

Интервью на видеоплатформе YouTube: темы, герои, интервьюеры, жанровые особенности

Научный руководитель – Шевелев Григорий Александрович

Бабькина Арина Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: Arinababkina@yandex.ru

Сегодня стремительное развитие получает взаимодействие видеохостингов с традиционными средствами массовой информации. В настоящее время подобное сотрудничество реализуется в том направлении, когда контент, создаваемый видеоблогером, носит черты, схожие с телевизионными форматами. Так одним из жанров телевидения, появившимся на популярной видеоплатформе YouTube, стал жанр телевизионного интервью. Зайдя на видеохостинг, в рейтинге популярных видео, который составляется по соотношению лайков и дислайков, можно увидеть именно интервьюирование медийных личностей видеоблогерами. Подобный контент на YouTube набирает тысячи и даже миллионы просмотров. И для существования этой статистики есть одна ключевая причина: интервью, снимающееся для видеохостинга приобрело новое интерпретирование. Стараясь разнообразить свой контент, сделать его уникальным, блогеры в какой-то степени модернизировали этот жанр, внесли в него свои коррективы и, таким образом, создали новые формы проведения интервью.

Основная цель моего выступления - дать обзор и проанализировать каналы видеоплатформы YouTube, специализирующихся на жанре интервью. А также определить, с чем сегодня связано активное развитие данного жанра на популярном видеохостинге.

Актуальность работы продиктована ростом количества «YouTube-каналов», выстроенных по типу диалога между ведущим и приглашенным гостем, что привело к появлению новых нестандартных форматов интервью.

Каналам YouTube, работающим в жанре интервью, присущ ряд особенностей, отличающих телевизионный формат интервью от интернет-формата. Одна из таких особенностей - сильная обратная коммуникация с аудиторией. Деятельность журналиста в Интернете кардинальным образом преобразуется благодаря, присущему виртуальному миру - его потенциальной интерактивности. Она вносит совершенно новую струю в работу интервьюера, фактически отесняя его на второй план, выдвигая на первый в качестве вопрошающей и активной стороны диалога аудиторию. Такой диалоговый режим общения помогает интервьюерам лучше понять запросы аудитории, почувствовать себя частью общества.

В основном, на YouTube особое внимание блогерами уделяется такому виду интервью, как интервью-портрет или персональному интервью. Героем такого интервью обычно становится человек, который привлекает широкий интерес публики. В случае же с YouTube, чаще всего в качестве интервьюируемых выступают резонансные герои, имеющие за плечами скандальную или шумевшую историю. Портретные интервью на видеохостинге с так называемыми «простыми людьми» практикуются достаточно редко, так как не набирают большого количества просмотров и «лайков».

Проанализировав и сравнив несколько YouTube-каналов, практикующих жанр интервью, я отметила очень интересную тенденцию. Практически все каналы хотя бы раз интервьюировали одного и того же героя. Обычно такими персонажами являются успешные блогеры, актеры, политики, музыканты. Как правило, их участие в интервью приносит каналу просмотры, а, следовательно, и рейтинги.

В жанре портретного интервью работает ряд ютуб-каналов, которые в общей сложности имеют схожий контент. Таковыми каналами являются: «Вдудь», «The люди», «А поговорить?», канал Ольги Шелест «Мамму TV», «Нежный редактор». Здесь блогеры, как и телевизионные интервьюеры, примеряют на себя определенные амплуа. Журналист, а в данном случае видеоблогер, разрабатывает стратегию беседы с помощью своих ролевых функций. Ведущие каналов, которые рассматриваются в качестве примеров, ведут себя естественно, но при этом надевают различные маски, когда того требуют обстоятельства.

Особой спецификой обладает и речь интервьюера и интервьюируемого, в которой зачастую присутствует сленг и ненормативная лексика, что является вполне естественным для большинства форматов YouTube. Видеохостинг не возбраняет употребление нецензурных слов в транслируемых видео, если в описании к нему автор ставит пометку о возрастном ограничении 18+. Данная особенность обусловлена тем, что YouTube сформировал вокруг себя определенный ореол свободы относительно культуры речи и манеры поведения блогеров. Так, к примеру, один из самых популярных интервьюеров YouTube Юрий Дудь употребляет ненормативную лексику практически в каждом выпуске своего шоу «Вдудь». Также в своих выражениях некорректны бывают и герои его интервью. А в одном из выпусков, гостем которого стал журналист Леонид Парфенов, Юрий задал следующий вопрос интервьюируемому: «Леонид, какое ваше любимое матерное слово в русском языке?». На что Парфенов дал соответствующий ответ.

Трансформация жанра интервью в рамках видеоплатформы YouTube привела к появлению новых форматов и нестандартных методов подачи беседы интервьюера с интервьюируемым. Например, сегодня в качестве основной идеи канала блогеры используют форму ответов собеседника в некомфортных для него условиях. Часто подобный формат встречается в проектах зарубежных видеоблогеров: шоу «Hot ones», «7 Minutes in heaven», интервью на BBC Radio 1, «The Future». В России данная задумка, в основном, реализуется в качестве коротких рубрик во время основного интервью, либо же отдельных небольших по хронометражу видео.

Еще один интересный формат интервью, развивающийся на видеохостинге - блиц-опросы. В России «блицы», присущи глянцевым изданиям, имеющим собственные каналы на Ютубе: журнал «Tatler», «GQ», «Vogue», «Elle girl», «Glamour». Уникальность такого контента заключается в том, что в кадре не присутствует интервьюер, а только сам герой. Все вопросы появляются на экране, затем интервьюируемый дает на них свой ответ. За счет данной формы подачи интервью непроизвольно создается эффект личного присутствия героя перед зрителем.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что интервью на видеохостинге YouTube - это продукт специфической среды, культуры и формы коммуникации. Благодаря интернет-пространству видеоплатформы YouTube жанр интервью смог выйти на новые уровни и преобразоваться в необычные форматы, важной частью которых является обратная связь с аудиторией - создание диалога с подписчиками ютуб-каналов.

Источники и литература

- 1) Лукина М. М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2003. - 191 с.
- 2) Иванова В. Е. «Феномен видеоблога: интерактивные ресурсы». Саратов, 2016. С. 10.
- 3) YouTube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=t6i4ElZV1K0> (дата обращения: 25.02.2017)

- 4) YouTube.com: <https://www.youtube.com>
- 5) elibrary.ru: http://elibrary.sgu.ru/VKR/2016/42-04-02_004.pdf.
- 6) Википедия: <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube>