «... от внешних характеристик героя выбирается и определенный стиль общения с ним», – отмечает Лукина [16];
- верная интерпретация сигнального комплекса, к которому относятся мимика, жестикуляция, походка, осанка, голос, взгляд, поза и так далее. «Они образуют сигнальный комплекс, информирующий другого человека о психическом состоянии его партнера» [16], сюда же включает общественные стереотипы, которые влияют на восприятие человека;
- соблюдение личных границ собеседника. «Люди очень чувствительны, когда кто-нибудь пытается разрушить их персональный мир или вторгается на их территорию. Они окружают себя невидимой буферной зоной и держатся от незнакомцев на определенном расстоянии» [16].

Исследователь дает рекомендации журналистам: не приближаться к незнакомому человеку ближе, чем на 0,6–1 м, не прикасаться к человеку, не трогать личные вещи, не входить в помещение без приглашения и т. д.

Кроме того, большое место в своей работе М. М. Лукина уделяет тому, как именно должен выглядеть интервьюер во время интервью, ее классификация основана на гендерной принадлежности интервьюера.

М. Д. Корецкий, рассматривая для примера YouTube-канал Алексея Пивоварова «Редакция», выделяет свойственные для ведущего коммуникативные инструменты, которые могут быть актуальны и для других журналистов. Первое, что он относит в особым коммуникативным инструментам – речь и тембр голоса ведущего. Во-вторых, – зрительный контакт: «Умение держать визуальный контакт со зрителем – не менее важный момент в становлении особого стиля журналиста. На основе нескольких видеороликов можно заметить особую методику удержания аудитории глазами» [12]. Также он обращает внимание и на жестикуляцию ведущего. Например, его активные взмахи руками, используемые для расставления пауз и различных акцентов во время беседы. Все это можно назвать коммуникативным инструментарием в данной работе.

Е. Г. Лебедева в своем исследовании «Интервью в отечественной блогосфере» делает выводы насчет изменений коммуникативного инструментария жанра интервью на платформе YouTube: «...можно сделать выводы о происходящей трансформации самого жанра интервью: нарушаются нормы традиционной журналистики, не соблюдаются нормы этикета, имиджа журналиста (стиль одежды, мимика, позы и пр.), присутствует спор в интервью, что не допускается в классическом интервью, информирование аудитории уходит на второй план, нарушаются нормы публичной коммуникации и языковые нормы публицистического стиля (появление обценной лексики, жаргонизмов и сленговых выражений), меняется способ подачи интервью – в блогосфере оно динамичное и «живое», без традиционной официальности, смысловой сложности и пр., но нередко с чрезмерной дозволенностью, ведущие, журналисты и блогеры используют жанр интервью по своему усмотрению, не желая использовать классические приемы или не зная их, происходит постепенная конвергенция блогосферы и традиционных СМИ, по

сравнению с традиционными СМИ можно отметить большую импровизацию журналиста (блогера) по ходу интервью» [14, с. 7].

С. А. Муратов выделяет признаки отсутствия культуры общения и непрофессионализма журналиста: «начинает беседу, превознося приглашенного гостя в его же присутствии, в то время как тот не знает, куда девать глаза и руки, позволяет себе задавать по несколько вопросов одновременно..., способен на полуслове прервать партнера по диалогу, не позволив ему закончить мысль..., построил мизансцену общения таким образом, что собеседник, отвечая ведущему, оказывается спиной к телезрителям или другим участникам передачи, что позволяет заподозрить его в бестактности, по ходу всего разговора не задаст того единственного вопроса, на который рассчитывал собеседник, соглашаясь на интервью, не огласит вопрос, с которым хотели бы обратиться к приглашенному большинство телезрителей, окажись они на месте интервьюера, добивается откровенности и душевной самоотдачи любой ценой, чего бы это ни стоило самому герою, репетирует ответы со своим собеседником... не способен [вовремя] закончить беседу и каждый новый вопрос возвращает ее к уже пройденным темам, поддается самообольщению, полагая, что всего важнее на экране его глубокие и пронизательные вопросы, а не ответы того, кому они адресованы...» [17].

Часть его признаков затрагивает только профессиональные навыки журналиста и именно его работу во время интервью. Часть – очень сильно перекликается с коммуникативными инструментами у М. М. Лукиной, а именно – с умением слушать и вести беседу: «... не умеет слушать и молчание собеседника, когда тот собирается с мыслями, принимает за ожидание очередного вопроса, который и задает, как правило, не попадая, порождает у зрителя впечатление того, что симпатизирует одному из участников и настроен против другого, о чем сидящие у телеэкрана судят не только по тому, как часто он обращается к первому и прерывает второго, но и по тону голоса, взгляду, позе», не в состоянии скрыть своей робости в присутствии лиц, облеченных властью, или общепризнанных знаменитостей, позволяет собеседнику уходить

от ответа на острый вопрос, когда тот отделяется общими фразами или шутками, а то и меняет предмет разговора, задает вопрос в «научнообразной» форме, изобилующий деэпричастными оборотами..., позволяет себе «не понять» собеседника или истолковывать в нужном для себя ключе его точку зрения, прибегает к репликам типа «Вы что, всерьез полагаете...», «А если ответить честно...», «Разве вы не понимаете, на чью мельницу льете воду?» (в переводе на житейский язык: неужели ты такой идиот, такой лгун, такой простофиля?) ... позволяет себе агрессивный тон и развязные замечания...» [17].

Также автор отмечает, что вторжение в частную жизнь человека – это табу, которое нельзя переступать. Так же, как и частная жизнь, под защитой должна находиться и репутация гостя: «Покушение на нее равнозначно вторжению в частную жизнь личности. При определенных обстоятельствах репутация может пострадать от одного неосторожного (не говоря уже об умышленном) замечания или прозвучавшей с экрана реплики» [17]. Кроме того, С. А. Муратов в ходе диалога выделяет еще несколько важных аспектов: личную дистанцию, контакт глаз («Контакт глаз – ритуал, подобный вручению верительных грамот. Он занимает от 20 до 40% всего времени общения. При этом диалог, который ведут глаза, не обязательно совпадает со смыслом произносимых слов» [17]).

Из представленной теории можно сделать вывод о том, что важно слушать собеседника, уважительно относиться и к себе, и к гостю. Если рассматривать современные подходы к жанру интервью на примере YouTube-платформе, станет понятно, что не все они актуальны для данной платформы.

А. В. Колесниченко тоже уделяет внимание «приемам журналистов» во время интервью [10]. Она выделяет то, что надо заранее устанавливать контакт с собеседником с помощью простых разогревающих вопросов, желательно начинать интервью с позитивной или нейтральной ноты. Кроме того, в качестве инструментов она предлагает использовать «беременную паузу» – пауза, заставляющая собеседника проговориться и «вечно зеленые вопросы» –

которые придумываются на ходу и позволяют журналисту взять перерыв и обдумать, что спросить дальше. Кроме того, в конце она предлагает не выключать диктофон после завершения интервью и продолжать общение. Также автор говорит о двенадцати уловках, которые во время интервью могут применять гости: «смена темы», «использование абстрактных слов», «связывание», «недобросовестное противопоставление», «подмена причины целью», «подмена причины поводом», «популярная индукция», «подмена тезиса», «неправомерное обобщение», «упущение действующих лиц», «переформулирование вопроса» и «ссылка на недопустимость вопроса». Для построения коммуникации во время интервью следует о них знать и уметь их обходить.

Н. В. Кодола тоже выделяет качества речи интервьюера: «... интервьюер должен обладать следующими качествами: уверенностью в себе. Эту черту не следует путать с самоуверенностью. Уверенность в себе основана на осознании общественной полезности дела, которому служит журналист; сдержанностью в проявлении эмоций, личных симпатий и антипатий. Журналист должен уметь оставаться в корректных профессиональных рамках» [9]. В этой части Н. В. Кодола пишет о том, как важно быть профессионалом в своей работе. Во второй части своего списка качеств речи интервьюера, она сообщает о том, как достигнуть равновесия между эмоциональностью и холодностью: «Следует избегать и другой крайности – эмоциональной «скупости»; тактичностью, это уважение и понимание личности собеседника, мотивов, которыми он руководствуется в общении с журналистом. Это и крайняя осторожность, и любезность в тех случаях, когда именно эти качества необходимы; мобилизованностью и подтянутостью. Журналист должен держаться с достоинством, без фамильярности, которую можно принять за развязность, но и без лишнего напряжения, выглядеть всегда готовым к деятельности. Его внешний вид тоже можно считать фактором общения» [9].

Автор также выделяет, какие именно ошибки интервьюер должен избегать во время беседы с гостем: «...не задавать неуместных, некорректных

вопросов, следить за использованием оценочных и выразительных средств, чтобы не допустить бестактности, грубости, неуважения по отношению к собеседнику, правильно выбирать тональность общения, интонационный рисунок высказывания, корректно подчеркивая только то, что необходимо и уместно в данной ситуации, не допускать неоправданного употребления иноязычных слов, сленговых и разговорных выражений, не допускать нарушения языковых и речевых норм, так как интервьюер реализует свою деятельность в СМИ и должен демонстрировать уважение к нормам русского литературного языка, обеспечивающее социальное взаимодействие в процессе жизнедеятельности человека» [9].

Исследователи жанра YouTube-интервью Л. Г. Антонова и Ю. А. Башловкина выделяют следующие коммуникативные инструменты: контекстные знаки видеозаписи, композицию интервью, внешний имидж интервьюера и интервьюируемого, анализ блоков интервью-беседы по форме и содержанию, стилю общения (этот пункт подробно представлен в работах М. М. Лукиной), коммуникативный имидж интервьюера и интервьюируемого и вербальный имидж телеведущего в гендерном ключе [3].

