

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русской и зарубежной литературы

**Особенности портретного интервью на примере проекта
FAMETIMETV**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 432 группы
Направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Кузьминовой Анастасии Игоревны

Научный руководитель
зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Консультант

д. филол. н., профессор

К.М. Захаров

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов

2025

Введение. Жанр интервью занимает особое место в современном медиaprостранстве. Интернет переполнен контентом от блогеров, лидеров мнений, журналистов и звёзд шоу-бизнеса. В связи с этим у потребителей контента и пользователей социальных сетей есть огромный выбор медиа-продуктов. Среди всех жанров, видов и форм материалов в интернете одним из самых популярных считается интервью. Этому свидетельствует нескитанное количество авторов, специализирующихся на создании именно этого жанра, а также охваты их работ: просмотры, количество комментариев и лайков.

Перед обывателями интернета стоит серьёзная задача: уметь фильтровать потребляемый ими контент. Как среди многообразия контента найти качественные материалы? Чаще всего зрители обращаются к интервью, потому что это самый понятный для аудитории способ раскрытия личности. Людям интереснее всего наблюдать за другими: узнавать подробности чужой личной жизни, учиться на чужих ошибках, наблюдать за становлением личности, вдохновляться, учиться. Поэтому самыми рейтинговыми шоу на современных интернет-площадках являются те, в которых ведущие и гости рассказывают истории из жизни в формате конкурса, игры или через юмор. Из-за этого, на наш взгляд, у современного зрителя размывается понятие «интервью». Многие зрители воспринимают любую беседу или диалог, где присутствует вопросно-ответная форма взаимодействия, за журналистский жанр. Интервью как инструмент сбора информации используется в жизни очень часто: «разговор по телефону, вопрос у трапа самолета, участие в пресс-конференции, опрос на улице, дискуссия на заданную тему, диалог, «круглый стол», персональное интервью – на самом деле все формы и варианты общения журналиста в профессиональных целях есть интервью в широком смысле слова»¹. Говоря о портретном интервью с целью полноценного раскрытия гостя, стоит понимать, что за этим стоит работа по сбору, анализу и обработке материала, изучению паттернов поведения гостя и составлению сценария. В таком случае

¹Лукина, М.В. Технология интервью: учебное пособие/М.В.Лукина – 2-е изд.,: Аспект-Пресс, 2008. – 7 с.

продельвается колоссальная журналистская работа, и важно уметь отличать развлекательное шоу, подкаст и другие новообразовавшиеся формы контента от «портретного интервью».

В портретном интервью зрителя привлекает возможность чуть больше узнать о личной жизни героя, выяснить ту информацию, которая нигде ранее не была обнародована, и получить ответы на вопросы, которые возникают у фанатов, следивших за жизнью интервьюируемого. Поэтому цель портретного интервью – обсуждение значимых событий в жизни героя, открытие его личных суждений, интересов и внутреннего мира.

В нашей работе мы постараемся детально разобрать, как трансформировался жанр интервью на современных видеохостингах и выявить отличительные особенности современного портретного интервью.

Научная новизна нашей работы заключается в рассмотрении особенностей портретного интервью на примере проекта FameTimeTV, выходящего на платформе YouTube. Ранее используемые современные технологии и платформы для интервьюирования не являлись предметом глубокого анализа.

Актуальность данной работы заключается в том, что жанр интервью является одним из наиболее распространённых и важных жанров в медиасфере, который используется для передачи информации, создания образов и формирования мнений. Жанр интервью постоянно меняется, может впитывать в себя сразу несколько форматов, распространяется на всех современных интернет-площадках. Это говорит о том, что требуется детальный подход к изучению особенностей жанра.

Объект исследования – особенности портретного интервью на платформе YouTube.

Предмет исследования – выпуски проекта FameTimeTV в период с января 2022 года по январь 2024 года и особенности поведения ведущей Лауры Джугелии.

Цель нашей работы: проанализировать и определить особенности проведения портретного интервью на платформе YouTube, выявить характерные черты и методы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав и заключения.

Основное содержание работы.

Первая глава «Теоретические основы портретного интервью» посвящена рассмотрению и изучению определений, необходимых для нашего исследования. В первой главе выпускной квалификационной работы мы подробно исследуем отличие портретного интервью от других его видов. Теоретической основой нашей работы служат работы Н.В. Кодолы и М.В. Лукиной.

Специфика портретного интервью заключается в том, что основной задачей является «не столько получение информации, сколько раскрытие внутреннего мира и личности собеседника»².

