

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЖАНРА ИНТЕРВЬЮ НА YOUTUBE-КАНАЛАХ СМИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Сабилова Л.Р.

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Lysabirova@yandex.ru

На рубеже двух последних столетий интервью стало частым «гостем» различных сетевых ресурсов [8, С.3]. Как утверждают В.М. Амиров и С.Я. Мамедова, «изменение способа передачи интервью (от телевидения к каналу YouTube) в значительной степени изменило и восприятие всех жанрообразующих элементов интервью, оказало влияние на смысловую основу и иные детали, определяющие содержание. То есть в зависимости от канала передачи данный медиапродукт начинает приобретать собственную специфику, связанную с организационной составляющей и тематической направленностью, подбором героев, набором вопросов, моделями поведения интервьюера и его приемами взаимодействия с гостем и со своей аудиторией. Герой передачи на традиционном телевидении и герой интервью в программе на YouTube формируют совершенно разные образы, даже если де-факто являются одной и той же личностью» [2, С.34].

В настоящее время, когда конкуренция в online-пространстве стала носить всеобъемлющий и жесткий характер, мы считаем необходимым с медиакритических позиций изучить содержание и качество опубликованных журналистами масс-медиа Республики Татарстан (одного из самых медийно насыщенных регионов России) такого жанра как интервью, размещенного на YouTube-каналах редакций традиционных масс-медиа данного региона.

Сегодня очевидно, что участниками интервью становятся не только специалисты, эксперты, чиновники и люди, имеющие властные полномочия, но и простые граждане. Однако исследуя интервью на YouTube-каналах СМИ Республики Татарстан (далее РТ), мы увидели и такую тенденцию: все чаще приглашают звезд эстрады, театра и кино, то есть публичных людей, у которых уже есть своя заинтересованная аудитория. Не менее важным представляется в современных условиях и расширение тематических рамок жанра. Привычные канонические жанровые рамки использования интервью раздвигаются. Теперь интервью это не просто инструмент журналистского творчества в информационных программах, но и структурообразующий элемент и в информационной аналитике и художественной публицистике, не говоря уже о таком виде вещания нынешних электронных СМИ, как развлекательные передачи и ток-шоу.

Пандемия covid-19 побудила редакции многих СМИ изменить отношение к делу пониманию журналистики как сферы деятельности, обратив пристальное внимание к новым мультимедийным технологиям и виртуальному пространству. Журналисты начали искать аудиторию любыми способами.

При изучении видеоматериала мы руководствовались следующими *критериями* его анализа: наличие / отсутствие декораций в студии; освещение помещения; качество монтажа, операторской и режиссерской работы; манера поведения собеседников в кадре; структура интервью; стилистика и драматургия разговора; степень вовлеченности ведущего интервью в суть беседы; съемочные локации; методы и приемы, помогающие / препятствующие герою раскрыться как можно полнее; эксклюзивность, полезность сообщаемой информации и степень ее интереса для аудитории; хронометраж интервью, количество лайков и дизлайков; наличие и содержание комментариев зрителей. С первых же изученных выпусков нам стало понятно, что коллективы всех производящих YouTube-интервью редакций постарались серьезно отнестись к данной творческой нагрузке, создавая в целом привлекающий внимание аудитории контент вне зависимости от финансовых и технических возможностей.

Проанализировав YouTube-каналы, мы выявили тенденцию, что профессиональные СМИ в РТ на своих интернет-площадках, в частности на YouTube-каналах, к сожалению,

не всегда производят качественный контент. Например, Телеканал «Татарстан – Новый Век» имеет собственное программирование и вещает круглосуточно на двух государственных языках РТ (татарском и русском), очень много профессиональных авторских программ выпускает по телевизору, где качественно представлены и интервью, а вот на его YouTube-канале мы данного профессионализма не наблюдаем. Например, возьмем интервью с Кириллом Пироговым, который впервые посетил Казань в рамках фестиваля «Золотая маска», проходящим в казанском театре им. В.И. Качалова. В интервью корреспонденту ТНВ Кирилл рассказал об игре в кино и театре, своих встречах с интересными людьми, работе с кинорежиссером А. Балабановым, и о том, почему не нужно искать похожих на С. Бодрова людей. Журналист задает Пирогову открытые, уточняющие и развивающие беседу уместные вопросы, которые, на наш взгляд, делают диалог интересным для зрителей. Интервью длится всего 12 минут, разве за такое время можно подробно представить героя как личность? Журналист постоянно смотрит в свой телефон, чувствуется его волнение и звук очень плохой. Такого мы в передачах на основном, эфирном, телеканале не наблюдаем. Статистика этого интервью такова: YouTube-канал ТНВ имеет всего 120 подписчиков, интервью посмотрели 957 человек, 28 из них поставили лайк и четверо – дизлайк [9].