В своей работе они пишут не только о коммуникации между гостем и интервьюеров, но и про взаимодействие ведущего с аудиторией YouTube-каналов. Они выделяют такие коммуникативные инструменты:

- анализ контекстных знаков видеозаписи, где они говорят о внешнем виде видеозаписей и о внешней атрибутике пространства;
- анализ композиции интервью, где идет речь о тематических блоках и композиции всего интервью;
- анализ внешнего имиджа интервьюера и интервьюируемого, где говорится о внешних проявлениях коммуникации, которые могут влиять на разговор и показывать состояние как героя, так и интервьюера;

- анализ отдельных блоков интервью беседы, где подробно рассматривается манера общения интервьюера и гостя;
- анализ коммуникативного имиджа интервьюера и интервьюируемого, где рассматривается позиции журналиста и гостя в процессе коммуникации, их социальные роли, мимика и жестикуляция. Также здесь затрагивается и гендерный аспект в поведении журналиста [3].

В работе они рассматривают, как и коммуникацию интервьюера к интервьюируемому, так и создателя интервью ко зрителям. Говоря о коммуникативном инструментарии в данной работе, мы будем иметь ввиду только разговор интервьюера к гостю. Каждый из исследователей и практиков, затрагивающих тему коммуникации, так или иначе говорит о том, как ведут себя люди в ходе общения, как и что они говорят, как при этом выглядят и что делают. Таким образом, все перечисленные коммуникативные инструменты можно разделить на вербальные и невербальные виды общения. Невербальный способ взаимодействия – это взаимодействие (общение) без использования речи, через мимику, жестикуляцию и так далее. Вербальный – это словесный вид взаимодействия, относится к речевым средствам выражения. Классифицируем вербальные и невербальные коммуникативный инструменты.

К вербальному инструментарии относится:

- декодируемость речи собеседника, языковых знаков;
- стиль речи (публицистический, разговорный, использование жаргонной лексики);
- наличие/ отсутствие слов-паразитов;
- наличие/ отсутствие пауз в речи;
- соблюдение общекультурных норм общения;
- профессиональные нормы общения;
- форма представления героя интервью;
- формулировки «разогревающих» вопросов;
- формулировки основных вопросов интервью.

К невербальному инструментарию относятся:

- тембр голоса;
- громкость речи;
- интонационный рисунок высказывания;
- понимание индивидуальных особенностей общения героя;
- умение слушать;
- мимика, взгляд, зрительный контакт;
- тактильный контакт (рукопожатие, похлопывания по плечу и т.д.);
- акцентирующие жесты;
- иллюстрирующие жесты;
- соблюдение личных границ собеседника;
- поза и положение тела в пространстве;
- походка;
- внешний образ – гендер, национальная принадлежность, одежда и так далее;
- маска журналиста во время интервью (стиль одежды, уверенность в себе, осанка профессионализм, проявление социальной роли и т.д. – то, что формирует образ журналиста, создаваемый для достижения определенного результата).

Выводы первой главы.

На основе обобщённой информации относительно использования коммуникативного инструментария журналистом/ блогером, можно сделать вывод, что журналисту во время интервью следует учитывать как вербальную сторону общения, так и невербальную, причем последняя группа включает большее количество инструментов (в сравнении с первой), а потому допустить ошибку в их использовании легче, чем при использовании вербального инструментария. Кроме того, многие исследователи важным коммуникативным инструментом, используемым во время интервью, называют «композицию интервью» или «темы, которые поднимаются в интервью». С

одной стороны, четкая композиция помогает построить последовательный разговор интервьюера и гостя, а с другой – это позволяет выстраивать коммуникацию со зрителями.

Рассматривая коммуникативный инструментарий жанра интервью в работах практиков, мы будем говорить об обоих аспектах общения, которые используются во время интервью на платформе YouTube. Мы изучим четыре различных каналов, на которых представлен жанр интервью, и проанализируем используемый блогерами инструментарий – как вербальный, так невербальный. В работе мы сформулируем их таким образом: тематизация интервью, композиция интервью, формулировка вопросов, речь (куда входят все связанные с ней параметры), голос, жестикуляция, мимика, взгляд и зрительный контакт, положение тела в пространстве, соблюдение личных границ, внешний образ, имидж, внешняя атрибутика пространства и ее использование в интервью.

В исследовании мы будем говорить не только о самих коммуникативных инструментах, но и о результатах их использования (реакции гостей, целевой детерминации).

Глава 2 Специфика коммуникативного инструментария жанра интервью авторских YouTube-каналов

2.1 Типологическая характеристика YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой»

Для типологического анализа авторского новостного контента на видеоплатформе YouTube были отобраны четыре канала: «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой». Выбор данных каналов обусловлен их популярностью на платформе и особенностями их обширного коммуникативного инструментария. На момент написания работы у «Редакции» зафиксировано 3,1 млн подписчиков, «А поговорить?» – 2,22 млн подписчиков, «Осторожно: Собчак» – 3,06 млн подписчиков и «Скажи Гордеевой» – 996 тыс. подписчиков.

Прежде чем разбираться с коммуникативным инструментарием, следует определить тип информационной платформы, для которой подготавливается контент, используем критерии типологического анализа, разработанные для СМИ А. И. Акоповым в работе «Типологические признаки сетевых изданий»[1]:

- типформирующие признаки издания – издатель, целевое назначение, читатель;
- вторичные признаки: рубрики, темы, авторский состав, оформление;
- формальные: объем, тираж, периодичность [1].

Таким образом мы получим наиболее полное представление о выбранных каналах и их специфических особенностях.

YouTube-канал «Редакция» Алексея Пивоварова³ [40]. Автор канала А. Пивоваров полностью отвечает за формирование контента канала и его

³ Признан иностранным агентом на территории РФ.

информационную политику. Таким образом, его следует рассматривать не только как редактора, но и того, кто определяет тип канала (как издатель и учредитель СМИ), поэтому автор будет нами рассматриваться как типоформирующий признак канала.

Канал «Редакция» был создан 22 августа 2018 года. Первое видео было выложено 17 марта 2019 года. На момент написания работы выпуски выходят два раза в неделю: выпуск новостей и важные для общественности аналитические материалы. На канале есть как выпуски новостей, так и документальные работы и выпуски в жанре «интервью». На канале представлены не только интервью, но и тематические выпуски с развернутыми комментариями экспертов (которые представляют собой фрагменты интервью). И в первом, и во втором случае гостями становятся эксперты в разных областях, способные ответить на возможные вопросы зрителей канала. Целевая аудитория канала никак не обозначается авторами, но можно предположить, что аудитория YouTube-канал «Редакция» относится к диапазону 28-30 лет. На канале часто поднимаются серьёзные темы не только в сфере политики, но и, к примеру, из сферы педагогики и психологии – воспитания детей. По типу информации – превалирует культурно-просветительские тематические выпуски и тематические интервью.

Выходят выпуски на платформе YouTube, также контент автора представлен в соцсетях и сетевых платформах, таких как «Телеграм», «Одноклассники», «ВКонтакте», «Яндекс.Цзен», Twitter. Всего на канале «Редакция» на момент написания 673 617 275 просмотров на платформе YouTube.

Цель YouTube-канала автором не озвучивается, но в каждом видео в подводке автор говорит о примерном эффекте, которого хочет добиться. В отличие от рубрики News на канале, выпуски которой объединены слоганом «У вас мало времени, мы в вас это ценим», интервью не связаны своим единым слоганом. В целом целеполагание канала заключается в информировании

людей и формировании у них актуальной и объективной картины мира при помощи мнений экспертов, раскрытия какого-то профессионального вопроса.

У канала есть постоянный состав журналистов-авторов: Елена Светикова, Илья Егоров, Дмитрий Сошин, Саша Сулим и другие.

Оформление канала, специфика подачи контента: использование монтажа, быстрых переходов от героя к герою или от героя к новому тематическому блоку, применение визуальных приемов инфотейнмента: использование инфографики, визуальных элементов, анимации; элементом визуального контента является даже внешний вид ведущего (принт на футболке, который связан с темой выпуска). Продолжительность новостных выпусков на канале обычно не превышает 40 минут, спецрепортажи и интервью могут иметь хронометраж более часа с перерывами на рекламу.

YouTube-канал «А поговорить?». Постоянным ведущим YouTube-канала является Ирина Шихман. Это отражается в описании канала: «Ирина Шихман берет эксклюзивные интервью у самых неожиданных гостей!» [27]. Также в описании канала представлено авторское позиционирование канала: «А поговорить?.. – авторское, профессиональное, глубокое интервью и документальные фильмы» [27]. В момент написания работы Ирина Шихман является и издателем, и ведущим роликов (как и Алексей Пивоваров на канале «Редакция»). Редактор – Никита Лойк. Изначально «А поговорить?» был проектом холдинга «Москва Медиа», продюсером являлся Алексей Вершинин. Но с января 2020 года Ирина Шихман стала независимой от этого холдинга [43]. Канал «А поговорить?» был создан 13 декабря 2017 года. На момент написания работы выпуски так же, как и в первые месяцы, выходят примерно два раза в неделю. Большая часть выпусков подготовлена в жанре «интервью», хотя иногда на канале выкладываются и документальные работы. Сами интервью делятся на блоки «А поговорить?» и «А почитать?». В тематическом блоке «А поговорить?» гостями являются известные люди, эксперты в разных областях, знаменитости. В блоке «А почитать?» – авторы книг, про которые и будет рассказываться в выпуске. Все выпуски интервью идут около полутора часа.

Целевая аудитория канала «А поговорить?» авторами не обозначается, но так же можем предположить, что его смотрят люди от 18 до 20 лет, которые немного интересуются политикой, но в большей степени – медийной жизнью известных людей (ряд книг, представленный на канале, имеет маркировку 18+).