На первый план выходит гость: его личная жизнь, успехи и достижения, боли и его мнение на ту или иную ситуацию. Главная задача таких интервью – наиболее полно и эмоционально раскрыть интервьюируемого. Журналисту важно показать приглашённого героя наиболее полно, показать те стороны личности и затронуть те темы, которые ранее не были широко известны аудитории.

² Лукина, М.В. Технология интервью: учебное пособие/М.В.Лукина – 2-е изд.,: Аспект-Пресс, 2008. – 32 с.

В разделе 1.1 даётся несколько определений понятия «интервью», которые кажутся нам наиболее исчерпывающими. Мы выделили определения Н.В. Кодолы, М.В. Лукиной и Также рассматривается речевой портрет журналиста и его роль в интервью.

Важно понимать, что в зависимости от площадки вещания меняется стиль ведения интервью, его особенности и характеристики. Рассматриваемая нами площадка – YouTube. Во второй главе нашей работы мы выявим отличительные черты жанра интервью на YouTube и телевидение. Однако, существует четыре основных направления журналистики: теле-, радио-, интернет- и печатная журналистика. Для того, чтобы понять, чем интервью на платформе YouTube отличаются от интервью на телевидении, необходимо дать определение телеинтервью.

В.В. Прозоров в книге «Власть и свобода журналистики» пишет: «Телевидению, как никакому другому СМИ, показана вопросно-ответная форма общения. Энергия вопроса, внезапность и парадоксальность вопроса, смелость и острота его смысла особенно ценятся телезрителем»³. Телезрителю важен эффект неожиданности. Для того, чтобы удержать внимания зрителей, необходимо поддерживать динамичный темп развития событий.

Авторы пособия «Методика телевизионной журналистики» Л.П. Шестеркина и Т.Д. Николаева так определяют понятие телеинтервью: «Телевизионное интервью – это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес»⁴. Таким образом, интервью на телевидении – это

³Прозоров, В.В. Власть и свобода журналистики. / М.: Флинта, 2005. – с. 196

⁴Шестеркина, Л.П. Николаева, Т.Д. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2012. – с. 10.

сложный процесс взаимодействия, подразумевающий активный обмен мнениями.

Анализируя научную литературу по нашей теме, можно сделать вывод, что интервью используется повсеместно. Говоря о журналистике, интервью здесь выступает как метод сбора информации или как отдельный жанр. Основываясь на изученных нами определениях, мы попытались дать собственное определение жанра с учетом контекста нашей работы, на которое будем опираться в дальнейшем:

Интервью – журналистский жанр, в основе которого лежит диалог между журналистом и гостем. Задачей интервью является наиболее полно осветить актуальную для конкретной аудитории тему в рамках заранее спланированной журналистом беседы.

В разделе 1.2 мы подробно изучаем историю видеохостинга YouTube и становление жанра интервью на интернет-площадке. Сегодня существует огромное количество площадок для распространения материалов: сайты, социальные сети, стриминговые сервисы, мессенджеры. Согласно статистике, опубликованной «Левада-центром»⁵ в апреле 2024 года, доля регулярных интернет-пользователей в России составляет 81%. Это значит, что четверо из пяти россиян выходят в интернет ежедневно⁶. Среди жителей нашей страны практически невозможно встретить человека, который бы не пользовался интернетом и не знал о существовании YouTube. Стоит отметить, что в России доступ к сервису был ограничен из-за несоблюдения законодательства РФ. Тем не менее, по данным исследовательской компании «Mediascope», доля пользователей видеохостинга на январь 2025 года составляет 70% населения в

⁵ Признано иноагентом на территории РФ

⁶ Левада Ю. Аудитория пользователей интернета, социальных сетей, мессенджеров и VPN-сервисов / Аналитический центр «Левада-центр» [Электр. ресурс] URL: <https://www.levada.ru/2024/04/23/auditoriya-polzovatelej-interneta-sotsialnyh-setej-messendzherov-i-vpn-servisov/> (дата обращения 25.02.2025) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

месяц⁷. Статистические данные подтверждают актуальность и востребованность платформы в России по сей день. В условиях большого числа пользователей блогеры, журналисты и продюсерские центры вынуждены конкурировать друг с другом за внимание аудитории. Многообразие контента даёт аудитории широкий выбор материала, поэтому создатели контента должны постоянно бороться за внимание аудитории. Анализируя историю русскоязычного YouTube, мы опираемся на книгу Евгения Гуцала «История российского видеоблогинга».

