



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Институт медиа и социально-гуманитарных наук
Кафедра «Журналистика, реклама и связи с общественностью»

ЖАНР ИНТЕРВЬЮ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ

ЮУрГУ–42.03.02.2020.011.ПЗ.ВКР

Автор ВКР

студент группы СГ-521

_____Л.Ж. Толеспаева

«_____»_____2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Толеспаетва Л.Ж. Жанр интервью в современном медиапространстве. – Челябинск: ЮУрГУ, СГ-521, 2020. – 47 с., библиогр. список – 35 наим., презентация.

Ключевые слова: журналистика, интервью, медиапространство, жанр.

Объектом исследования являются жанр интервью в современном медиапространстве.

Предмет исследования особенности функционирования жанра интервью в современном медиапространстве.

Цель работы – выявление ключевых особенностей жанра интервью в современном медиапространстве.

Задачи работы:

Исследовать цели, задачи, особенности функционирования жанра интервью в средствах массовой информации;

Изучить модификация жанра интервью в современном медиапространстве;

Выявить особенности программ в жанре интервью на современном ТВ;

Исследовать, как актуализирован жанр интервью на платформе YouTube.

Новизна дипломной работы заключается в том, что на основе анализа истории и современного состояния жанра интервью были сформулированы тенденции и перспективы развития журналистики.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем современной журналистики.

Работа может представлять интерес для журналистов, интервьюеров.

ABSTRACT

Tolespaeva L. J. Interview in modern media space. - Chelyabinsk: SUSU, SG-521, 2020. – 47 p., Bibliogr. list – 35 items., presentation.

Keywords: journalism, interview, media space, genre.

The object of research is the genre of interviews in the modern media space.

The subject of the research is the peculiarities of the functioning of the interview genre in the modern media space.

The purpose of the work is to identify the key features of the interview genre in the modern media space.

Work tasks:

1. Explore the goals, objectives, and features of the functioning of the interview genre in the media;
2. Study the modification of the interview genre in the modern media space;
3. Identify the features of programs in the interview genre on modern TV;
4. Explore how the interview genre is updated on the YouTube platform.

The novelty of the thesis is that based on the analysis of the history and current state of the interview genre, trends and prospects for the development of journalism were formulated.

Research results-the work is focused on solving current problems of modern journalism.

The work may be of interest to journalists and interviewers.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1. ИНТЕРВЬЮ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	9
1.1 Цели, задачи, особенности функционирования жанра интервью в средствах массовой информации.....	9
1.2 Модификация жанра интервью в современном медиапространстве	18
2. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕРВЬЮ В СМИ	24
2.1 Особенности программ в жанре интервью на современном ТВ (на примере программы «Познер»)	24
2.2. Актуализация жанра интервью на платформе YouTube (на примере канала «вДудь»)	33
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	41
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	44

ВВЕДЕНИЕ

Главной задачей средств массовой информации было и остается оповещение и информирование общественности о важных событиях, а также обсуждение всех актуальных тем через специально созданные каналы связи. Но в сегодня, в век цифровых технологий жанры журналистики переживают трансформацию. Тем не менее, одним из самых эффективных способов взаимодействия с аудиторией является жанр интервью. В интервью реализуются многие функции СМИ, в том числе информационная, познавательная, а также развлекательная функции.

Актуальность выбранной темы обоснована тем, что сегодня при работе над интервью необходимо учитывать методы и критерии интервью, знать его специфику, владеть необходимым инструментарием интервьюера, а также понимать специфику трансформаций, происходящих в медиасреде. Кроме того, нужно учитывать и тот факт, что сегодня интервью, в частности на ТВ, является не просто информационным жанром, но и формой взаимодействия с телеаудиторией. Интервью в телепрограммах может стать мощным инструментом воздействия на сознание зрителей, так называемой технологией "навешивания ярлыков".

Кроме того, в социальных сетях и на различных медиаплатформах блогеры активно используют жанр интервью, приглашая медийных персон, политиков, актеров и т.д. Ярким примером такого использования интервью является Youtube - канал "вДудь", создателем которого является журналист Юрий Дудь.

Степень научной разработанности данной темы довольно высока. Жанр интервью в прессе изучали: Ю.А. Антонова, А.И. Дубских, Т.Н. Исакова, Ю.В. Краснопёрова, А.В. Пичугина, коммуникативные особенности интервью - О.А.Гаранян, Р.М. Докучаева, виды и жанры интервью - И.В. Иванова, Н.Н. Кошкарлова, Ю.В. Красноперова, А.И. Кутний, И.В. Фадеева, А.Г. Халиуллин, И.Ю. Чистякова. Специфику интервью изучали такие исследователи, как С. Вайшенберг, Ю. Сова, Б. Стрельцов, М. Чабаненко и др.

Объект исследования – жанр интервью в современном медиапространстве.

Предмет исследования – особенности функционирования жанра интервью в современном медиапространстве.

Целью исследования является выявление ключевых особенностей жанра интервью в современном медиапространстве.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих **задач**:

1. Исследовать цели, задачи, особенности функционирования жанра интервью в средствах массовой информации;
2. Изучить модификация жанра интервью в современном медиапространстве;
3. Выявить особенности программ в жанре интервью на современном ТВ на примере программы «Познер»;
4. Исследовать, как актуализирован жанр интервью на платформе YouTube на примере канал «вДудь».

Методы исследования. В данной работе использован метод сравнительного анализа, общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, абстрагирования и конкретизации, сравнения, а также описательный и объяснительный методы.

Эмпирической базой ВКР послужили работы журналистов на ТВ и платформе YouTube на примере телевизионной программы «Познер» и YouTube канала «вДудь»

Научная новизна исследования обусловлена тем, что интервью наряду с другими жанрами классической журналистики, в настоящее время переживает трансформацию в связи с особенностями подачи и потребления контента в цифровой среде. Оно впитывает черты других жанров, приобретает ярко выраженный развлекательный характер.

Практическое значение работы состоит в систематизации исследований в области диалоговой журналистики, на основе чего был проведен анализ современного состояния интервью как жанра журналистики.

Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения особенностей использования интервью в российских СМИ, а также для анализа дальнейших тенденций развития жанра интервью.

Структура и краткое содержание работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

Во введении обосновывается актуальность работы, определяется предмет, объект исследования, цели и задачи.

Первая глава посвящена исследованию целей, задач и особенностей функционирования интервью в средствах массовой информации, изучается модификация жанра интервью в современном медиaprостранстве.

Во второй главе проводится анализ специфики работы журналиста на платформах ТВ и YouTube на примере телевизионной программы «Познер» и YouTube канала «вДудь»

В заключении приведены результаты исследования и представлены полученные выводы.

1. ИНТЕРВЬЮ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

1.1 Цели, задачи, особенности функционирования жанра интервью в средствах массовой информации

В современной журналистике жанр интервью изучают многие российские ученые, такие как: Н.В. Колода, А.А. Тертычный, Л.Е. Кройчик, М.М. Лукина

В.В. Ворошилов. Жанр интервью становится все более популярным, так как интерес и потребность аудитории в личном общении с каждым годом возрастают.

Само журналистское творчество, а также методология сбора информации рассматриваются как две отдельные категории концепции интервью. Первая категория характеризуется типом журналистской работы с уже установленной структурой и характеристиками. Форма вопросов и ответов, немного похожая на анкету, является второй категорией, которая рассматривает эту концепцию.

Эти параметры характеризуют жанр интервью как взаимообмен информацией между людьми с целью получения свежей информации, которая будет востребована у аудитории и удовлетворит ее потребность в свободном, открытом общении.

До сих пор ученые не могут определить, к какой жанровой категории относится интервью. Поэтому, в данной работе постараемся рассмотреть несколько классификаций интервью с совершенно разных точек зрения, «под разными углами». В толковом словаре русского языка можно найти следующее определение: «интервью - это беседа между представителем прессы и каким-либо общественным деятелем по актуальным вопросам, представляющим общественный интерес»¹. На сегодняшний день данное определение потеряло свою актуальность, поскольку в современной журналистике интервью как жанр присутствует не только в печатных средствах массовой информации, но и на телевидении, радио и в интернете. Автор первого в СССР учебного пособия по телевизионной журналистике А. Я. Юровский считает, что «интервью – разговор

¹ Д.Н. Ушаков. Толковый словарь русского языка /URL: <https://bit.ly/3hViNKb> (дата обращения: 21.06.2020).