Выходят выпуски на платформе YouTube, кроме того, у автора есть социальная сеть «Телеграм», на которую есть ссылка в описании канала. Всего на канале «А поговорить?» на платформе YouTube на момент написания 361 463 571 просмотров. По типу информации превалирует культурно-просветительские и научно-популярные темы.

Общей цели YouTube-канала не озвучивается. Ее можно представить как информирование и анализ общественно-значимых событий, создание образа героя интервью. Большая часть контента канала «А поговорить?», представлена портретными интервью.

Оформление: монтаж, использование различных локаций, титры, использование визуальных эффектов, архивного видео.

YouTube-канал «Осторожно: Собчак». Автор канала Ксения Собчак является телеведущей, журналистом и политиком. Ее канал назван в соответствии с ее фамилией (и его ведущим, редактором и издателем). Канал «Осторожно: Собчак» был создан 11 октября 2017 года. На момент написания ВКР выпуски выходят четыре раза в две недели или раз в три дня. Изначально у Ксении Собчак на канале были представлены видео в жанре «интервью», информационные «листки» и специальные выпуски, включающие анализ современной актуальной мировой повестки. Сама Ксения Собчак в описании характеризует свой канал так: «Свободное медиа, которое «не осторожничает» ни с кем» [34].

Гостями на канале «Осторожно: Собчак» являются известные медианские личности, часто заметные в интернете.

Целевая аудитория канала авторами не обозначается. Пользователь Сети, который не является владельцем канала, не имеет доступа к персональным данным. На основе проведенного исследования канала можно предположить,

что это молодые люди в возрасте от 20 до 30 лет, интересующиеся медиасферой и политикой. Более молодую аудиторию (20 лет+) можно предполагать из-за провокационной подачи материала.

Выходят выпуски на платформе YouTube, кроме того, у автора есть социальные сети, такие как «Телеграм», «Одноклассники» и «ВКонтакте», на которые есть ссылка в описании канала. Всего на канале «Осторожно: Собчак» на момент написания 575 237 888 просмотров.

По типу информации – превалирует культурно-просветительская и рекреационная.

Общей цели YouTube-канала так же не озвучивается, но ее можно сформулировать на основе описания канала: создание образа героя интервью при помощи использования свободно говорить с любым человеком не церемонясь, чтобы узнать нужную и интересную людям информацию. Кроме того, нельзя не заметить, что для Ксении Собчак важен не сколько факт разговора с собеседником, сколько «ее разговор» с собеседником. В каждом интервью она так или иначе не забывает показать себя, что дает возможность предположить еще одну важную цель канала «Осторожно: Собчак» – показать себя, создать скандальный контент, повысить популярность.

YouTube-канал «Скажи Гордеевой». Изначально проект «Скажи Гордеевой» появился благодаря сетевому изданию Meduza⁴. Затем в мае 2021 года «Скажи Гордеевой» становится самостоятельным медиа. Катерина Гордеева является автором и постоянным ведущим этого YouTube-канале. Канал «Скажи Гордеевой» был создан еще в 2020 году. Но 28 января 2021 года является официальной датой регистрации канала на платформе YouTube [47]. Первое видео на канале датировано 18 сентября 2020 года.

На момент написания ВКР выпуски выходят примерно два-три раза в две недели. Большая часть контента – интервью с известными людьми.

⁴ Признана иностранным агентом на территории РФ.

Целевая аудитория канала автором не обозначается. Аудитория канала интересуется политикой и культурой России. Можно предположить, что ее смотрят люди от 20 до 50 лет.

Выходят выпуски на платформе YouTube, кроме того, у автора есть социальные сети: «Телеграм», «ВКонтакте», «Инстаграм», Tiktok, Twitter. Всего на канале «Скажи Гордеевой» на момент написания работы 98 127 341 просмотров.

По типу информации превалирует культурно-просветительские выпуски, тематические и портретные интервью.

Цель YouTube-канала так же не озвучивается, но в описании канала сообщается: «Здесь говорят с человеком. Бережно» [47]. Благодаря этому определению, можно предположить, что больше всего Катерину Гордееву волнуют люди, их истории, их жизни, их мнение и влияние мирной обстановки на их жизнь. Узнать все о человеке и всесторонне раскрыть его личность—является одной из главных целей канала. Кроме того, немаловажным для канала «Скажи Гордеевой» является донесение информации до целевой аудитории по теме интервью.

Можно сделать вывод о том, что вторичные типологические признаки каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой» не всегда поддаются строгой типологизации. Авторы являются и создателями, и редакторами своих шоу, сами определяют периодичность и контент, которые они производят. Многие из них работают с разными экспертами, выбирая для каждого определенный стиль общения. По типу информации среди каналов превалируют культурно-просветительские выпуски, по жанру – тематические и портретные интервью. У каждого проекта предполагается монетизация (выраженная в рекламной интеграции).

2.2 Особенности коммуникативного инструментария жанра интервью YouTube-каналов «Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой»

Чтобы наиболее подробно рассмотреть коммуникативный инструментарий, представленный в таблицах 2 и 3 (глава 1, пункт 2 «Коммуникативный инструментарий интервью»), каждого из представленных каналов, в выпускной квалификационной работе проанализировано пять выпусков (интервью) каждого канала («Редакция», «А поговорить?», «Осторожно: Собчак», «Скажи Гордеевой») в период с сентября 2021 по апрель 2022 года. Принцип отбора выпусков – количество просмотров и актуальность темы.

«Редакция»

В качестве анализа были выбраны интервью: «Почему мы ленимся? / Редакция / Интервью» [44], «Чего и почему мы боимся? / Редакция / Интервью» [46], «Ребёнок сидит в телефоне и не хочет больше ничего – что делать? / Редакция / Интервью» [45], «Где русский Илон Маск и почему в космонавты не возьмут с тату / Редакция / Интервью» [42], «Бессонница, лунатики и вещие сны – главные вопросы про сон / Редакция / Интервью» [41].

Первое – «тематизация» и композиция интервью или, как было отмечено у исследователей Л. Г. Антоновой и Ю. А. Башловкиной, «анализ композиции интервью» [3].

Композиция каждого интервью у Алексея Пивоварова⁵ представлена в соответствии с описанием к видеоролику и закреплённом на канале комментарии. Благодаря этому каждое интервью легко воспринимать (ориентируясь на план беседы). Кроме того, благодаря такой навигации каждому зрителю легко «выходить» на интересующие его фрагменты интервью. Каждый из пяти выпусков строится по уникальной композиции, по

⁵ Признан иностранным агентом на территории РФ.

этой причине сложно выделить общие для всех выпусков тематические блоки. Единственное, что остается неизменным – вступление, где говорится «о чем будет этот выпуск». Каждому выделенному в композиции пункту соответствует свой фрагмент в интервью. Алексей Пивоваров⁶ если и задает по ходу интервью вопросы, не продуманные заранее, то все равно потом возвращается к тем вопросам, которые хотел бы задать. Если это разговор с человеком «о человеке», то условно беседа идет о настоящем, о планах и строится на раскрытии личности гостя. Если это разговор на определенную тему, сначала включается «разбор полетов», с вопросами о том, «что это такое?», «как это явление возникло?» и «что с этим делать?». Например, в выпуске «Почему мы ленимся? / Редакция / Интервью» начинается с вопроса «Что такое лень с научной точки зрения?», потом сообщается о том «откуда оно пошло», далее следует обсуждение на темы «Ленивыми рождаются или становятся?» и «Что с этим делать?» раскрывается в вопросе: «Как получать удовольствие от безделья?». Темы и обсуждаемые вопросы почти всегда сменяются последовательно, исходя из логики общения.

Дальше рассмотрим формулировки вопросов блогера с точки зрения вербальных способов общения («Анализ отдельных блоков интервью беседы» по Л. Г. Антоновой и Ю. А. Башловкиной [3]) и речь интервьюера.

Часто Алексей Пивоваров⁷ формулирует во время интервью закрытые вопросы (в которых содержится противоречие), но уже при помощи второго вопроса выводит собеседника на диалог. Например: «Мы же с точки зрения социологии о таком понятии, как лень, говорить не можем?». Подразумевается ответ «да» или «нет», но ведущий добавляет: «Или можем?» и именно так начинает разговор в выпуске «Почему мы ленимся? / Редакция / Интервью».

Таким образом, ведущий использует как вопросы «открытого» типа, так и «закрытого», использует уточнения и перефразы, а также задает много вопросов, возникающих по ходу беседы. Открытые вопросы обычно длинные,

⁶ Признан иностранным агентом на территории РФ.

⁷ Признан иностранным агентом на территории РФ.

они задают направление будущей беседы. Кроме того, он приводит много примеров из жизни, когда формулирует свои вопросы. Например, в интервью «Бессонница, лунатики и вещие сны – главные вопросы про сон / Редакция / Интервью» Алексей Пивоваров⁸ рассказывает о своем походе к психологу насчет снов и благодаря этому примеру направляет беседу к следующей теме.

Вопросы, сформулированные заранее и отраженные в композиции интервью, и вопросы, возникающие по ходу беседы, – заметно отличаются. Вопросы, подготовленные заранее, сформулированы четко и произносятся более быстро, в то время как часть вопросов, которые возникают в ходе беседы, могут формулироваться немного дольше и требуют большего разъяснения от интервьюера, чем заготовленные. Они позволяют не только уточнить информацию, но и сохранить живость беседы. Но и те, и другие вопросы не только сохраняют «литературную основу» или «норму», но и соответствуют более взрослой аудитории. Например, он может использовать такие слова и словосочетания, как «экстраполирует», «типологических примеров», «статистика», «сознательный подход», «при травоядном Брежнев» и так далее.