В ходе нашего исследования важно подчеркнуть, что на современном YouTube представлено огромное количество шоу, подкастов и интервью, которые легко спутать между собой. Чтобы исключить риск смешивания этих понятий, следует отметить, что все эти форматы – разные жанры. В основе подкаста, в его классическом понимании, всегда лежит конкретная тема, которую обсуждают участники в ходе диалога. Это совместная рефлексия на злободневные темы с ведущим и приглашенным гостем. В портретном интервью, напротив, прослеживается четкая вопросно-ответная структура, которая позволяет раскрыть личность интервьюируемого. Обсуждение актуальной повестки в интервью возможно и встречается довольно часто, но в большинстве случаев оно служит для более глубокого раскрытия героя. Шоу на YouTube имеют огромное множество форматов, среди которых также встречается вопросно-ответная форма диалога с целью раскрытия гостя. Однако важно понимать, что шоу носят развлекательный характер. Перед ведущим не стоит задача составить полный портрет личности для аудитории, он лишь раскрывает какую-то часть посредством игрового формата.

Во второй главе «Анализ проведения портретного интервью на примере проекта FАMETIMEТV и его ведущей Лауры Джугелии» мы

⁷Mediascope: «VK видео» и YouTube возглавили список самых популярных видеохостингов в марте / BFM.ru[Электр. ресурс] URL: <https://mediascope.net/data/#internet>(дата обращения 25.03.2025)– Загл. с экрана. – Яз. рус.

детально анализируем выпуски проекта FАMЕTІMЕТV, их отличия от коллег на YouTube, а также выявляем характерные особенности.

В разделе 2.1 представлен подробный анализ творческой индивидуальности автора канала и интервьюера Лауры Джугелии. В этом разделе приведена краткая биография журналистки, её творческий путь и образ.

Интервью Лауры Джугелии отличаются от остальных своей комфортной обстановкой, тактичными вопросами и доверительной атмосферой. Приглашённые гости охотно идут на интервью в FАMЕTІMЕТV, потому что доверяют интервьюеру и знают, что не будет провокаций, курьёзных ситуаций и неудобных вопросов. Репутация Лауры Джугелии характеризует её как тактичного, корректного журналиста, не предающего своих принципов.

В своём интервью Лаура Джугелия комментирует свой образ так: «Я не умею. Я не стремлюсь к этому... Я слишком эмпат, слишком чувствую боль другого. Я не могу уколоть, не могу сделать больно. Я могу задать вопрос, который интересует всех, так, что это будет не обидно. Ко мне относятся так, будто я безопасная, потому что я задаю вопросы аккуратно. Я комфортна для собеседника. Иногда это не хорошо, потому что, когда человек как уж на сковородке крутится – это интереснее смотреть. Но я про другое». Также журналистка сравнивает себя с психологом: «Вопросы, которые я задаю, задают психологи на своих сессиях».

За последние годы нередко известными журналистами становились люди, которые ранее никакого отношения к оперативной словесности не имели⁸. В последнее время количество интервью на просторах интернета растёт в геометрической прогрессии. Многие блогеры, которые раньше просто занимались созданием лайфстайл-контента, открывают на своих каналах шоу, в которых они проводят интервью в абсолютно разных форматах. С одной стороны, это говорит о популярности жанра интервью, его востребованности. С

⁸Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка : [в 4 ч.] / [соч.] В. И. Даль. — Москва : Изд. общ-ва любителей Российской словесности, 1863. — С. 627.

другой стороны, перед зрителем стоит задача найти «то самое» интервью, которое сможет не просто повеселить его, а раскрыть личность звезды, снять маски. Действительно качественные интервью, в которых интервьюер погружается в жизнь героя, раскрывает его эмоциональные переживания, обсуждает общественно важные темы и показывает гостя с разных сторон, открывая для зрителей новую, ранее не показываемую, часть жизни героя, на просторах интернета не так уж много. Но на наш взгляд, интервью Лауры Джугелии отвечают на запрос зрителя о качественном контенте. Её интервью выстроены интересно с точки зрения композиции, ведущая умеет подстраиваться под гостя, при этом не теряя собственной сдержанности и воспитанности. Она не боится быть разной, отстаивать свои убеждения и принципы. Лаура Джугелия сочетает в себе твёрдый характер, высокий профессионализм и чуткость.

В разделе 2.2 представлены особенности проекта FАMETIMETV, отличия интервью на платформе YouTube от телевизионного формата.