по актуальным вопросам, происходящий между журналистом и общественно значимой личностью. В энциклопедическом словаре СМИ отмечается, что antecedентное значение изучаемого термина подразумевает беседу репортера, ведущего с известной личностью, специалистом, ученым и т. п.»² По мнению С. Н. Ильченко: «Интервью – акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес»³. В этом случае интервью называется получением информации от интервьюируемого с помощью заданных вопросов. Другими словами, используя самые простые средства общения – разговор, беседа. Все приведенные выше определения понятия интервью приводят нас к тому, что интервью является жанром журналистики, который состоит из беседы, диалога между двумя сторонами интервьюера и гостя интервью. Информирование является основной целью и задачей жанра, информирование о текущих событиях, проблемах, на основе личного мнения респондента.

Главной чертой является различие задач у собеседников, которые обозначаются в журналистской среде как "интервьюер" и "интервьюемый". По правилам, интервьюируемый всегда остается при своем мнении, а интервьюер не высказывает свою личную позицию, не даёт своих личных оценок. Его первостепенная задача - это возможность сказать свое слово герою интервью. Жанры в журналистике разделяют по широте повествования, по глубине анализа событий, используют различные изобразительные средства, воздействия на аудитории. Многие ученые причисляют данный жанр к информационной группе, основанной на данных полученных в применении эмпирических методов исследования. Есть ученые, которые высказывает другую точку зрения. Исследователь журналистики А. А. Тертычный выделяет информационное и аналитическое интервью⁴. Интервью считается

² Энциклопедический словарь СМИ. – URL: <https://bit.ly/2Z25oaw> (дата обращения: 21.06.2020).

³ Интервью в журналистском творчестве. Учебное пособие./С.Н. Ильченко. - СПб.:2003. – С. 93

⁴ Жанры периодической печати: учеб. пособие/А.А. Тертычный – М.: Аспект Пресс, 2000. – С.43.

информационным жанром, так как журналист не ставит перед собой цель прокомментировать ту информацию, которую получает от интервьюируемого, его задача предоставить возможность донести информацию своего собеседника до аудитории. Таким образом, журналист предоставляет безоценочный информационный материал, в таких работах интервьюируемый отвечает на развернутые вопросы журналиста: «почему?», «что это значит?», «каким образом?». Его основная роль заключается в том, чтобы гость сам смог проанализировать и сформулировать свою позицию, мнение о ситуации.

Доктор филологических наук Л. Е. Кройчик относит интервью к оперативно-исследовательской группе жанров: «Здесь сохраняется интерес к новости, но на первый план выходит не оперативность, а содержание и истолкование сообщаемой информации; господствуют повествовательно-описательные элементы, а не логико-рациональные»⁵.

Профессор С. М. Гуревич выделяет: «интервью как диалогический жанр, в котором весь материал базируется на информации, поступившей от непосредственного участника или очевидца события».⁶

Кандидат филологических наук А. В. Колесниченко считает, «что интервью можно отнести к любому из трех традиционно принятых в журналистике жанров. Он отмечает следующие виды интервью: информационное – интервью с участником или очевидцем события, экспертное – комментирование событий и явлений профессиональным экспертом, личностное – раскрытие героя через его взгляды, мнения, позиции»⁷.

Тем не менее, чаще всего интервью классифицируются как информационные жанры. Однако выше мы отметили, что некоторые виды интервью по различным параметрам рассматриваются как аналитические и художественно-журналистские материалы. Есть также те, которые выделяются теоретиками в отдельные группы.

⁵ Система журналистских жанров /Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб.: 2000. – С. 125–167.

⁶ Репортаж в газете./С.М. Гуревич. - М.:1963. - С. 15.

⁷ Практическая журналистика: учеб. пособие / А. В. Колесниченко – М.: Издательство Московского университета, 2008. – С. 52.

Такое разнообразие классификаций показывает интервью как неоднозначный и сложный жанр журналистики. Возможно, именно поэтому он широко популярен среди авторов и считается одним из наиболее используемых в журналистской работе.

Стоит отметить, что на первый взгляд разница между понятиями «интервью как метод сбора информации» и «интервью как жанр журналистского творчества» очевидна. Однако с точки зрения классификации они часто дополняют друг друга и имеют одинаковые названия. Это вносит определенную путаницу в процесс познания и развития, особенно при объяснении темы студентам-журналистам. Ученые предлагают различные классификации интервью: в зависимости от предмета разговора, целей, характера получаемой информации, формы, типа организации, степени стандартизации и отношения журналиста к интервью. Давайте рассмотрим некоторые из них. С точки зрения целей, большинство теоретиков выдвигают следующие типы интервью: информационное, оперативное, портретное, интервью - расследование и беседа. Отличительной особенностью информационного интервью является получение оперативных и актуальных данных по конкретному событию. Такой материал должен содержать ответы на ключевые вопросы информационного сообщения: «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?», «Почему?», «Почему?». По словам М. М. Лукиной: «Этот тип интервью является наиболее распространенным, потому что он ориентирован на создание новостей»⁸.

Оперативное интервью классифицируется как информационный подвид. Его главная задача - собрать разные точки зрения по конкретному вопросу

В таких опросах, где каждый опрошиваемый отвечает на одни и те же вопросы, участвуют многие респонденты. Опрос проходят люди из различных социальных групп или, наоборот, из одной социальной группы, все зависит от заданной темы опроса. Группы подразделяются на гендерные, возрастные и т.д.

У такого интервью существует простое название, его называют «уличным опросом» (опрос на улице) или блиц-опрос.

Если требуется изучить тему в более подробных деталях, узнать полную информацию по интересующей теме, то в таких случаях применяется интервью-расследование. Обычно журналист к такой беседе готовится более тщательно, разрабатывает структуру (план) беседы, более качественно подбирает вопросы. Поскольку данный вид интервью не ограничен временными рамками, новизной темы, актуальностью, основная задача состоит в том, чтобы узнать информацию, используя индивидуальный подход к собеседнику.

Беседа - является еще одним видом интервью. Кандидат филологических наук М. М. Лукина называет ее «креативным интервью»⁹. Отличие беседы от других типов интервью заключается в том, что журналист и интервьюируемый находятся на равных позициях и журналист может себе позволить быть не просто посредником между аудиторией и гостем. Интервью-беседа считается наиболее сложным видом жанра интервью. От журналиста требуется грамотный подход к подбору собеседника, колоссального профессионального опыта и репутации. В ходе такой беседы, когда все сделано и подобрано грамотно и профессионально, то гость может полностью раскрыться и выйти на более доверительный уровень общения и в результате получается интересный материал.

Портретное интервью - призвано создать образ героя, раскрыть его характер, показать, какой он есть на самом деле. Именно для раскрытия характера героя необходимы не только те слова и мысли, которые он высказывает, но и то, каким образом он это делает: какой мимикой и выражением лица сопровождаются его слова, какими жестами он реагирует на те или иные вопросы журналиста. В такой ситуации важнее не что говорит герой, а как. Вызвать у зрителей впечатление и ассоциации без телевидения практически невозможно. Именно поэтому для

⁹ Лукина М.М Концепция интервью / Лукина М.М//URL: <http://evartist.narod.ru/text5/36.htm> (дата обращения 22.06.2020)

истории о герое в прессе и на радио выбирают жанр портретного очерка, где цитаты героя чередуются с текстом журналиста, обязательно описывает словом эмоции собеседника, ситуацию, атмосферу, в которой проходит интервью.

Практически все ученые, исследующие тему интервью, выделяют интервью-портрет в отдельный жанр. Так, в частности, профессор Лейпцигского университета Михаэль Халер отмечает: «Если собеседник настолько интересен своей манерой поведения, своей биографией или образом жизни, что интервьюер считает обязательным описать все это для своих читателей, то в таком случае рекомендуется использовать форму портрета личности»¹⁰. Исследователь отмечает, что для создания портрета нужны не только цитаты, но и действия, указания на то, как он говорит, наблюдение за внешним видом и окружением личности, информация об истории жизни собеседника.

М. Халер акцентирует внимание на том, что прямая речь должна содержать не факты, а личные взгляды, убеждения и чувства собеседника, и делает вывод о том, что текст материала с портретным интервью должен содержать оценочный элемент: читатели должны в процессе чтения узнать, как интервьюер воспринимает своего собеседника¹¹.

В современной журналистской практике определение телевизионного портретного интервью выглядит так: телевизионное портретное интервью - это самостоятельный телевизионный продукт сотрудничества журналиста и героя программы, созданный с помощью вопросов интервьюера и ответов интервьюера, представляющие собой беседу равноправных собеседников, с целью формирования телевизионного образа и психологического портрета интервьюера.

Отсюда следует, что портретное интервью имеет развлекательную функциональность, направленную на восстановление.

⁹Лукина М.М Концепция интервью / Лукина М.М//URL: <http://evartist.narod.ru/text5/36.htm> (дата обращения 22.06.2020)

¹⁰Бобкова, О.В. О лингвостилистических особенностях речевого жанра "интервью-комментарий" / О.В. Бобкова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 560. – С. 33.

¹¹Исакова, Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе / Т.Н. Исакова // Система ценностей современного общества. – 2009. – № 5-2. – С. 19.

Проанализируем следующую систематизацию: по признаку и предмету разговора кандидат филологических наук М. И. Шостак выделяет четыре вида интервью: «информативное, где главный предмет беседы – факт; экспертное, где важную роль играет мнение авторитетного человека; проблемное, где предметом обсуждения являются мнения; интервью-знакомство, где в центре разговора – личность собеседника».¹²

Ученые классифицируют интервью и по форме. Так Н. Г. Богданов и Б. А. Вяземский отмечают следующие виды: «интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-зарисовка и анкета»¹³.

Наибольшее распространение получило интервью в формате диалога, беседы. В самом начале беседы собеседник отвечает на вопросы заявленной темы и развивает ее по ходу интервью. Если в интервью принимают участие несколько человек одновременно, то его называют командным. Ответы каждого респондента снимаются отдельно. В интервью-зарисовке присутствует авторское мнение, а по стилю схожа с художественным и публицистическим жанрами, напоминает биографические зарисовки.

Обратим внимание на еще одну важную классификацию в жанре интервью - по типу организации. Теоретики выделяют следующие формы организации интервью: телемост, пресс-конференция, пресс-подход, брифинг, круглый стол, телефонные интервью, онлайн-интервью. Давайте посмотрим на каждого из них. Самой популярной формой организации интервью считается пресс-конференция. Это всегда происходит в строгом порядке - сначала говорит собеседник, а затем у журналистов есть возможность задать интересующие их вопросы, уточнить данные. Этот тип интервью проходит в формате встречи между человеком, который является источником информации, и журналистами. Основой для пресс-конференции всегда становится актуальное информационное мероприятие, которое нуждается в дополнительной информации, разъяснениях и комментариях. Существует также небольшая форма пресс-конференции - пресс-подход. Этот тип

¹² Журналист и его произведение / М.И. Шостак. – М.: 1998, С. 118-121.

интервью отличается тем, что он не планируется заранее, но обычно проводится сразу после мероприятия и сообщает о результатах мероприятия, встречи. Также отличительной чертой является небольшой объем информации, предоставленной журналистом.

Брифинг – встреча официальных должностных лиц или пресс-секретаря с журналистами, на которой вкратце излагается официальная позиция правительства или организации по определенной проблеме или вопросу. Особенностью брифинга является то, что сообщения выступающих на нем носят односторонний, информационный характер, предоставляя конкретные факты. Чаще всего организаторы брифинга ограничиваются только сообщением, не вступая в диалог с представителями прессы.

По мнению теоретиков, круглый стол считается самым сложным форматом – общение журналистов сразу с несколькими участниками. В этом формате интервьюер должен обращать внимание на каждого эксперта, одновременно играя роль регулятора.

Телефонное интервью относится к наиболее удобному и эффективному формату, который чаще всего используют журналисты. Они обращаются к нему, когда необходимо срочно получить четкий комментарий относительно конкретной ситуации.

На сегодняшний день самым молодым и наиболее активно развивающимся форматом интервью считается интервью с использованием возможностей интернета – социальных сетей, электронной почты, чатов, видеозвонков. Такое количество форматов интервью показывает необходимость и актуальность заявленного жанра.

Исследование показало, что, несмотря на то, что интервью как форма общения имеет свою историю с незапамятных времен, связывая нас с эпохой Древнего мира, в настоящий момент изучение, теоретическое и практическое применение этого метода и жанра не становятся менее актуальными. Умение

¹³ Справочник журналиста / Н.Г. Богданов., Б.А. Вяземский. – СПб.: Лениздат, 1961, С. 89-95.

грамотно общаться с людьми, без искажений представлять мнение собеседника, передать информацию о личности своего героя - это проблемы современной журналистики. Проблемы XXI века, века информационного взрыва, информационной войны и коммуникационных технологий, только побуждают ученых исследовать новые грани, форматы и возможности интервью, как в качестве метода получения информации, так и в качестве жанра журналистского творчества.

1.2 Модификация жанра интервью в современном медиапространстве

Интервью, если рассматривать широкое понимание термина, представляет собой собеседование. В рамках журналистики жанр интервью может предстать в нескольких определениях: это и получение информации, и способ представления информации. То есть понятие интервью включает в себя разностороннее информирование.

Именно диалогической формой подачи информации определяется жанр интервью. По мнению И.В. Ивановой, среди основополагающих признаков жанра отмечаются: целенаправленность беседы, ее публичный характер, общественное значение интервьюируемого, обязательный непосредственный контакт собеседников, комплекс вопросов и ответов, а также двуадресность и предназначение для информирования прежде всего аудитории¹⁴.

В классическом смысле интервью – это устный или письменный текст в форме диалога, что обусловлено участием только двух лиц интервьюера и интервьюируемого. Стабильны черты структуры и композиции: зачин, основная часть и концовка. Структура интервью также включает в себя комплекс заголовков и предисловие. Цели встречи участников интервью могут различаться. Журналисту необходимо познакомить аудиторию с собеседником, выяснить информацию, имеющую социальное значение. Собеседнику же, в свою очередь, нужно донести собственную позицию или сообщить какую-либо важную информацию.

Научная литература может сообщить о множестве типологий интервью классического типа. Это в значительной степени определяется тем, что каждый диалог индивидуален и неповторим. Виды же делятся зависимо от цели и тематики беседы. К примеру, на информативные, экспертные, проблемные, интервью-«знакомства» (портретные, разоблачающие, «звездные»)¹⁵. Своя специфика и у интервью разных средств массовой информации.

¹⁴ Жанр интервью : формы бытования и языковые особенности./И. В. Иванова. - Астрахань.: 2009. - С. 9 - 10.

¹⁵ Журналист и его произведение/М.И. Шостаков. - М.: 1998.- С. 44.

По мнению В.Л. Цвик, ценность жанра интервью высока в тех случаях, когда интервьюируемому есть, что сказать, и эта информация значительно более качественна, чем то, что может сказать журналист.¹⁶ Что касается традиционного интервью, то в нем интервьюер является лишь посредником между интервьюируемым и аудиторией. Классическое интервью характерно, прежде всего, невмешательством журналиста в ответ, отсутствием дополнений и комментариев.

«Опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной цели – максимального самораскрытия интервьюируемого лица»¹⁷. Традиционное интервью характеризуется тем, что «на ответы гостя, как правило, отводится 70–90% текста»¹⁸. По утверждению А.В. Колесниченко, «если журналист говорит в интервью столько же или больше, чем собеседник – это признак недостаточной квалификации»¹⁹.

Журналист обнаруживает свою компетентность на стадии, предшествующей интервью. Именно подготовка к диалогу является важнейшим этапом в работе над этим жанром. Прежде всего, необходимо тщательно подойти к выбору собеседника, который может быть интересен конкретной аудитории. Далее необходимо определить основные темы разговора, тактику и стратегию диалога, опираясь на личность интервьюируемого и тип интервью, тщательно выстроить композиционный ряд вопросов.

В ходе интервью журналист должен установить подходящую тональность общения, поддерживать естественную логику диалога. Также немаловажным пунктом является способность разговорить излишне молчаливого собеседника и направлять беседу в нужное русло, когда ответы становятся слишком пространными. Во время интервьюирования в задачи журналиста входит установление наиболее подходящей тональности общения, поддержание естественной логики развития диалога, умение «разговорить» молчаливого собеседника или, напротив, удержать беседу в нужном русле, если собеседник

¹⁶ Телевизионная журналистика : учеб. пособие для студентов вузов./ Ц.В. Цвик. - М.: 2009. - С. 272.

¹⁷ Там же. С. 269.

¹⁸ Практическая журналистика : учеб. пособие / А.В. Колесниченко. - М.: 2008. - С. 53.

отвечает слишком пространно. Задачей интервьюера также может являться и создание какого-либо определенного образа интервьюируемого: как положительного, так и отрицательного. Например, провокационные вопросы, направленные на то, чтобы «разозлить собеседника, возбудить страсти, чтобы на волне вспышки эмоций получить открытый, импульсивный ответ», заставить собеседника потерять над собой контроль и «выложить все как на духу»²⁰, могут продемонстрировать интервьюируемого с совершенно неожиданной, зачастую негативной стороны. Или, напротив, журналист может предоставить своему собеседнику шанс оправдаться перед массовым адресатом.