Часто встречается «эээ», когда ведущий формулирует какие-то дополнительные вопросы по ходу беседы. Это позволяет сохранить «живость общения» и создать впечатление, будто автор просто разговаривает с собеседником, создавая доверительный диалог не столько с гостем, сколько со зрителем.

Блогер может перебивать, чтобы что-то уточнить, но это не выходит за рамки простой беседы. Также Алексей Пивоваров⁹ может использовать и легкую провокацию. Например, в интервью «Ребёнок сидит в телефоне и не хочет больше ничего – что делать? / Редакция / Интервью» он говорит: «Я представитель стереотипического мышления, можете ко мне так и относиться». И эту фразу он повторил во время интервью не один раз. Второй раз он использовал эту фразу, чтобы не породить конфликт. Часто блогер не

⁸ Признан иностранным агентом на территории РФ.

⁹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

провоцирует своего героя, поэтому чувствует себя так же уютно, как и в начале беседы. Можно сказать, что Алексей Пивоваров¹⁰ не выходит из роли «товарища, сидящего на кухне, и разговаривающего на важные темы». Но чаще всего в его словах звучит не провокация, а вопрос-уточнение (который выражает сомнение блогера). Например, пока физиолог Вячеслав Дубынин в интервью «Чего и почему мы боимся? / Редакция / Интервью» рассказывает о страхе и его влиянии на людей, Алексей Пивоваров¹¹ спрашивает: «Но почему тогда многие люди так любят фильмы ужасов?».

Также Алексей Пивоваров¹² активно поддерживает беседу, если понимает, о чем идет речь. Например, когда социолог Григорий Юдин пытается объяснить механизм управления населения страхом в том же интервью «Чего и почему мы боимся? / Редакция / Интервью», Алексей Пивоваров¹³ сообщает свое мнение по этому поводу: «Мы соглашаемся пожертвовать частью конституционных свобод». Или как было в интервью «Почему мы ленимся? / Редакция / интервью» с социологом Натальей Лебедевой: эксперт упомянула в речи закон без указания его четкой формулировки, Алексей Пивоваров¹⁴ сразу же назвал нужный закон, о котором говорила гостья.

Дальше мы переходим к следующему вербальному коммуникативному инструменту – голосу. Рассмотрим тембр голоса блогера, его громкость, уместность и так далее.

Голос у Алексея Пивоварова¹⁵ всегда спокойный, даже когда он перебивает собеседника или использует небольшую «провокацию», чтобы вывести беседу в нужное русло. По голосу и его интонациям часто можно считать эмоцию блогера, с которой он произносит ту или иную фразу. Но интонации – это все, что может выдать его эмоции по голосу. Темп всегда размеренный, в вопросах, даже самых распространенных, он никогда не

¹⁰ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹¹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹² Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹³ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹⁴ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹⁵ Признан иностранным агентом на территории РФ.

торопится, говорит размеренно. Голос у него негромкий, он его почти не повышает; голос звучит уместно, соответственно ситуации, в которой интервьюер и гость находятся.

Следующий аспект анализа – жестикуляция. У ведущего она присутствует, но она почти незаметная – двигается рука от локтя, руки в сторону не разводятся, чаще соединены. Руки просто подкрепляют речь ведущего, помогая расставить нужные акценты. Когда он не жестикулирует, может держаться за свою ногу или водить рукой по джинсам. Также он может держать руку у лица, одновременно показывая, что он слушает ответ собеседника. Обычно во второй руке у него находится телефон, где, скорее всего, написаны заготовленные вопросы.

Гости тоже позволяют себе жестикуляцию, иногда даже больше, чем сам ведущий, в этом их никто не ограничивает. Они могут активно жестикулировать руками, а могут держать их спокойно.

Мимика, взгляд и зрительный контакт не менее важный аспект невербального общения между собеседниками и довольно сильный коммуникативный инструмент во время интервью. У Алексея Пивоварова¹⁶ самого по себе мимика не самая активная, но все равно играет важную роль. Например, можно заметить, как в общении с Дмитрием Жуковым в «Почему мы ленимся? / Редакция / Интервью» ведущий может кивать на ответ собеседника, показывая, что он слушает и ему интересно. Если вдруг Алексей Пивоваров¹⁷ шутит, то на его лице появляется мимолетная улыбка, но чаще всего лицо принимает нейтральное, даже немного уставшее выражение.

У гостей мимика полностью свободна, они часто улыбаются, ведут себя довольно естественно, не выбиваясь из разговора. Гости могут удивляться, поднимать брови, хмуриться – демонстрировать обычные человеческие реакции, что показывает, что Алексей Пивоваров¹⁸ умеет вести интервью, как

¹⁶ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹⁷ Признан иностранным агентом на территории РФ.

¹⁸ Признан иностранным агентом на территории РФ.

обычную непринужденную беседу. Например, его шутки даже во время разговора о страхе могут вызвать улыбку у гостя, как представлено в интервью «Чего и почему мы боимся? / Редакция / Интервью».

Если говорить о зрительном контакте, Алексей Пивоваров¹⁹ всегда смотрит на своего собеседника, пока тот говорит, опять-таки налаживая зрительный контакт и показывая, что ему интересно слушать. Даже задавая вопрос, Алексей Пивоваров²⁰ в не смотрит в камеру, а всегда придерживается зрительного контакта с собеседником. Иногда, когда интервьюер формулирует во время беседы уточняющий вопрос, он немного отводит взгляд – но это нормальная физиологическая реакция человека при концентрации на мыслительном процессе. После этого он продолжает смотреть на гостя.

Поза и положение тела в данных интервью во всех схожа. Алексей Пивоваров²¹ – часто немного наклонен вперед, осанку не держит, старается всегда быть «по направлению» к собеседнику и телом показывать, что ему интересно то, о чем гость рассказывает, как бы невербально располагая к себе собеседника. Гости Алексея Пивоварова²² тоже часто сидят расслабленно, с небольшим наклоном корпуса вперед по направлению к интервьюеру, что визуально демонстрирует непринужденность их беседы. Но герои ведут себя по-разному: кто-то немного нервничает, кто-то полностью расслаблен во время общения. Но, несмотря на это, периодически становится заметно, что собеседники устают находиться в положении сидя. В целом гости Алексея Пивоварова²³ часто сидят в открытой позе, по положению тела видно, что разговор им интересен. Крайне редко блогер сам принимает закрытую позу, дотрагиваясь до сотового телефона двумя руками.

Алексей Пивоваров²⁴ в анализируемых интервью никогда не нарушает личное пространство человека, оставляя героя в зоне комфорта. Стулья всегда

¹⁹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

²⁰ Признан иностранным агентом на территории РФ.

²¹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

²² Признан иностранным агентом на территории РФ.

²³ Признан иностранным агентом на территории РФ.

²⁴ Признан иностранным агентом на территории РФ.

стоят на приемлемой социальной дистанции, но при этом на таком расстоянии, при котором может сложиться доверительное общение (обычно е более двух метров).

Если говорить о внешнем образе Алексея Пивоварова²⁵, то стоит уточнить, что он всегда одевается в соответствии с гендерными стереотипами: мужские толстовки, жилетки, темные джинсы, массивные кроссы, а может и более официально – надеть классический костюм. Главная отличительная черта его одежды – цветовая гамма. Она постоянно темного – черного или серого – цвета, который привлекает к себе как можно меньше внимания, в отличие от героев его интервью: они часто надевают на себя одежду светлых оттенков или добавляют образу какую-то яркую деталь, соответствующие случаю, этикету и гендеру. Если же гость все же приходит во всем черном, то Алексей Пивоваров²⁶ в, наоборот, надевает немного более светлую одежду, но тоже серого цвета.

Дальше идет разговор об «имидже», который ведущий себе создает или о маске, которую использует во время интервью. Тут сложно дать точное описание, потому я лишь предложу свою версию: в ходе беседы он ведет себя так же просто и непринужденно, как одевается для интервью – «простые» городские вещи для «простого» разговора с «простым» парнем. В целом, вовремя просмотрела его видеointerview, складывается именно такое впечатление. При этом всегда остается понимание того, что он – профессиональный журналист – держится уверенно, к вопросам и общению всегда подготовлен, в процессе общения четко прослеживается его эрудиция.

У героев в его видеороликах всегда складывается «имидж эксперта», интересного человека, которого стоит слушать. Добиться такого результата у Алексея Пивовара получается благодаря тому, что он умело определяет свою психологическую позицию и позицию эксперта, в этом ему помогает одежда,

²⁵ Признан иностранным агентом на территории РФ.

²⁶ Признан иностранным агентом на территории РФ.

выстроенная композиция интервью и формулировки вопросам, которые помогают обеспечить неформальное общение.

Обратимся к заключительному пункту анализа – внешней атрибутике пространства и локациям, которые блогер использует в своей работе.

У канала нет постоянной локации, на фоне которой проводилось бы интервью. Алексей Пивоваров²⁷ может встретиться с экспертом, как в офисе или в студии, так и в его рабочем пространстве. Например, на рабочей площадке было проведено интервью «Ребёнок сидит в телефоне и не хочет больше ничего – что делать? / Редакция / Интервью». Блогер и педагог общались на фоне локации «Школа "Апельсин"». Если в выпуске чередуются интервью с несколькими экспертами, то для каждого из них подбирается индивидуальный цвет локации, обычно чередуется темная и светлая локации.

«А поговорить?»

В качестве анализа были выбраны интервью: «BadComedian о предложении Кате Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове» [28], «Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё» [30], «Ирина Понаровская об инсульте, конфликте с Пугачёвой, исчезновении со сцены и пластике» [31], «Евгений Водолазкин «Оправдание острова». Когда на Руси жилось хорошо?» [29], «Наталья Синдеева про статус иноагента, деньги от Евросоюза, увольнение Лобкова, зарплату и мужа» [32].