Итак, проанализировав жанр интервью на платформе YouTube, мы можем выявить следующие особенности:

- Интервью на YouTube зачастую имеют более неформальный стиль и проходят в расслабленной обстановке.
- Отличительной чертой также является интерактивность. Зрители имеют возможность оставлять комментарии, проходить опросы в онлайн-режиме, оставлять реакции и лайки, что создаёт дополнительный уровень вовлеченности.
- Интервью на YouTube доступны к просмотру в любое время как в онлайн формате, так и без подключения к интернету на любом устройстве. Ой ли? Не поняла правку
- Авторы контента обладают возможностью создавать личные связи с аудиторией. Процесс коммуникации между автором и адресатом в интернете намного удобнее и быстрее, если сравнивать с телевидением.

- Интервью на YouTube могут включать в себя ссылки на другой контент и социальные сети автора, вовлекая аудиторию и создавая комьюнити вокруг медиа-продукта.

Нельзя с уверенностью сказать о том, что YouTube заменил телевидение, ровно как и телевидение всегда будет лучше YouTube. Это две разные платформы передачи информации. Для выбора площадки, на который потребитель будет получать информацию, влияет множество факторов. Тенденция появления профессиональных журналистов на интернет-площадках и появления блогеров на ТВ говорит о востребованности обоих способов передачи информации.

Проект FАMETIMETV выпускает портретные интервью со звёздами и успешными людьми. В месяц выходит 2–3 выпуска, каждый из которых длится от 1 до 2,5 часов.

Выбор гостей для интервью, как говорит Лаура Джугелия, осуществляется как самостоятельно через инфоповоды и мониторинг медиaprостранства, так и с помощью предложений от менеджеров и PR-специалистов. Стоит отметить, что в качестве гостей приходят не только звёзды, которые недавно вызвали общественный интерес или те, кто сейчас актуален среди широкой аудитории, но и «обычные, ровные персонажей»⁹.

Успешность проекта и его авторитетность можно подтвердить статистическими показателями. Итак, на данный момент количество подписчиков на канале FАMETIMETV составляет 1,24 миллиона. Общее количество просмотров – превышает 410,5 миллионов. Обратим внимание на то, что количество просмотров интервью сильно разнятся между собой. Некоторые выпуски собирают 2,5 миллионов просмотров, а некоторые

⁹Лаура Джугелия – О работе со звёздами, продаже Peopletalk, худших интервью и муже / Интервью на канале FАMETIMETV – 2022 [Электр. ресурс]

URL:<https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fyoutu.be%2FWUoRUcU3bTU%3Fsi%3DYrRHDSTSAQcSUTRt&utf=1>(дата обращения: 28.03.2025) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

останавливаются на отметке в 150 тысяч. Это очень показательный момент. Во-первых, количество просмотров выпусков с малоизвестными личностями в широких массах показывает постоянную аудиторию канала, которым не просто интересен приглашенный гость, но и сам проект в целом. Во-вторых, ясно показывает, насколько сильно на статистику влияет актуальность героя в медиaprостранстве.

Заключение. В последнее время популярность портретного интервью на YouTube заметно возросла. Это объясняется постоянным появлением новых авторов на площадке, и переходом журналистов на данный способ распространения контента, а также адаптацией и трансформацией жанра под такой способ распространения информации, как видеохостинг YouTube. Наиболее популярными по числу просмотров и количеству публикаций являются портретные интервью.

В связи с этим мы поставили себе задачу выявить особенности портретного интервью на примере конкретного проекта FАMETIMETV, созданного журналистом Лаурой Джугелия и режиссером Павлом Худяковым, который предлагает зрителям уникальный взгляд на жизнь знаменитостей.

Для достижения поставленной цели мы выполнили ряд задач:

1. Дали собственное определение понятие интервью, на которое опирались в ходе исследования, и впоследствии сформулировали собственное определение портретного интервью на платформе YouTube.
2. Проанализировали черты портретного интервью на основе исследований.
3. Разобрали историю платформы Youtube, чтобы понять, как формировалась площадка и какой контент характерен для неё.
4. Проанализировали образ ведущей Лауры Джугелии и проект FАMETIMETV для выявления характерных особенностей.

5. Сформулировали собственное определение портретного интервью на платформе YouTube и выявили ряд особенностей.

Дальнейшую перспективу применения проведенного нами исследования мы видим в его использовании журналистами и блогерами, уже работающими в этом жанре, а также любителями, которые только собираются попробовать себя в роли интервьюера на YouTube или иной видеоплатформе.