Классическими, по некоторым наблюдениям, можно считать подавляющее большинство газетных интервью. В качестве примера проведем анализ портретного психологического интервью «Священный мусор памяти», которое было опубликовано в «Российской газете». Интервьюер – Вера Копылова, в качестве интервьюируемой – писательница Людмила Улицкая. Поскольку нам доступен только опубликованный вариант интервью и ничего не известно о его подготовке, нет уверенности в том, были ли озвучены во время интервью все вопросы. Интервью в газете всегда является результатом литературной обработки текста и никогда не бывает стенограммой реальной беседы.

Портретное интервью является одним из классических видов в жанре интервью, у которого имеется своя специфика. Обычно герой портретного интервью – это известный публичный человек, выдающаяся личность, многого добившийся в общественной жизни. Чаще всего такими гостями становятся, как, например, в этом анализируемом тексте, люди творческих профессий. Они вызывают колоссальный интерес к своей личностью, общественной деятельностью, также являются «лакмусовой бумажкой» общественных настроений, которые первыми чувствуют на себе и понимают происходящие вокруг изменения и настроения, и могут передать это понимание другим людям.

¹⁹ Там же. С. 53.

²⁰ Технология интервью : учеб. пособие для вузов. / М.М. Лукина.- М.: 2005. - С. 91.

Так как в самом классическом понимании в портретного интервью первостепенное внимание уделяется «персоне», задача журналиста – максимально раскрыть ее в ходе интервью при минимальном акцентировании на своем собственном «я». Главная задача интервьюера заключается в том, чтобы сформулировать и задать ему (интервьюируемому) такие вопросы, которые, с одной стороны, будут достаточными для того, чтобы появился стимул для развернутых ответов у респондента, а с другой стороны, будут содержать такую информацию, благодаря которой читатель смог сам составить личное мнение о герое. Основное внимание в готовом варианте психологического портретного интервью уделяется тем вопросам, которые выявляют особенности приглашенного респондента, определяют его ценностную систему координат.

Но даже, несмотря на то, что интервьюер всегда в любом интервью является, в первую очередь, посредником между интервьюируемым и аудиторией, его личное мнение и отношение, к происходящей ситуации или к самому герою, должны оставаться невысказанным и произнесенным вслух, формирование эмоционально - психологического портрета интервьюируемого у аудитории зависит от того, каким представит его журналист. Читатель (зритель) видит героя глазами интервьюера, исходя из этого, у него формируется мнение о нем, от аспектов, освещенных журналистом в ходе беседы.

Создание образа героя начинается с заголовка. В классическом интервью именно в нем обнаруживается бессознательная или осознанная оценка героя журналистом.

Заголовок представленного интервью включает, классические для периодики в целом и газетного интервью в частности, элементы. Основной заголовок - «Священный мусор памяти» дает отсылку читателю, хорошо знакомого с современной российской прозой и самим автором Людмилой Улицкой. Будучи перспективной единицей текста, заголовок обозначает основную тему беседы, в центре которой находится выдающаяся личность писательницы, ее размышления о литературе, воспоминания о детском периоде, периоде взросления; полное

отсутствие глаголов в заголовке передает эмоциональную окраску текста – ее умное, вдумчивое, неспешное рассуждение. Для лучшего понимания читателя о жизненной позиции писательницы указан подзаголовок «Творчество и цинизм вещи несовместные»²¹.

Помимо заголовка, необходимым структурным элементом интервью являются фотоиллюстрации и авторские комментарии к ним. Так, анализируемое интервью сопровождается портретной фотографией Людмилы Улицкой, на которой она стоит перед микрофоном: вытянув руку вперед с выставленным указательным пальцем. Эта фотография наводит читателя на мысль, что героиня сильная, волевая личность, которая сможет отстаивать свою позицию, свою точку зрения. Под фотографией размещен комментарий – это цитата Людмилы Улицкой: «Речь в книге не идет о старых вещах. Скорее, о старых идеях. О способности меняться, о кризисе, который вынуждает человека, расти»²² - которая, обозначает тему интервью уже на этапе оформления интервью.

Если заголовок, фотография и комментарий к ним - подобраны удачно, то они становятся определяющими в формировании образа интервьюируемого. Основной текст беседы, зачастую, продолжает дальнейшее формирование образа в заданном автором ключе.

В задачи интервьюера входит подбор стилистически подходящего уровня общения, тональности разговора. Для классического интервью, предназначенного для публикации в серьезном издании, желателен официальный стиль общения: обращение к герою по имени и отчеству, на «вы», полное исключение из речи ненормативной лексики, сленга, жаргонизмов и т. д. В анализируемом интервью представлен именно официальный стиль. Тональная окраска беседы зависит от речевых позиций участников. «Ю.З. Кантор выделяет типичные «коммуникативные» роли интервьюера: 1) интервьюер-партнер;

²¹ Копылова В. Священный мусор памяти / В. Копылова // URL: <https://rg.ru/2013/02/21/ulitskaya.html> (дата обращения 22.06.2020)

²² Копылова В. Священный мусор памяти / В. Копылова // URL: <https://rg.ru/2013/02/21/ulitskaya.html> (дата обращения 22.06.2020)

2) интервьюер-конформист; 3) интервьюер-дипломат; 4) интервьюер-агрессор; 5) смешанный тип».²³

Большинство современных исследователей, говоря об интервью, выделяют особую роль определенной «норме взаимоотношений» между участниками и, учитывая ряд особенностей, выделяют как минимум три типа взаимодействия: зависимость, сотрудничество, доверие²⁴. Выбор типа позиции во многом зависит от личных качеств журналиста и определяется, вероятно, уже при подготовке к беседе. В рассматриваемом тексте журналист – партнер, что, на наш взгляд, типично для классических интервью, в задачи которых не входит разоблачение интервьюируемого.

Классическое портретное интервью отличается от других видов интервью относительно свободной композицией. Как отмечает М.М.Лукина, для него характерно развитие беседы в интуитивно-импровизационном ключе²⁵.

Можно сделать вывод, что в последнее время используется два типа интервью: портретное и групповое. Портретное больше используется при сборе мнений на улице, а групповое для сбора общего мнения в студиях с приглашенными экспертами.

²³ Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте./Т.Т. Попова. - СПб.: 2002. - С. 117.

²⁴ Устный, публичный диалог : жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). / Е.И. Голанова. - М.: 2000. - С. 436.

²⁵ Указ. соч./ М.М. Лукина. - С. 53.

2. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕРВЬЮ В СМИ

2.1 Особенности программ в жанре интервью на современном ТВ (на примере программы «Познер»)

Интервью - один из самых распространенных журналистских жанров. С помощью вопросов и ответов на них журналист получает новую информацию, а при посредничестве журналиста и СМИ эту информацию получают ее потребители: читатели, слушатели и зрители. По содержанию следует различать интервью информационное, аналитическое и портретное. Первые два вида интервью могут существовать в любом СМИ. А вот портретное является наиболее телевизионным и менее характерным для печатных изданий и радио.

Так программа «Познер» появилась на экране в ноябре 2008 года. Она выходит в эфир в ночь с понедельника на вторник в 00:00 на «Первом канале». Это авторская программа-интервью Владимира Познера, который задает вопросы политикам, общественным деятелям, деятелям культуры, искусства, науки, спорта. Беседа может быть об актуальных событиях недели, а может быть, и не связана с ними.

«Познер», это продолжение проекта «Времена», выходившего на «Первом канале» до июня 2008 года. Их принципиальное различие в том, что в случае второго проекта сначала выбиралась тема, а уже под нее – гости. Теперь, тема программы – человек, вокруг которого и формируются темы. Сам Познер подтверждает это словами: «Мы приглашаем гостей, в первую очередь, для того, чтобы понять, кто он такой, какой внутри и попытаться его раскрыть».

Поскольку жанр программы можно определить как «портретное интервью», понимая под этим определением в основном то, что темы интервью не ограничены текущими новостными поводами (хотя им отводится существенное место), а интерес ведущего вызывают не только деятельность, но и личность героя.

Заставка программы представляет собой сцену подготовки интервьюера и прибытия гостя программы. Ведущий и гость в основном изображаются по отдельности, крупным планом, что позволяет, что позволяет зрителю следить за эмоциональным поведением каждого из них в процессе интервью.

Стиль одежды ведущего и гостя нельзя назвать строгим. Сам интервьюер - в костюме, иногда в рубашке, у гостей допускается умеренно деловой стиль. Это настраивает аудиторию на серьезность темы беседы. Ориентирована программа на интеллектуально развитого зрителя, так как в ней постоянно следуют отсылки к историческим фактам, художественным произведениям, известным персоналиям, фильмам.

Формат программы был построен следующим образом

1. В первой части программы Владимир Владимирович задает те вопросы, которые были присланы телезрителями. В основном это случайные люди на улице и посетители сайта «Первого канала» на котором выходит телепередача. Из-за большого количества поступающих вопросов, герою задаются 5-8 из них. Автор сам отбирает понравившиеся ему вопросы и наиболее часто задаваемые из них, так как считает, что они действительно интересуют зрителей программы. Все вопросы размещаются на сайте программы «Познер».

2. Познер задает вопросы, которые готовит сам, – они полностью или частично раскрывают личность героя. Это основная и самая значимая часть программы.

3. Третья часть состоит из специального опросника, основой которого послужил опросник Марселя Пруста. От вопросов Пруста там осталось всего несколько, в основном автор сам формулирует и задает философские вопросы, которые интересуют непосредственно его. Неизменно в конце звучит один и тот же вопрос: «Оказавшись перед Богом, что вы ему скажете?». Считается, что вот здесь раскрывается самая глубинная суть человека, то, что невозможно спрятать изречениями, или напускной бравадой.

4. В последней части программы, в которой автор рассуждает на темы, которые не относятся к интервью выпуска, но затрагивают актуальную повестку дня или недели, в целом ситуацию в стране и мире: расовой сегрегации в Соединенных Штатах Америки, коронавирусе, конфликта на Украине, поправках Конституции, предстоящих выборах президента, гомофии, движения «#MeToo» и др. Сам Владимир Владимирович признается, что данную фишку он позаимствовал у американского журналиста Энди Руни.

Зрителем программы "Познер" является зритель умный, эрудированный, начитанный, думающий, небезразличный под стать самому автору. Познер уважаемый журналист с большим опытом в профессии и ему уже достаточно много лет, но его смотрят как молодые прогрессивные люди, так и достаточно опытные, который уже имеет определенный культурный, жизненный, профессиональный "бэкграунд".

Темы, интересные для самого автора, которые он поднимает в интервью, делают разговор сложным, интересным и многоуровневым. Так, например, в беседе с бывшим мэром Москвы Юрием Лужковым, они обсудили много интересного: и спорные острова Курильской гряды, и Крым с Севастополем, и «золотую клетку», в которой сидят руководители... Но главным – тем, что и привело к прекращению наших отношений – явился вопрос о губернаторстве²⁶. Приведу здесь цитату.. В ходе интервью, чаще всего, Познеру удается раскрыть личность с разных сторон, притом, не касаясь вопросов личной жизни.

Познер с начала и до окончания передачи демонстрирует положительный настрой, доброжелательное отношение к гостю, его принятие, что смягчает впечатление гостя и зрителей даже тогда, когда задается вопрос, носящий провокационный характер. Он всегда спокоен, формулировка вопросов отражает его желание не задеть своего собеседника. Вопросы автор передачи составляет на основе тех материалов, которые герой когда-либо говорил о себе или что, о нем говорилось в других интервью, статьях, видеоматериалах. Чтобы «смягчить»

²⁶ Познер о «Познере»/В.В. Познер. - М.: Аст, 416. - С. 5.

неприятную информацию, Познер часто спрашивает: «А как вы считаете?», «Так ли это?» и т. д. Также он может приводить факты из своей жизни. Это дает возможность автору программы построить беседу таким образом, что гость не оказывается в ситуации открытой конфронтации с интервьюером. Познер предпочитает формулировать вопросы так, чтобы на них невозможно было дать короткие ответы «Да» или «Нет», поэтому гостям приходится развернуто отвечать на каждый вопрос.

Помимо корректности в общении и безоценочного подхода к гостям В. В. Познера можно охарактеризовать как хорошо информированного человека: биографии героев и материалы о них изучаются им весьма тщательно. По ходу передачи автор всегда разъясняет гостю программы и телезрителям факты, о которых упоминает. В своих интервью Познер точно и иронично шутит, дружелюбно реагирует на высказывания гостей, причем на уровне невербальных признаков демонстрирует заинтересованность (взгляд в глаза, изменение мимики), а также расположенность к собеседнику, выражающуюся в наклоне головы, открытой расслабленной позе и т. д.

Для того, чтобы сделать качественное интервью, необходимо к нему тщательно подготовиться. Первый этап включает в себя подготовительный период, который состоит из множества пунктов:

- 1) определение темы;
- 2) формулирование целей, поиск ответов на вопросы:
 - зачем вы хотите взять интервью? -каких результатов достичь?
 - почему выбран именно этот собеседник?
 - есть ли к нему интерес у зрителей?
 - интересен ли он лично вам?
- 3) предварительное знакомство, сбор и анализ рабочего материала:
 - документальные источники (справочная литература, специальные источники);

- данные социологических исследований; научная литература, периодика, досье, разного рода базы данных, ресурсы интернета);
 - человеческие свидетельства (сведения, полученные от очевидцев событий, коллег, друзей и родственников вашего будущего собеседника);
 - наблюдения и изучение предметно-общественной среды;
- 4) определение времени и места проведения интервью (задача – обеспечить комфортное состояние собеседника во время встречи);
 - 5) подготовка вопросника.

Владимир Познер в своей авторской программе проходит все этапы подготовки к интервью. Первому этапу – выбору темы передачи – уделяется не так много времени, так как автору важно раскрыть собеседника как личность, а не узнать его мнение по актуальному вопросу. Второй же этап как раз часто и определяет лейтмотив программы, потому что Владимир Познер выбирает гостя по своим предпочтениям, но с условием, что это не противоречит редакционной политике «Первого канала». Безусловно, автор составляет предварительный список вопросов, это видно и по тем листам, которые всегда перед глазами и в руках у Владимира Познера, иногда он читает оттуда цитаты собеседников или смотрит план своих вопросов, чтобы не забыть, что он хотел спросить. Например, в выпуске от 14.03.2016, когда гостем Владимира Познера был Григорий Лепс, прозвучал такой вопрос: «Вы как-то на вопрос, религиозный ли Вы человек, ответили: «Скорее, верующий. Что вы не уходите из дома не помолившись». Вас так воспитали или вы сами к этому пришли?». Также автор иногда задаёт незапланированные вопросы, возникающие по ходу беседы, например, в выпуске от 05.10.2015 года в разговоре с Алексеем Пушковым, когда герой сказал, что «видел Асада, и тот не произвёл на него впечатления кровавого диктатора», Владимир спросил: «Простите, а как выглядит кровавый диктатор?».

Что касается следующего этапа сбора предварительной информации, то Владимир Познер тщательно его прорабатывает, часто в беседе с героем он признаётся, что много читал о герое, его интервью, динные им до этого, к тому

же Владимир Познер постоянно использует цитаты героев (иногда «свежие», иногда 10-летней давности) и просит их прокомментировать. Поскольку программа записывается на студии, то место и время являются всегда определёнными, здесь чёткие рамки. И, как мы уже отметили выше, подготовка опросника тоже имеет место быть, причём это не только вопросы лично от Владимира Познера, но и традиционное для программы «Познер» использование опросника Марселя Пруста. Стоит отметить, что автор программы очень грамотно и по-разному формулирует одни и те же вопросы для разных гостей. Например, Григорию Лепсу Познер задаёт такой вопрос: «Если бы вы могли вычеркнуть из своей жизни один поступок, о котором вы сожалеете, это был бы какой?», на что гость отвечает: «Не скажу», хотя такая формулировка вопроса требует вполне конкретного ответа. А Земфире в выпуске от 21.12.2015 года автор программы задаёт этот вопрос таким образом: «Жалеете ли вы о чём-либо, что вы сделали в жизни?», на что музыкант отвечает: «Конечно, я совершила миллиард ошибок», в этом случае мы видим, что конкретный ответ на подобным образом сформулированный вопрос не требуется.

В программе «Познер» используется свободная композиция, в которой «допустима перестановка заранее подготовленных вопросов», когда они едины только по широкой теме, при этом касаются разных сторон обсуждаемого предмета, и бывает безразлично, о чём спросить раньше, а о чём позже. При таком типе свободной композиции журналист направляет и стимулирует ход беседы, вступая в активный диалог с собеседником; при этом:

- увеличивается содержательно-смысловая роль журналиста в общении с собеседником,
- отношение к собеседнику как к источнику информации преобразуется в интерес к нему самому как к личности,
- локально-информационная комментаторская задача беседы сменяется обменом мнениями как импульсом к постановке проблемы.

Владимир Познер использует активное поведение интервьюера. По словам исследователей Т.Д. Николаевой и Л.П. Шестеркиной, активное поведение характеризуется управлением интервьюера ходом беседы; корректировкой речи собеседника с целью добиться чёткости и недвусмысленности ответов; психологическим воздействием на героя с целью вызова на откровенность; чередованием нейтральных вопросов с острыми, провоцирующими; применением тактики «перекрёстную допроса».