Композиция каждого интервью у Ирины Шихман представлена в описании. Благодаря этому ее интервью так же легко воспринимать (ориентируясь на план беседы) и находить интересующие фрагменты. Условно во всех представленных интервью можно выделить следующие тематические блоки: представление героя, вопросы, связанные с профессиональной деятельностью человека, о личном и о будущем. В зависимости от интервью и конкретного гостя объем фрагментов композиции может уменьшаться или

²⁷ Признан иностранным агентом на территории РФ.

увеличиваться. Например, в интервью «BadComedian о предложении Кэте Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове» были вопросы как личного характера, так и профессионального. Например, в интервью «Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё» Ирина Шихман сосредоточилась на профессиональном аспекте, через который пыталась показать и личность героя. Конечно, из-за специфики работы с экспертами в ее интервью чаще раскрывается именно профессиональный аспект.

Говоря об анализе отдельных блоков интервью беседы и речи интервьюера, следует отметить, что, во-первых, в своей работе Ирина Шихман использует как вопросы открытого, так и закрытого типа, применяет уточнения и перефразы и не забывает и про провокацию, но ее провокации мягкие и не вызывают у человека желания немедленно «покинуть студию». Заготовки ее формулировок точные и понятные, а вот вопросы-уточнения, которые она придумывает вопросы в ходе беседы, не всегда могут звучать правильно с литературной точки зрения. Например, пытаясь сформулировать вопрос во время интервью «Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё», Ирина Шихман задала его таким образом: «Я думал, что это супер, а на самом деле это очень плохо, потому что со мной случилось то-то, то-то и то-то, спасибо большое, я вовремя это понял. А это не есть хороший разговор, и как пример, что это мой кумир, он, он вот так сделал и больше не будет». С точки зрения литературного языка – это не входит в языковую норму. Но с точки зрения коммуникации – Ирину Шихман поняли, потому что в разговорной речи такие отклонения допустимы. По сравнению с Алексеем Пивоваровым, речь и вопросы Ирины Шихман намного проще по содержанию и короче, в них меньше профессиональных слов и сформулированы они в разговорном стиле «двух близких друзей», если так можно сказать. Даже при общении не с самыми приятными людьми, например, с Екатериной Мизулиной (исполнительный директор Национального центра

помощи детям, член Общественной палаты РФ, глава Лиги безопасного интернета) Ирина Шихман старается говорить уважительно и «на равных».

Темы и вопросы почти всегда сменяются последовательно, исходя из логики общения

Иногда в речи проскальзывает заминка «ээээ», но намного реже, чем у Алексея Пивоварова. В речи часто встречаются слова паразиты по типу внезапных «вот» или «ну как бы», что немного мешает воспринимать ее речь, но делает ее «живой». Кроме того, у нее часто проскакивает «угу» во время ответа гостя на ее вопросы. С одной стороны – она показывает свою заинтересованность, с другой – в какой-то момент это может начать мешать зрителю.

Если говорить о голосе Ирины Шихман, то он спокойный, грудной, хорошо звучащий во время видеозаписи. Обычно такой голос говорит либо о хорошо поставленном голосе и голосовых тренингах, либо об уверенности человека в себе, что обычно располагает собеседника к разговору. Ирина Шихман очень хорошо управляет голосом и интонациями – ее вопросы могут звучать по-разному даже в одном и том же интервью. Где нужен некий вызов – слышится вызов, где выказывается доверие – разговор к этому начинает располагать. Например, в видео «Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё» Ирина Шихман сначала провокационно спрашивает: «То есть в СМИ вообще не должна подниматься тема наркотиков?», а спустя время уже более дружелюбно спрашивает: «в чем вы видите опасность, а в чем – нет?», «дошла до эксперта, хочу узнать». Голос она тоже заметно не повышает, голос ее звучит уместно, соответственно ситуации.

С гостями Ирина Шихман часто обращается, используя уменьшительно-ласкательные формы, если те ей это разрешают. Например, Евгения Баженова она называет просто «Женька», а Ирину Понаровскую – «Ирочка».

Жестикуляция у Ирины Шихман сдержанная. Крайне редко она может взмахнуть руками, в самые эмоциональные моменты большее предпочтение отдает мимике.

С точки зрения мимики – она очень милый человек. Даже во время серьезных разговоров у нее часто сохраняется улыбка на лице и даже негромкий смех, если он соответствует ситуации. Например, как было во время интервью «BadComedian о предложении Кэте Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове».

У гостей Ирины Шихман полная свобода как в мимике, так и в жестах. Например, в уже упомянутом интервью у Евгения Баженова очень активные как и мимика, так и жестикуляции. Эмоции ее гостей обычно хорошо считаются во время беседы, хотя, конечно, тут многое и зависит от их личного темперамента, но наладить контакт с человеком Ирина Шихман может профессионально. Ирина Понаровская в интервью «Ирина Понаровская об инсульте, конфликте с Пугачёвой, исчезновении со сцены и пластике» произнесла: «Вы первая и последняя, кому я это говорю, просто вы мне очень симпатичны, и вы создаете такую чудесную атмосферу в кадре, что вам хочется рассказать».

Ирина Шихман так же поддерживает зрительный контакт со всеми гостями, не выказывая своего мнения о человека. Кажется, что каждый гость ей так или иначе интересен.

Чаще всего во время общения с гостями Ирина Шихман сидит на стуле напротив, как подобает при интервью. Чаще всего она сидит «нога на ногу», что предполагает закрытую позу, но в ее случае это кажется скорее желанием занять удобное положение, чем коммуникативным средством. Гости ее используют разные позы – и открытые, и закрытые. Но личное пространство гостей так же не нарушается, Ирина Шихман всегда держится на подобающей социальной дистанции

Если говорить о внешнем образе Ирины Шихман, чаще всего он сразу говорит о том, что перед нами серьезная, женственная, красивая девушка. Она предпочитает более официальные наряды – блузки, костюмы, пиджаки,

каблуки – все соответствующее молодой «деловой» девушке. Кроме того, можно предположить, исходя из тематики интервью, что так же, как и Алексей Пивоваров, Ирина Шихман одевается так, чтобы большая часть зрительского внимания была направлена на гостя (старается не привлекать к себе внимания). Но иногда в кадре она выглядит все же больше выразительно в сравнении с гостем. Например, в интервью «Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё» она в черном на темном фоне, а в выпуске «Ирина Понаровская об инсульте, конфликте с Пугачёвой, исчезновении со сцены и пластике» – в розово-красно-коричневой одежде на шоколадно-желтом теплом фоне. Хотя, скорее всего, это просто совпадение, потому что в выпуске «Евгений Водолазкин «Оправдание острова». Когда на Руси жилось хорошо? // А поговорить?...» и «Наталья Синдеева про статус иноагента, деньги от Евросоюза, увольнение Лобкова, зарплату и мужа» подобного уже не наблюдается. В последнем выпуске Ирина Шихман, наоборот, как и гость, выбирает для себя ярко-красный комплект одежды.

Если говорить об «маске» журналиста Ирины Шихман, то она в какой-то степени представлена в ее внешнем образе – она позиционирует себя как «девушка»-журналистка, иногда начиная немного использовать этот образ в целях манипулирования. Например, в выпуске «BadComedian о предложении Кате Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове», она «ставила себя» немного ниже своего гостя, создавая образ «простушки», «подружки» которой надо все рассказать и пояснить. Подобную манипуляцию она так же использует и в других интервью. Подобный имидж формируется из совокупности всех применяемых журналистом коммуникативных инструментов.

Если говорить о внешней атрибутике пространства, то единого места в интервью Ирины Шихман нет. Единственное, что можно сказать точно – каждое место подбирается индивидуально, исходя либо из предпочтений самой Ирины Шихман, либо в целях раскрытия личности героя интервью. Например,

в «BadComedian о предложении Кате Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове» было несколько локаций, одна из которых – студия, а другая – в антикафе. В интервью с Натальей Синдеевой (ранее основатель, основная владелица и генеральный директор медиахолдинга «Дождь»²⁸) используется студия с тележкой, наполненной бюстами статуй.

«Осторожно: Собчак»

В качестве анализа были выбраны интервью: «Даня Милохин: как собрать миллионы в ТикТок, полюбить Моргенштерна и потратить 500 тысяч на водителя» [37], «Певица МакСим о жизни после смерти. Первое интервью после комы» [39], «Вероника Степанова: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху» [36], «Валерий Миладзе: про опасного Корчевникова, невиновного брата и “Единую Россию”» [35], «Леонид Слуцкий: о футболе, Абрамовиче, женщинах и пересаженных волосах» [38].

Говоря о тематизации и композиции интервью, следует, в первую очередь, так же сказать о том, что она представлена у Ксении Собчак в закреплённом комментарии под видеоматериалом. Условно их можно разделить на следующие тематические блоки: разговоры о личном, разговоры об опыте, профессиональные вопросы-советы, игры-опросы, оценочная информация, сообщаемая как гостем, так Ксенией Собчак.

Вопросы почти всегда сменяются последовательно, исходя из логики общения, кроме тех случаев, когда она проводит блиц опросы.