В данной части исследовательской работы мы проанализируем выпуск программы «Познер» 11.03.2019 года и рассмотрим вопросы ведущего к гостю с точки зрения стратегий ведения интервью, функционально-психологической стороны и его личных интересов. В гостях у Владимира Познера директор Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, академик РАН Михаил Горшков. Он беседует с ведущим об общественных настроениях и социологии как науке. Познер спрашивает о том, как изменились настроения в обществе за последние пять лет, какой была социологическая наука в советские годы, и какой она является сегодня.

Рассмотрим вопросы.

Владимир Познер: Вы являетесь директором Федерального научно-социологического центра Российской Академии наук, так?

В начале беседы ведущий даст уточняющий вопрос о занимаемой гостем должности, чтобы дать понять зрителю, с кем будет проходить беседа.

Владимир Познер: Недавно вышел в свет документ: «Российское общество 2018: тревоги и надежды, информационно-аналитический доклад. Я хочу сразу взять быка за рога и поговорить о некоторых результатах... Там очень много интересного, причем для меня самое интересное было – сравнить 2014 и 2018 годы.

Вопрос демонстрирует знакомство ведущего с документацией, связанной с обсуждаемой темой, причем, явно не поверхностное. А использованный фразеологизм «хочу взять быка за рога» готовит зрителя к тому, что дальше

ведущий будет высказываться не с положительной точки зрения по данному вопросу. Также вопрос направлен и в сторону личных интересов Познера.

Владимир Познер: У меня такое ощущение, что за эти четыре года явно усилились негативные настроения в оценках россиян. Во-первых, согласны ли Вы с этим? Если нет, то разговор пойдет по-другому, если Вы согласны - то почему?

Здесь Познер принимает вполне нейтральную позицию, заранее давая гостю два пути ответа. Высказывается личная оценка.

Владимир Познер: Я бы хотел обратить внимание зрителей на некоторые конкретные результаты этого опроса... (факты). А Вы пытались узнать, о каких переменах к худшему они говорят? Потому что этого я не нашел.

Опять же можем заметить личную оценку ведущим ситуации. Также Владимир Познер обращается и к зрительской аудитории.

Владимир Познер: Можно ли сказать, что мы становимся свидетелями отмирания старого, консервативного отношения?

Задается открытый вопрос, без самостоятельной оценки ведущего.

Владимир Познер: Сейчас Я Вам задам последний вопрос по этому опросу, ответ на который меня совершенно поразил. Там был вопрос об отношении к разным странам. По сравнению с 2014 годом, отношение ко всем странам стало хуже. В 2014 году плохо относились или очень плохо 68% к США, а ныне – 18%. Я просто развел руками. Это что? Результат, может быть, бездарной пропаганды? Я не понимаю... Вроде мы все время ругаем США...Вы как-то думали об этом?

Далее следует довольно провокационный вопрос, ведущий открыто выражает свои эмоции. Прослеживается глубокая осведомленность журналиста в статистике.

Владимир Познер: Прежде чем пойти, я хочу задать Вам непростой вопрос: Вы могли бы перечислить организации, которые, на Ваш взгляд, безусловно, серьезные и достойные внимания? Что на самом деле, правда, трудно сказать. Или Вы предпочитаете не отвечать? Потому что вопрос непростой.

Ведущий предупреждает гостя о последующем непростом вопросе. Вопрос провокационный. Однако журналист тактично дает возможность не отвечать, указывая на сложность вопроса.

Владимир Познер: Понимаю. Это важно запомнить и вам, потому иногда вам дают такую цифру, в основном шоковую, а за эти стоит мало чего научного, имейте это в виду (зрители).

Ведущий задает «пассивный» вопрос, показывая тем самым согласие с ответом. Также снова обращается к зрительской аудитории.

На примере передач Владимира Познера можно убедиться, что даже в таком жанре журналистики, как интервью, где главная роль, как правило, отводится интервьюируемому, может активно выражаться и позиция журналиста. Анализ передач показал, что Владимир Познер с успехом реализует все задуманные стратегии с помощью различных речевых тактик и приемов. Его поступки тщательно продуманы, как и в целом весь его образ. Такому человеку хочется верить, так как он много знает, с ним можно вступить в дискуссию, поскольку его личность очень неоднозначна и многогранна.

2.2. Актуализация жанра интервью на платформе YouTube (на примере канала «Вдудь»)

В последние пару десятилетий люди стали более активно использовать интернет как информационное и коммуникационное пространство, «создавая виртуальный мир полного социального существования пользователей». Эта тенденция объясняется развитием информационных технологий, а информация, полученная в результате статистики, показывает, что большой адаптивный потенциал интернета все больше расширяет границы использования этой среды. Согласно информации агентства We Are Social и платформе Hootsuite: «В начале 2018 года, число пользователей интернета достигло 4 миллиардов пользователей и 3,19 миллиарда пользователей в социальных сетях. По данным Global WebIndex, в среднем за сутки интернет-пользователи проводят в сети около 7 часов»²⁷. Эти данные регулярно и систематически растут из года в год. Приведенные цифры показывают, что для большинства людей, использующих интернет, это инструмент социальной коммуникации в глобальном информационном пространстве. Теперь социальные сети стали не только платформой для общения, но и в пространственно-временной матрице идентификации, которая «задает шаблоны коммуникационных жанров и тактик».

Одним из лидеров в этой области является YouTube. Он считается третьим по величине посещаемости ресурсом после Google и Facebook. Это огромный видеохостинг, где накоплены миллионы самых разных видеороликов (клипы, фильмы, трейлеры и просто домашнее видео), на которых авторы зарабатывают деньги с помощью рекламы. Одним из главных факторов его популярности стало то, что любой из желающих может здесь легко разместить свое собственное видео²⁸.

«В 2017 году количество пользователей этой сети, можно сказать, видеoarхива, превысило 1,6 миллиарда человек. В России 70% интернет-

²⁷ Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. 22.06.2020. / URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

²⁸ Исакова, Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе / Т.Н. Исакова // Система ценностей современного общества. – 2009. – № 5-2. – С. 29.

пользователей постоянно пользуются услугами платформы YouTube»²⁹. Другими словами, элементы управления и алгоритмы YouTube сильно влияют на способы общения. Ощущение «самости и поведения миллиардов пользователей», которое сегодня находится на пике социальной активности.

Прежде чем анализировать жанровую трансформацию и тактику общения на каналах YouTube в конкретных примерах, необходимо рассмотреть влияние социальных сетей на мировоззрение аудитории.

В процессе построения картины реальности медиа (социальные сети) воспроизводят матрицы пространственно-временного бытия общества, ускоряют или замедляют время, увеличивают или уменьшают пространства, воспроизводят локальные пространства значений и, наконец, создают непреодолимые границы разных хронотопов. Время и пространство построены и деконструированы в единстве некоторых хронотопов, которые генерируют различные семантические поля. Фрагментация медийных хронотопов определяет фрагментацию аудитории по жанровым, семантическим, ценностным и идеологическим критериям общения. Хаотический, не контролируемый человеком и почти не поддающийся проверке поток информации формирует пространственно-временную диаграмму социальной жизни, где разные сегменты аудитории живут в разных атомизированных хронотопах.

Специфика полученных хронотопов заключается в том, что время может быть захвачено только с помощью пространственных маркеров, а пространство воспринимается и маркируется временными параметрами. Отражая определенное событие, медиа созвездия фрагментов времени и пространства в одной точке, где эти категории определяют друг друга и дают смысл. Таким образом, хронотоп связан с процессом формирования значения. Любой факт или псевдо-факт, попадающий в поле зрения аудитории, принимает определенное хронотопное выражение.

²⁹Исакова, Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе / Т.Н. Исакова // Система ценностей современного общества. – 2009. – № 5-2. – С. 29.

В начале 2017 года на одном из YouTube-каналов в интернете на канале «вДудь» стало выходить шоу Юрия Дудя. Очень быстро это шоу, которое основано на проведении интервью с разными медийными персонами, стало популярно: количество подписчиков по состоянию на июнь 2020 года превысило 7 миллионов, каждый выпуск набирает от 4 до 20 миллионов просмотров, последний его фильм «Камчатка – полуостров, про который забыли» посмотрели 9 миллионов, а последнее интервью с актером Павлом Деревянко более 6 миллионов.

Юрий Дудь в своей публичной лекции перед московскими школьниками сделал довольно резкое заявление: «Русская журналистика изнасилована, и теперь она умирает»³⁰. Этот практик спортивной журналистики и виртуозный интервьюер, который может позволить себе даже критиковать Владимира Познера с профессиональной точки зрения, сказал, что современные российские журналисты находятся в условиях ограничений и цензуры, а также ограничены экономическими регуляторами, что не позволяет им реализовать себя в профессии из-за большой социальной ответственности. Он также уточнил вопрос о том, что аудитория традиционных средств массовой информации стремительно стареет, а молодые люди мигрируют в социальные сети, отказываясь от ритуала вечернего просмотра телевизионных программ или прослушивания радио в автомобиле.

По популярности среди подростков Юрий явно опережает традиционные средства массовой информации. Как профессиональный журналист, он нашел способ сделать журналистику интересной для молодежи. Как он смог завоевать аудиторию и какие новшества он привнес в журналистский жанр интервью? Рассмотрим.

Во-первых, гостями самых ранних выпусков на канале «вДудь» стали кумиры молодежи – в основном представители музыкальной индустрии: Кирилл Бледный – лидер рок-группы Пошлая Молли, Олег Вадимович Савченко (ЛСП), Андрей Бледный Позднухов – солист группы «25/17», «ГРОТ» – российская рэп-группа из

³⁰ Ю. Дудь Как разговорить дерево? 22.06.2020 / URL: https://www.youtube.com/watch?v=QMf9oJ_9oCg

Омска и солист группы «Литл Биг» Илья Прусикин, а также блогеры: Эрик Давидович Китуашвили (Давидич) и Ксения Собчак. Этот набор интервьюируемых стал естественным для жанра свободного, провокационного и даже непристойного словарного запаса интервью. Во-вторых, Юрий Дудь начал снимать интервью с людьми, почти неизвестными молодому поколению. К Юрию стали приходиться такие именитые люди как: писатель Алексей Иванов, автор книги «Географ глобус пропил», Сергей Доренко, один из главных российских журналистов 90-х, режиссер Алексей Балабанов, Юрий Шевчук, Владимир Жириновский, журналист Владимир Владимирович Познер. Владимир Познер дал высокую оценку деятельности Юрия Дудя. Аудитории пришелся по душе новый формат интервью Юрия, каждая программа программы по отдельности насчитывает миллионы просмотров. Такая популярность шоу обусловлена в первую очередь благодаря тому, что темы для интервью и документальных фильмов он выбирает сам, ориентируясь лишь на свой собственный вкус. Понравится очередной выпуск зрительской аудитории или нет – отходит на второй план. Складывается впечатление, что как-будто бы рейтинг для ведущего маловажен. То есть это и есть основная особенность интервью на You Tube – выстраивать интервью таким образом, чтобы было удобно в первую очередь интервьюеру.

В-третьих, это полное или частичное нарушение норм классического интервью и является ключевым принципом деятельности Юрия Дудя. Он категорически не соблюдает правила проведения интервью, которые прописаны в учебниках. Рассмотрим несколько аспектов:

1. Одежда. В традиционном интервью предполагаются, что одежда ведущего должна соответствовать имиджу гостя: общаясь с депутатом, журналист надевает костюм, с рок-музыкантом – джинсы и футболку. Юрий Дудь одевается, полагаясь только на свой вкус. Его стиль это: стильные футболки, джинсы, модная обувь и креативная стрижка.

2. Выражения лица. Юрий предпочитает гротескные выражения лица, в которых иногда высокомерие, упрек или явное несогласие, громкий искренний смех, улыбки на лице, гримасничает. Таким образом, он часто делает субъективные оценки, занимает позицию арбитра или наставника.
3. Жесты и позы. Часто журналист просто эмоционально машет руками, его жесты нарочито открытые, большие, ставящие Юрия в доминирующую позицию. Он ерзает на стуле, принимает расслабленные позы, садится на краешек стула и сутулится, кроме того, часто теряет зрительный контакт с гостем и подолгу смотрит на экран телефона, читая свои записи.
4. Конфликты. Классическое интервью не подразумевает спор, тем более конфликт с опрашиваемым, но открытое выражение Юрием своей позиции и оценки часто приводит к обострению диалога и конфронтации.
5. Этика и этикет. Спорным, с точки зрения этики, является употребление алкоголя во время интервью. Несмотря на то, что Юрий Дудь всегда заявляет о своем здоровом образе жизни и приверженности спорту, в интервью с Сергеем Шнуровым он открыто пил пиво со своим собеседником. Этикет межличностного общения нарушается во время разговоров о финансовом благополучии гостей. В российском культурном пространстве вопросы о зарплате являются слишком личными, что придает коммуникативной тактике Юрия «бульварный» характер.
6. Язык. Нормы общественного общения нарушаются из-за обильного употребления нецензурной лексики, сленговых выражений рэперов и блогеров; часто используется словарь сетевого новостного языка: «жертвует», «рассуждает», «ажиотаж», «хайп» и т. д. Нарушение

лингвистических норм журналистского стиля также можно отнести к нарушениям журналистских этических норм.

Несмотря на нарушения норм журналистской деятельности, Юрий Дудь является уважаемым и популярным журналистом, который, с одной стороны, стал одним из лучших интервьюеров в современной России, способным «раскрыть» гостя, заставить его говорить честно на чувствительные вопросы, с другой стороны, смог привлечь многомиллионную аудиторию, создавая не только развлекательный контент (в разговорах речь идет о таких темах, как война в Чеченской Республике, террористические акты, преступность, наркомания, политические и экономические проблемы). Впечатляющим коммуникативным приемом этого журналиста является исключительная искренность, не сдерживаемая никакими формальными правилами поведения, кроме личных нравственных ориентиров.

Рассмотрим особенности проведения интервью на примере одного из самых популярного видеороликов на канале – интервью с Дмитрием Нагиевым (22 миллиона просмотров). Дмитрий Нагиев – один из самых успешных телеведущих и актеров России, телеведущая на телеканале «Первый канал» (музыкальный проект «Голос»). Завоевала популярность благодаря телевизионному пародийному шоу «Осторожно Модерн».

Главным достижением журналиста является создание коммуникативной площадки (единого хронотопа), где, наконец, встретились два поколения (телевизионное и сетевое), до этого существовавшие в различных медийных мирах, ориентировавшиеся на различных лидеров мнений и мыслящие в рамках почти не сводимых парадигм. Пропасть между поколениями стала немного меньше, поскольку люди разного возраста смогли узнать о доминирующих смыслах и ценностях друг друга.

Причины популярности данного интервью (остальные ролики на канале в среднем набирают от 3 до 9 миллионов просмотров).

1. Разнообразие затрагиваемых тем в интервью. Данное интервью имеет хронометраж 1 час 29 минут. За это время интервьюером были подняты следующие темы:

- Про ад в армии, драки и дедовщину
- Отношение к чеченской войне
- «Голос 60+» — связан проект с пенсионной реформой?
- Какое отношение к пенсионной реформе?
- Какой важной штуке научила мама?
- Что Дмитрия не устраивает в современной России?
- «Нельзя баллотироваться сколько хочешь раз». Нагиев объясняет, почему нужна сменяемость власти.
- В 90-е Дмитрий общался с Собчаком и Путиным. Как он об этом вспоминает?
- В чем отличие старой актерской школы от новой?

Мы выделили девять основных тем данного интервью. Как мы видим, Юрий постарался затронуть все сферы жизни Дмитрия, что позволило ему достаточно хорошо раскрыть своего гостя. Стоит отметить, что Юрию удалось поговорить с человеком Дмитрием Нагиевым, а не с его сценическим образом. Возможно, именно этот фактор поспособствовал такой высокой популярности интервью среди пользователей YouTube, но об этом мы поговорим далее.

2. Особенности поведения интервьюера, язык общения с гостем. Во всех своих интервью Юрий ведет себя достаточно уверенно и раскованно, язык общения с собеседником – обращение на «ты», обсуждение довольно «скользких» и «неудобных», а также серьезных и личных, тем так, словно он общается с давним другом, сидя не перед камерами, а на кухне дома.
3. Дмитрий – известная личность среди зрителей канала «вДудь», владелец канала дал данному интервью интригующий заголовок: «Нагиев - пенсии, стих в Кремле».

Но, тем не менее, Юрий практически не оказывал давления на гостя, не «разбрасывался» и не уходил в совершенно сторонние темы, не поднимал сексуальных вопросов. Абсолютно чистое интервью, без стереотипов и штампов от Дудя, а только сильный разговор. За, практически, полтора часа интервью он так и не спросил, сколько зарабатывает Дмитрий Нагиев.

Исследование показало, что интервью, которые проводятся в формате свободного и удобного общения, которые размещены и предоставлены в открытом и бесплатном доступе на анализируемом канале Youtube, привлекает большое количество зрителей. Такой вывод сделан на основании количества просмотров интервью, опубликованных на канале. Среднее количество просмотров одного видео на канале «вДудь» составляет девять миллионов. Аудитория этого канала - молодые люди в возрасте от 15 до 40 лет.