Если же говорить о формулировке вопросов, то тут другой подход к ведению интервью. Ксения Собчак задает вопросы открытого и закрытого типа, использует уточнения и перефразы. При общении ведет себя настойчиво (настаивает на том, чтобы собеседник ответил на вопрос). Деликатность ей не свойственна. В качестве примера можно рассмотреть диалог в автомобиле из интервью «Даня Милохин: как собрать миллионы в ТикТок, полюбить Моргенштерна и потратить 500 тысяч на водителя», когда Ксения спрашивает

²⁸ Признан иностранным агентом на территории РФ

блоггера Даню Милохина, почему родители решили усыновить именно его. Вопрос вызывает смущение у героя, он не может скрыть волнения. Сообщает, что не знает ответа на этот вопрос. Блоггер продолжает настаивать, предлагает герою предположить ответ или позвонить приемному отцу. Получив очередной отказ, она сама предлагает позвонить приемному отцу. Предложение Ксении Собчак воспринимается как требование, и он соглашается. То есть у блоггера есть цель получить информацию, для этого она использует сначала манипуляцию, пытаясь разговаривать с героем по-приятельски (манипулирование на эмоциональном уровне), а затем начинает настаивать, практически требовать предоставить нужную информацию. Все это сказывается так же и на формулировке вопросов. Блоггер может несколько раз повторить свой вопрос. Например, в выпуске «Вероника Степанова: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху» она а в первый раз сформулировала вопрос про манипуляции и неуверенных людей, а после ответа героя, задала этот вопрос еще раз с минимальными изменениями в формулировке.

Речь у Ксении Собчак чистая, слова-паразиты, ошибки, речевые штампы практически не наблюдаются.

Голос у Ксении Собчак всегда громкий, часто – громче, чем голос собеседника несмотря на то, что часто она находится к гостю намного ближе, чем обычно предполагается в интервью. Кажется, будто она в любой момент готова к «драке на словах». Она может и повысить голос в моменты, когда сильно не согласна с человеком. Может взять «родительскую интонацию», если она кого-то осуждает. В целом – голос у нее довольно сильный, а набор интонаций – огромен.

У Ксении Собчак довольно много жестикуляций – Она часто ими что-то «визуализирует» в своих вопросах, постоянно двигает ими во многих из интервью, но не делает слишком широких жестов.

Мимика в представленных интервью у Ксении Собчак тоже не самая выразительная. Выражение лица обычно либо спокойное, либо воинствующее,

иногда используется улыбка (которая может восприниматься как ирония или сарказм со стороны блогера). Иногда она может быть просто веселой. Например, в интервью «Валерий Миладзе: про опасного Корчевникова, невиновного брата и “Единую Россию”».

Личное пространство в своих интервью Ксения Собчак довольно часто нарушает, из-за этого героям становится не очень уютно, может возникнуть еле заметная конфронтация. Во время интервью «Даня Милохин: как собрать миллионы в ТикТок, полюбить Моргенштерна и потратить 500 тысяч на водителя» в одном из фрагментов интервью Ксения Собчак оказывается с Даней Милохиным в его машине (дистанция между героями примерно 30 сантиметров). Во время интервью «Вероника Степанова: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху» сначала Ксения Собчак и гость сидят на приемлемом расстоянии друг от друга, но уже через час на фоне другой локации, они практически касаются друг друга коленями. Если личное пространство не нарушается, то, как и у Алексея Пивоварова, Ксения Собчак часто даже корпусом тела наклоняется к собеседнику. Например, как в интервью «Валерий Миладзе: про опасного Корчевникова, невиновного брата и «Единую Россию»» во время общения на диване.

Мимика и жесты гостей так же зависят от их темперамента, но они только поощряются в ходе беседы.

Во время общения Ксения Собчак так же всегда поддерживает зрительный контакт, не теряя внимания гостя и не отпуская его во время обсуждения.

Говорить о внешнем облике Ксении Собчак на примере нескольких интервью довольно сложно. В каждом новом выпуске интервью ведущая предстает в новой одежде, каждый раз так или иначе соответствующей ситуации или задумке. Например, в интервью «Даня Милохин: как собрать миллионы в “ТикТок”, полюбить Моргенштерна и потратить 500 тысяч на водителя» платье точно было выбрано не случайно, а с целью подчеркнуть

разницу интеллектуальную и возрастную категорию блогера и героя. Обобщая информацию, можно отметить, что хотя Ксения Собчак и одевается всегда «стильно», в дорогие вещи, ее одежда всегда соответствует возрасту. Она не пытается выглядеть младше и не надевает вызывающих моделей одежды. Но одевается она красиво и со вкусом. К тому же – всегда довольно женственно, как бы подчеркивая гендерную принадлежность.

Если говорить об имидже Ксении Собчак, он довольно скандальный. Исходя из того, любой ее образ можно охарактеризовать таким образом: эта взрослая женщина может создать вам проблемы, но вы скажете ей за это спасибо. Зрелая, дерзкая, в своих видео она создает образ «эксперта», который не общается с гостем «на кухне», не сплетничает, как «подружка», а «спорит с ним на научной конференции». Она в созданном образе вызывает уважение целевой аудитории. Но, несмотря на «скандальность», которая так или иначе чувствуется в каждом ее интервью, нельзя не заметить, как часто Ксения Собчак меняет «маски» – в зависимости от человека, с которым говорит. Где-то она может быть строга, где-то патриотична. Все это сказывается на той социальной роли, которую она выбирает. Ксения Собчак в процессе общения может «показать себя», «устроить скандал» и, благодаря этому, раскрыть собеседника или узнать его мнение о какой-либо ситуации.

В своих выпусках, которые длятся более часа, а иногда и более полутора часов, Ксения Собчак часто меняет локации, что затрудняет анализ внешней атрибутики пространства. Но кое-что объединяет все локации – личность, с которой она общается в данный момент. Она ездит в машинах приглашенных гостей, приходит к ним на работу, сидит у них дома, заходит в их личные комнаты – и все это влияет на то, как строится у нее разговор с этим человеком и как он раскрывается для зрителя интервью. Например, так было в интервью «Леонид Слуцкий: о футболе, Абрамовиче, женщинах и пересаженных волосах», когда она побывала и в его доме, и в его машина, и даже на стадионе во время интервью.

«Скажи Гордеевой»

В качестве анализа были выбраны интервью: «Лариса Долина: «Хочу всё успеть»//«Скажи Гордеевой»» [51], «Мария Алёхина: «Они простую честность начинают воспринимать как объявление войны»//«Скажи Гордеевой»» [52], «Андрей Бурковский: «У нас в основном не цензура, а самоцензура»//«Скажи Гордеевой»» [48], «Анна Друбич: «Композитор должен быть интровертом» // «Скажи Гордеевой»» [49], «Лариса Гузеева: «Лучше пару годков в тюрьме, чем мне снова 24»//«Скажи Гордеевой»» [50].

Композиция интервью у Екатерины Гордеевой представлена в описании к видеоролику. Композиция интервью и темы по таймингам представлены в описании к видеоролику. Условно их можно разделить на следующие тематические блоки: разговоры о прошлом, личном, настоящем, выяснение мнения и брифинг-опрос в конце. Темы и вопросы почти всегда сменяются последовательно, исходя из логики общения.

Формулировки вопросов мягкие, легкие, поддерживающие беседу. Екатерина Гордеева использует как открытые, так и закрытые вопросы, но вторые – реже. С людьми она говорит уважительно, делая упор именно на разговор двух взрослых людей, не допускает нарушения субординации. Блоггер быстро формулирует какие-то вопросы на ходу. Но есть два осложнения понимания речи – небольшой дефект – шепелявость, из-за которого Екатерину Гордееву сложнее слушать, чем Ирину Шихман или Ксению Собчак. Видимо, по этой причине блоггер использует неожиданное интонирование. Иногда она начинает выделять каждое слово в своем вопросе, как, например, во время интервью «Лариса Гузеева: «Лучше пару годков в тюрьме, чем мне снова 24»//«Скажи Гордеевой»». Если маркировать ее паузы, то ее фразы можно визуализировать таким образом: «...а почему_ когда вы уехали из Оренбурга._ вы поехали_ в._ Ленинград, а не в Москву?». Но это случается не так часто. Чаще всего – это просто немного осложняет коммуникацию со зрителем, но герои, судя по невербальным проявлениям, чувствуют себя хорошо и свободно. Да и проявляется он не в каждом интервью.

Дефект речи Катерина Гордеева компенсирует невербальными инструментами – жестикуляцией, мимикой и контактом глаз. Ее руки постоянно в движении и работают вместе с мимикой лица, реагируя на происходящее. Где-то они сложены в молитвенном жесте, где-то они визуализируют вопрос, где-то они мечтательно сложены, но ни в одном из кадров не возникает ощущения, что Катерина Гордеева не знает, куда деть руки. Мимика у нее богатая, почти каждая фраза гостя сопровождается невербальной реакцией – взглядом, «шоком», изображенным на лице, открытым ртом, мечтательностью, весельем – ее лицо демонстрирует большой спектр эмоций. Это находит отклик и у приглашенных гостей, которые охотно ей все о себе рассказывают, хотя вопросы у нее не такие объемные, как у той же Ксении Собчак. Она никогда не теряет с героем зрительного контакта. Во время интервью возникает ощущение, что в момент интервью ведущая «живет» этим человеком. Кроме того, Катерина Гордеева очень трепетно относится к личному пространству человека. Если говорить о внешнем образе Катерины Гордеевой, то он довольно простой. Блоггер не то чтобы не показывает, что она девушка, она одевается молодежно и со вкусом. В городском дворе она бы воспринималась как «свой человек». Часто из одежды выбирает кардиганы, брюки из натуральной ткани, кроссовки.

Имидж соответствует внешнему виду: уверенная, приятная девушка, которая всегда поддержит, подскажет и поможет. «Свой человек» во всех проявлениях. Внешняя атрибутика пространства: в выпусках используется постоянная студия (которая позволяет создать фон разного цвета), где она и гость сидят на стульях, так и особые места, посещаемые во время интервью. Например, в интервью «Анна Друбич: «Композитор должен быть интровертом» // «Скажи Гордеевой»» они успели побывать на сцене у пианино и посидеть на лавочке с музыкальными нотами, а в интервью «Лариса Гузеева: «Лучше пару годков в тюрьме, чем мне снова 24»//«Скажи Гордеевой»» побывать в павильоне шоу «Давай поженимся». Разные места посещаются для раскрытия героя, для поддержания беседы и создания разнообразного визуального ряда.

Выводы второй главы. Каждый из представленных блогеров использует почти полный спектр коммуникативных инструментов. Но каждый из них уделяет большее внимание определенным инструментам, это зависит от цели интервью. Автор канала «Редакция» большее предпочтение отдает формулировке вопросов, поддержанию контакта глаз, положению тел, для создание дружеской атмосферы, а также профессионализму, с которым подходит к каждому интервью. Благодаря своему богатому опыту общения, он на равных говорит с любым гостем и при этом создает довольно неформальную атмосферу. Все это очень сильно связано с целеполаганием канала – получением информации или мнения по какому-либо поводу или предмету.

На канале «А поговорить?» Ирина Шихман отдает предпочтение не столько зрительному контакту, сколько созданию атмосферы доверительного общения двух «подружек». Эмпатия, приятная атмосфера, дружелюбность – все это может помочь человеку раскрыться и рассказать не только о себе, но и о другом человеке, а также высказать мнение о какой-либо ситуации.

Ксения Собчак на канале «Осторожно: Собчак» отдает предпочтение провокационным интонациям и формулировкам вопросов, а также созданию скандального образа умной и состоятельной женщины. В процессе интервью она использует много социальных масок, в зависимости от того, что ей нужно сказать собеседнику или что получить от него. Ей присущи скандальность, самопрезентация в процессе интервью, эмоциональное давление на героя и при этом способность создать подробный психологический портрет героя.

Катерина Гордеева на канале «Скажи Гордеевой» чаще других использует мимику, жесты и очень сильно «эмоционирует» в ответ на слова своих гостей. Когда она проводит интервью, смотрит, скорее, на его невербальную составляющую, хотя, конечно, не забывает и про формулировку вопросов. Благодаря выраженной эмпатии и эмоциональности она может «вывести» героя на эмоции, узнать больше о его жизни. Благодаря коммуникативному инструментарию Катерина Гордеева профессионально раскрывает своего собеседника.

Заключение

Сейчас из-за трансформации жанра интервью, многие правила, связанные с вербальным и невербальным общением, несколько стираются, уступая место зрелищности и шоу. Каждый из журналистов выбирает свои способы взаимодействия с гостем и ведения интервью, из-за этого у каждого интервьюера вырабатывается свой неповторимый коммуникативный инструментарий, благодаря которому многие интервью в интернете являются более уникальными, чем на телевидении, потому что жёстких правил блогеры не имеют, но выбор их коммуникативных инструментов зависит от целей, которые стоят перед ними во время интервью.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что каждый из представленных журналистов использует почти полный спектр коммуникативных инструментов, как вербальных, так и невербальных. Но каждый из них уделяет большее внимание определенным инструментам, это зависит от цели интервью.

На канале «Редакция», автор большее предпочтение отдает формулировке вопросов, поддержанию контакта глаз, положению тел, для создание дружеской атмосферы, а также профессионализму, с которым подходит к каждому интервью. Благодаря богатому опыту общения, он на равных говорит с любым гостем и при этом создает довольно неформальную атмосферу. Все это очень сильно связано с целеполаганием канала – получением информации или мнения по какому-либо поводу или предмету. Ему не так сильно нужна эмпатия, сочувствие, потому что на его канале преобладают аналитические интервью, мало связанные с «личностью» и ее историей. Потому простого «дружеского» и «профессионального» коллеги для такого разговора вполне будет достаточно.

На канале «А поговорить?» Ирина Шихман отдает предпочтение не столько зрительному контакту, сколько созданию атмосферы доверительного общения двух «подружек». Поскольку одна из главных целей канала – создание

«портрета» героя интервью, то выбранный инструментарий подходит Ирине Шихман: эмпатия, атмосфера, дружелюбность – все это может помочь человеку раскрыться и рассказать не только о себе, но и о человеке, а также высказать мнение о какой-либо ситуации, что является дополнительной целью канала «А поговорить?»).

Ксения Собчак на канале «Осторожно: Собчак» отдает предпочтение провокационным интонациям и формулировкам вопросов, а также созданию скандального образа умной и состоятельной женщины. В процессе интервью она использует много социальных масок, в зависимости от того, что ей нужно сказать собеседнику или что получить от него. Она никогда не общается с кем-либо искренне, а только использует необходимый инструмент для достижения цели. Ей присущи скандальность, самопрезентация в процессе интервью, эмоциональное давление на героя и при этом способность создать подробный психологический портрет героя.

Катерина Гордеева на канале «Скажи Гордеевой» чаще других использует мимику, жесты и очень сильно «эмоционирует» в ответ на слова своих гостей. Когда она проводит интервью, смотрит, скорее, на его невербальную составляющую, хотя, конечно, не забывает и про формулировку вопросов. Основная цель канала полное и глубокое раскрытие личности героя, поэтому выбранные ею коммуникативные инструменты являются наиболее подходящими. Благодаря выраженной эмпатии и эмоциональности она может «вывести» героя на эмоции, узнать больше о его жизни. Благодаря коммуникативному инструментарию Катерина Гордеева профессионально раскрывает своего собеседника.

Таким образом, чтобы «влиться» в сетевую среду и стать более популярным в интернет-пространстве недостаточно просто следовать языковым нормам или соблюдать невербальные правила общения – важно проявлять оригинальный подход и не забывать о целеполагании и позиционировании собственного канала на площадке YouTube. От этого зависит то, как именно интервьюеру необходимо общаться с гостем и какие

коммуникативные средства чаще использовать в процессе интервью. Это является одной из главных специфик коммуникативного инструментария журналистов на платформе YouTube.

Если говорить о практических рекомендациях, то можно выделить следующее: если целью ваших интервью является сбор информации по какому-то предмету или явлению, разъяснение какого-то социального, научного вопроса, то главным будет то, как именно вы формулируете свои вопросы и насколько профессионально держитесь во время интервью. Если журналист будет «плавать» в теме, то интервьюеру и интервьюируемому будет намного сложнее декодировать слова друг друга и наладить контакт для полноценного диалога. Во время такого интервью следует уважительно относиться к собеседнику, соблюдать его личные границы и строго придерживаться темы, озвученной в начале интервью. Внешняя атрибутика пространства или положения тела не так важны, если разговор ведется на профессиональном уровне. Достаточно просто быть более доброжелательным и расположенным к разговору.

Если целью интервьюера является просто общение собеседником о его жизни, то важнее всего будет создать подходящую для человека атмосферу, в которой ему будет приятно общаться. Кроме этого, в таком интервью важно не забывать об эмпатии, которая всегда проявляется с друзьями. Так же, как и в предметном интервью, здесь важно не забывать о соблюдении границ личного пространства, чтобы не смутить собеседника и не потерять с ним эмоциональный контакт.

Если цель показать себя, при этом раскрыть персонажа, стоит пользоваться коммуникативным инструментарием Ксении Собчак – использовать маски, новые образы, говорить громче, чем обычно, и формулировать вопросы так, чтобы было понятно ваше мнение по обсуждаемой теме. Это один из самых сложных видов интервью, потому что он требует как нарушения личных границ собеседника, так и вхождение в ситуацию спора с

ним, что может рассорить интервьюера с гостем. Чтобы этого не допустить, к выбору коммуникативного инструментария важно подходить грамотно.

Если вашей целью является всестороннее раскрытие личности героя, то без полного набора невербальных коммуникативных инструментов не обойтись: эмпатия, мимика, взгляд, положение тела, жестикуляция – все это важно для установления доверительного контакта с собеседником, чтобы он не просто поговорил с вами на отвлеченные или знакомые ему темы, а рассказал о своей жизни. В таком интервью важно показать человеку, что он и его история действительно интересны журналисту. Здесь особенно важна реакция журналиста на озвученные героем слова.

Также в любом виде интервью важен контакт глаз. Без него люди не будут доверять блогеру в достаточной мере. Кроме того, избегание взгляда гостя может говорить не только о возможной «нечестности» интервьюера, но и о его непрофессионализме. А также это может дать гостю повод подумать, что его слова журналисту глубоко безразличны. В этом случае будет наладить контакт с человеком и провести содержательное интервью будет довольно сложно.

Если грамотно подходить к использованию коммуникативного инструментария (с учетом цели интервью), можно создать интересный и содержательный контент, который будет интересен, как гостю, так и зрителем. Это позволит заметно повысить популярность канала на платформе YouTube.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник РГУ. 2000. № 1. С. 42–44.
2. Андреева Г. М. Социальная психология. М. : Наука, 1994. 378. с. URL: https://moodle.kstu.ru/pluginfile.php/246635/mod_resource/content/0/Andreeva_Socialnaya-psihologiya.pdf (дата обращения: 12.04.2022).
3. Антонова Л. Г., Башловкина Ю. А. Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube // Социальные и гуманитарные знания. 2018. Т. 4. № 3. С. 185–190. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35667155> (дата обращения: 12.04.2022).
4. ВЦИОМ. Жизнь онлайн: потребление, пользование, развлечения [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhizn-onlain-potreblenie-polzovanie-razvlechenija> (дата обращения: 12.04.2022).
5. ВЦИОМ. Итоги 2021 года и ожидания от 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2021-goda-i-ozhidaniya-ot-2022-go> (дата обращения: 12.04.2022).
6. ВЦИОМ. Медиапотребление и активность в интернете [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 12.04.2022).
7. Енина Л. В., Зыков В. Ф. Практика журналистского общения : учеб. пособие. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. 76 с. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42405/1/978-5-7996-1853-7_2016.pdf (дата обращения: 12.04.2022).
8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии интервьюера Юрия Дудя: взгляд лингвиста на медийный феномен массовой культуры // Вестник НГУ. История и философия. 2021. Т. 20. № 6. С. 263–275. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-intervyuera-yuriya->

dudya-vzglyad-lingvista-na-mediynnyu-fenomen-massovoy-kultury (дата обращения: 12.04.2022).