Таким образом, на видеохостинге YouTube происходит активная популяризация жанра интервью и сам жанр принимает все новые формы, которые не свойственны традиционным телевизионным интервью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня наглядность и убедительность визуальных впечатлений, отвлекающая аудиторию от сути происходящего и управляющая ее реакцией, делает необходимым возврат к осмыслению процессов коммуникации и проверке нашего понимания этих процессов. Жанр интервью оказывается показательным в вопросе, способно ли общество на диалог. Внимание к интервью сегодня обосновано – современный этап развития журналистики предполагает модернизацию всей системы средств массовой информации. На этом фоне на первый план выходят «диалогичные» форматы: интервью, беседа, «круглый стол», в которых можно проследить разные точки зрения на один и тот же поставленный вопрос или волнующую аудиторию проблему. Благодаря таким жанрам, как интервью, журналисту проще работать в реальном режиме диалога со своей аудиторией.

Также существенным фактом является смена роли самой аудитории в современном коммуникационном процессе: от пассивного потребления медийного продукта к равноправному участию, соучастию в обмене информацией. Все это отражает тенденцию перехода от процесса информирования к коммуникации как взаимодействию (от транслирующей парадигмы вещания к вовлекающей). И здесь интервью является незаменимым помощником в работе любого журналиста.

Проанализировав специфику ведения интервью Владимира Познера в его авторской программе «Познер» можно сделать вывод, что независимо от статуса респондента, у ведущего имеется выстроенная матрица вопросов. Провокационные вопросы - главная особенность телеведущего.

На примере передач Владимира Познера мы убедились, что даже в таком жанре журналистики, как интервью, где главная, роль, как правило, отводится интервьюируемому, может активно выражаться и позиция журналиста. Анализ передач показал, что Владимир Познер с успехом реализует все задуманные

стратегии с помощью различных приемов. Его поступки и вопросы тщательно продуманы, как и в целом весь его образ. Также на примере программы «Познер» можно выделить общие особенности ведения интервью на телевидении. К ним относятся большая степень насыщенности информации, в подводке к интервью, дается краткая информация, определяющая тему интервью. Показ программы строится по определенному шаблону: общий план, крупный план ведущего, крупный план гостя и снова общий план студии. Центром интервью на телевидении является гость, освещается его мнение по тому или иному вопросу. Телевидение обогатило жанр интервью зрелищностью (источником информации становится уже не только звучащая речь, но и мимика, жест, поведение собеседника, его привычки, профессиональный статус, возраст).

Также нам удалось выяснить, что современный журналист-интервьюер в своей работе должен готовить материал, опираясь на мобильную аудиторию, которая предпочитает получать информацию через универсальные медийные платформы (YouTube). Продвигая интервью через такие каналы медиакommunikации, профессионалу следует помнить, что интервью должно обладать визуальностью, развлекательной подачей. На примере блога "вДудь" можно видеть, что интервью, наряду с другими жанрами классической журналистики, в настоящее время переживает трансформацию в связи с особенностями подачи и потребления контента в цифровой среде. Оно впитывает черты других жанров, приобретает ярко выраженный развлекательный характер. В таких условиях журналист должен не только уметь готовить интервью, но и придумывать новые формы его реализации. В этой связи станет возможным выделение новых видов интервью именно в цифровой среде, как это произошло в блоге Юрия Дудя "вДудь".

Можно сделать вывод, что появление онлайн-СМИ способствовало дальнейшему развитию жанра интервью, сделав его доступными для более широкой аудитории. С добавлением мультимедийных элементов материал становится более целостным, привлекает внимание аудитории и позволяет воспринимать информацию «визуально» и одновременно «аудиально». На

сегодняшний день интервью является одним из самых надежных способов узнать чье-либо мнение по конкретному вопросу, выяснить конкретное отношение к тому или иному событию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антонова, Ю.А. Жанр интервью в газетном дискурсе / Ю.А. Антонова // Политическая лингвистика. – 2006. – № 18. – С. 235.
2. Бобкова, О.В. О лингвостилистических особенностях речевого жанра «интервью-комментарий» / О.В. Бобкова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 560. – С. 314.
3. Вестник Коми государственного педагогического института. – 2011. – № 9. – С. 89.
4. Гаранян, О.А. Языковые средства реализации коммуникативных стратегий в жанре неформального интервью / О.А. Гаранян // Вестник Самарского государственного университета. 2– 010. – № 5 (79). – С. 314.
5. Дубских, А.И. О некоторых аспектах изучения речевого жанра интервью / А.И. Дубских // Сборник научных трудов SWorld. – 2013. – Т. 29. – № 3. – С.89.
6. Иванова, И.В. Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка СМИ / И.В. Иванова // Гуманитарные исследования. – 2009. – № 1 (29). – С. 50-57.
7. Исакова, Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе / Т.Н. Исакова // Система ценностей современного общества. – 2009. – № 5-2. – С. 345.
8. Ковальчук, Н.В. Прагматические особенности неформального интервью как речевого жанра / Н.В. Ковальчук // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 7-2. – С. 354.
9. Кошкарлова, Н.Н. Пространство конфликтного дискурса в жанре политического интервью / Н.Н. Кошкарлова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 17 (198). – С. 257.
10. Красноперова, Ю.В. Интервью как речевой жанр интердискурсивного характера / Ю.В. Красноперова // Амурский научный вестник. – 2007. – № 2. – С. 368.

11. Краснопёрова, Ю.В. Сложные речевые события и речевой жанр интервью / Ю.В. Краснопёрова // Амурский научный вестник. – 2013. – № 3. – С. 158.
12. Кутний, А.И. Интервью в региональных сми: типология и специфика жанра / А.И. Кутний // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2012. – № 6 (172). – С. 200.
13. Пичугин, А.В., Смирнов, В.Б. Беседа: разновидность интервью или самостоятельный жанр? / А.В. Пичугин., В.Б. Смирнов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – 2005. – № 4. – С. 281.
14. Фадеева, И.В. Стилистика, композиция и классификация газетного интервью как жанра / И.В. Фадеева // Вопросы лингвистики и литературоведения. – 2008. – № 1. – С. 347.
15. Халиуллин, А.Г. Диалогическая природа жанра интервью в современной прессе / А.Г. Халиуллин // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2010. – № 3 (21). – С. 265.
16. Чистякова, И.Ю. Интервью как аналитический жанр современной публицистики / И.Ю. Чистякова // Гуманитарные исследования. – 2013. – № 4 (48). – С. 201.
17. Познер, В.В. Познер о «Познере»/ В.В. Познер. – М.: Аст, 416. – С. 424.
18. Ушаков. Д.Н. Толковый словарь русского языка /URL: <https://bit.ly/3hViNKb> (дата обращения: 21.06.2020).
19. Энциклопедический словарь СМИ. – URL: <https://bit.ly/2Z25oaw> (дата обращения: 21.06.2020).
20. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистском творчестве. Учебное пособие./С.Н. Ильченко. - СПб.:2003. – С. 178.
21. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие/А.А. Тертычный – М.: Аспект Пресс, 2000. – С.43.

22. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров /Л.Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста /// под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб.: 2000. – С. 168.
23. Гуревич С.М Репортаж в газете./С.М. Гуревич. - М.:1963. - С. 159.
24. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учеб. пособие / А. В. Колесниченко – М.: Издательство Московского университета, 2008. – С. 521.
25. Лукина М.М Концепция интервью / Лукина М.М//URL: <http://evartist.narod.ru/text5/36.htm> (дата обращения 22.06.2020)
26. Бобкова, О.В. О лингвостилистических особенностях речевого жанра "интервью-комментарий" / О.В. Бобкова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 560. – С. 335.
27. Исакова, Т.Н. Функционирование жанра интервью на современном этапе / Т.Н. Исакова // Система ценностей современного общества. – 2009. – № 52. – С. 198.
28. Богданов, Н.Г., Вяземский, Б.А. Справочник журналиста / Н.Г. Богданов., Б.А. Вяземский. – СПб.: Лениздат, 1961, С. 198.
29. Иванова, И.В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности / И. В. Иванова. - Астрахань.: 2009. – С. 214.
30. Шостак, М.И. Журналист и его произведение / М.И. Шостак. – М.: 1998. – С. 327.
31. Цвик, Ц.В. Телевизионная журналистика : учеб. пособие для студентов вузов./ Ц.В. Цвик. – М.: 2009. – С. 272.
32. Попова, Т.Т. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т.Т. Попова. – СПб.: 2002. – С. 117.
33. Голованова, Е.И. Устный, публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / Е.И. Голованова. – М.: 2000. – С. 436.

34. Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. / URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (дата обращения 22.06.2020)

35. Дудь. Ю. Как разговорить дерево / Ю.Дудь // URL: https://www.youtube.com/watch?v=QMf9oJ_9oCg (дата обращения 22.06.2020)