9. Кодола Н. В. Интервью: методика обучения, практические советы. М. : Аспект Пресс, 2011. 174 с. URL: https://ozlib.com/833710/zhurnalistika/intervyu_metodika_obucheniya_prakticheskiye_sovety (дата обращения: 12.04.2022).

10. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. М. : Аспект Пресс, 2013. URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/kolesnichenko1.htm#Начало> (дата обращения: 12.04.2022).

11. Корабельская В. В. Роль видеоблога в современной интернет-коммуникации // Хроноэкономика. 2020. № 4 (25). С. 63–70. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-videobloga-v-sovremennoy-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 12.04.2022).

12. Корецкий М. Д. Трансформация телевизионных жанров на площадке YouTube на примере деятельности Алексея Пивоварова²⁹. Челябинск. 2020. С. 41–44. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-televizionnyh-zhanrov-na-ploschadke-youtube-na-primere-deyatelnosti-alekseya-pivovarova> (дата обращения: 12.04.2022).

13. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ : учеб. пособие. М. : Издательство Московского университета, 2004. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/18.htm> (дата обращения: 12.04.2022).

14. Лебедева Е. Г. Интервью в отечественной блогосфере // Медиаальманах. 2021. № 3. С. 73–80. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intervyu-v-otechestvennoy-blogosfere> (дата обращения: 12.04.2022).

15. Липатова Т. В. Вербальные и невербальные средства коммуникации и их место в системе языка (системно-типологический подход) // Вестник РУДН. 2015. № 4. С. 115–123. URL:

²⁹ Признан иностранным агентом на территории РФ.

<https://cyberleninka.ru/article/n/verbalnye-i-neverbalnye-sredstva-kommunikatsii-i-ih-mesto-v-sisteme-yazyka-sistemno-tipologicheskiiy-podhod> (дата обращения: 12.04.2022).

16. Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 12.04.2022).

17. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/13.htm> (дата обращения: 12.04.2022).

18. Рева Е. К., Арехина Д. В., Зуева Г. С. Тренды видеохостинга YouTube: медиаформаты и предпочтения аудитории // Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. науч. ст. по мат. VII Всерос. науч. практ. конф. с междунар. участ. / под ред. Е. К. Рева. Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 115–122.

19. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие М. : Аспект Пресс, 2006. 320 с.

20. Тертычный А. А. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Материалы одиннадцатой научно-практической конференции. 2014. № 1. С. 330–337.

21. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. М. : Русский язык, 2000. URL: <https://www.efremova.info/>

22. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс]. URL: <https://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 12.04.2022).

23. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2004. 139 с. URL: <https://www.aup.com.ua/ml/conf/8.pdf> (дата обращения: 12.04.2022).

24. Шестакова П. С. Применение жанра интервью в интернет-пространстве. М. 2019. 99 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-zhanra-intervyu-v-internet-prostranstve> (дата обращения: 12.04.2022).

25. Яблоновская Н. В., Езык А. В., Мустафаева Н. Д. Жанр интервью на платформе YouTube // Учебные записи Крымского федерального университета

имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2020. Т. 6 (72). № 4. С. 225–238. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-intervyu-na-platfome-russkoyazychnogo-segmenta-youtube-transformatsii-i-mediatehnologii> (дата обращения: 12.04.2022).

26. Якупов П. В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Социальные структуры, институты и процессы. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-opredelenie-ponyatiya-vidy-kommunikatsii-i-ee-bariery> (дата обращения: 12.04.2022).

27. YouTube-канал «А поговорить?» [Электронный ресурс] : А поговорить. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g/about> (дата обращения: 12.04.2022).

28. YouTube-канал «А поговорить?»: VadComedian о предложении Кате Клэп, блокировках YouTube, Чернобыле, Козловском и Пивоварове [Электронный ресурс] : А поговорить. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m8IFQEMzV7A&t=1222s> (дата обращения: 12.04.2022).

29. YouTube-канал «А поговорить?»: Евгений Водолазкин «Оправдание острова». Когда на Руси жилось хорошо? [Электронный ресурс] : А поговорить. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ViBdWkuxV5o>

30. YouTube-канал «А поговорить?»: Екатерина Мизулина: Моргенштерн – проект Запада, Дудь пропагандирует зло, Михалкову можно всё [Электронный ресурс] : А поговорить. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zAOXR7PA3vk> (дата обращения: 12.04.2022).

31. YouTube-канал «А поговорить?»: Ирина Понаровская об инсульте, конфликте с Пугачёвой, исчезновении со сцены и пластике [Электронный ресурс] : А поговорить. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7_XaaSKRiW0 (дата обращения: 12.04.2022).

32. YouTube-канал «А поговорить?»: Наталья Синдеева про статус иноагента, деньги от Евросоюза, увольнение Лобкова, зарплату и мужа

[Электронный ресурс] : А поговорить. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=63M2HtvXLnA> (дата обращения: 12.04.2022).

33. YouTube-канал «Вдуть» [Электронный ресурс] : Вдудь. URL: <https://www.youtube.com/c/vdud/about> (дата обращения: 12.04.2022).

34. YouTube-канал «Осторожно: Собчак» [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/c/sobchak/about> (дата обращения: 12.04.2022).

35. YouTube-канал «Осторожно: Собчак»: Валерий Миладзе: про опасного Корчевникова, невиновного брата и «Единую Россию» [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=v5xEZTw6KBg> (дата обращения: 12.04.2022).

36. YouTube-канал «Осторожно: Собчак»: Вероника Степанова: об эмиграции из России, кликбейте, Дуде и Гудкове и ненависти к чужому успеху [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NmqVWpSVQrM> (дата обращения: 12.04.2022).

37. YouTube-канал «Осторожно: Собчак»: Даня Милохин: как собрать миллионы в ТикТок, полюбить Моргенштерна и потратить 500 тысяч на водителя [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XmbUP9Oh0QY&t=3056s> (дата обращения: 12.04.2022).

38. YouTube-канал «Осторожно: Собчак»: Леонид Слуцкий: о футболе, Абрамовиче, женщинах и пересаженных волосах [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SCu5dPKF9FQ> (дата обращения: 12.04.2022).

39. YouTube-канал «Осторожно: Собчак»: Певица МакСим о жизни после смерти. Первое интервью после комы [Электронный ресурс] : Осторожно: Собчак. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=i-1DL60XDJk> (дата обращения: 12.04.2022).

40. YouTube-канал «Редакция» [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/c/Редакция/about> (дата обращения: 12.04.2022).

41. YouTube-канал «Редакция»: Бессонница, лунатики и вещие сны — главные вопросы про сон / Редакция / Интервью [Электронный ресурс] : Редакция. URL: https://www.youtube.com/watch?v=NMjS7SqS_VE&list=PLguYHNBi01DWqQBZjoPuYZ0F-nTGUBNec8&index=6 (дата обращения: 12.04.2022).

42. YouTube-канал «Редакция»: Где русский Илон Маск и почему в космонавты не возьмут с тату / Редакция / Интервью [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LyLUFBW3IPs&list=PLguYHNBi01DWqQBZjoPuYZ0F-nTGUBNec8&index=6> (дата обращения: 12.04.2022).

43. YouTube-канал «Редакция»: Ирина Шихман: мечты о славе, скучные интервью, харассмент / Редакция [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a2uf8Pl0vI8> (дата обращения: 12.04.2022).

44. YouTube-канал «Редакция»: Почему мы ленимся? / Редакция интервью [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2L5kjeGZOLc&list=PLguYHNBi01DWqQBZjoPuYZ0F-nTGUBNec8> (дата обращения: 12.04.2022).

45. YouTube-канал «Редакция»: Ребёнок сидит в телефоне и не хочет больше ничего – что делать? / Редакция / Интервью [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eUbdyWVpHJc&list=PLguYHNBi01DWqQBZjoPuYZ0F-nTGUBNec8&index=5> (дата обращения: 12.04.2022).

46. YouTube-канал «Редакция»: Чего и почему мы боимся? / Редакция Интервью [Электронный ресурс] : Редакция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OgcJ5CA9K6s&list=PLguYHNBi01DWqQBZjoPuYZ0F-nTGUBNec8&index=3> (дата обращения: 12.04.2022).

47. YouTube-канал «Скажи Гордеевой» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/c/skazhigordeevoy/about> (дата обращения: 12.04.2022).

48. YouTube-канал «Скажи Гордеевой»: Андрей Бурковский: «У нас в основном не цензура, а самоцензура» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dEOLQGLkdSM> (дата обращения: 12.04.2022).

49. YouTube-канал «Скажи Гордеевой»: Анна Друбич: «Композитор должен быть интровертом» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=szCLlg5gxhI> (дата обращения: 12. 04.2022).

50. YouTube-канал «Скажи Гордеевой»: Лариса Гузеева: «Лучше пару годков в тюрьме, чем мне снова 24» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IU0pBs1zjNM> (дата обращения: 12.04.2022).

51. YouTube-канал «Скажи Гордеевой»: Лариса Долина: «Хочу всё успеть» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vb3LB0ehyiU> (дата обращения: 12.04.2022).

52. YouTube-канал «Скажи Гордеевой»: Мария Алёхина: «Они простую честность начинают воспринимать как объявление войны» [Электронный ресурс] : Скажи Гордеевой. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=42Rlv5IWwss> (дата обращения: 12.04.2022).