Для выявления особенностей жанра интервью на татарстанских YouTube-каналах мы проанализировали еще такие проекты информационного агентства «Татар-информ» «Гадел энгэмэ» («Честная беседа») и газеты «Ватаным Татарстан» «Бөекләр эзеннән» («По следам великих»). Во-первых, они относительно новы, но сумели найти своего зрителя, а значит, имеется возможность проанализировать аудиторию. Во-вторых, эти проекты значительно отличаются друг от друга (от выбора героя до подачи материала), что позволяет утверждать, что жанр интервью может быть очень разнообразным. Автор спецпроекта газеты «Ватаным Татарстан» Гульнара Гимадова. Цель – приблизить читателя к книге. Суть – переосмысление известных каждому жителю РТ авторов и их произведений, ознакомление читателя с сегодняшней жизнью героев произведения. Проект «Бөекләр эзеннән» представлен в видео и текстовом форматах. Основная аудитория этой газеты – старшее поколение, и этот фактор сильно влияет на количество просмотров на YouTube. Количество подписчиков всего 214; средняя посещаемость проекта – 450; среднее количество лайков – 23; среднее количество дизлайков – 4 [3].

Автор и ведущий проекта «Гадел энгэмэ», Адель Ахметзянов, старается быть похожим на популярного журналиста Юрия Дудя. Эти сходства проявляются в форме вопросов, от их содержания до поведения интервьюера в кадре, в позе. Цель – открыто поговорить с теми, кто сегодня находится в центре внимания, и представить их с новой, в какой-то мере неожиданной для аудитории, стороны. Количество подписчиков проекта составляет 38,8 тысяч человек; средняя посещаемость – 4,2 тысячи; среднее количество лайков – 100; среднее количество дизлайков – 7 [5]. Мы выявили много некорректных, компрометирующих вопросов.

Еще можно обратить внимание на новые проекты на YouTube-канале молодежного журнала «Ялкын» ([#tatmediajunior#интервью](#)), «Казаныш» («Достижения») [10], «Сораштырлаштыргалау» («Опросы») [1]. Понятно, что авторы стараются привлечь молодежную аудиторию, но это не дает им право не обращать внимание на качество работы. Интервью, увы, не надлежащего качества, начиная с ужасного звука, плохой картинки, очень примитивных вопросов, заканчивая употреблением просторечий и молодежного сленга. Данные проекты живут за счет «звездных» гостей. Хотя просмотры набирают неплохие: от 6 до 70 тысяч. Данные интервью способствуют самопрезентации героев, автор помогает им сформировать свой яркий, порой самобытный портрет, подчеркивая индивидуальные черты. Мы как зрители ощущаем высокий уровень эмоциональности и «биографичный» подход к портретному интервью, построение диалога с собеседником по принципу «прошлое – настоящее».

Не могли оставить без внимания и журнал «Сөембикэ». Он издается в Казани с октября 1913 г. и является единственным всетатарским журналом для женщин, распространяемым по всей территории РФ и хорошо известным за рубежом. На протяжении почти 100 лет он остается любимым изданием для тысяч татароязычных семей, проживающих вдали от исторической родины. Здесь можно узнать информацию как об выдающихся исторических личностях, так и об интересных современницах из числа татар, живущих по всему миру, прочесть интервью на актуальные темы и ознакомиться с лучшими литературными произведениями на татарском языке. На их YouTube канале «Журнал Сөембикэ/Сөембикэ журналы» (501 подписчик) есть интересные проекты, например, «Ничек бар – шулай» («Как есть так») [12]. Средняя посещаемость проекта составляет 2000 человек; среднее количество лайков – 82; среднее количество «дизлайков» – 6. За кадром всем гостям задаются примерно одни и те же вопросы личного характера (интервью-анкета) присутствуют элементы портретного интервью. Коротко, красиво, качественно. Но нет того, что мы наблюдаем в печатном варианте журнала, то есть глубины формирования образа личности в интервью.

А вот среди масс-медиа на русском языке за интересующий нас период мы выявили интервью только на официальных YouTube-каналах информационного агентства «Татар-информ» (программа «Интервью без галстука» Андрея Кузьмина) и молодежного Интернет-издания «Площадь Свободы» (ведущая Алсу Саетова). Программа А. Кузьмина существует с сентября 2019 г., интервью на online-канале «Площадь Свободы» – с 02.10.2020 г. Изучив обе творческих работы, мы выявили, что у них общая задача: максимально полно представить собеседника аудитории, при этом, пользуясь случаем, не забыв задать ему вопросы, касающиеся его профессиональной деятельности. Разберем первый выпуск: перед нами собеседница – основатель благотворительного фонда помощи ВИЧ-инфицированным детям Светлана Изамбаева. Она рассказывает ведущему интервью, Алсу Саетовой, свою многолетнюю историю жизни с ВИЧ, вспоминает, как узнала о своем диагнозе, через какие эмоции при этом прошла, почему решила создать благотворительный фонд, о том, как надолго уехала в другой город, чтобы разорвать прежние связи и вернуться обратно в Казань «с нуля» [6]. Этот разговор – откровение, где через судьбу одного человека освещаются социальные проблемы, связанные с малой информированностью общества о специфике данного диагноза, о стереотипах его восприятия, о боли и отчаянии, которые переживают все люди, узнавшие о своем диагнозе. При этом корреспондент почти всегда молчит. В остальных немногочисленных интервью-портретах указанного выше автора (их было всего девять) зачин другой: краткая (от 18-20 до 30 секунд) нарезка самых ярких на взгляд редакции моментов разговора (так называемый тизер). А. Саетова приглашала к разговору только известных целевой аудитории людей (например, уполномоченный по правам ребенка в Татарстане, основатель Национального родительского комитета Ирина Волынец [7], министр по делам молодежи РТ Дамир Фаттахов [11]; танцор и хореограф Нурбек Батулла [4] и другие). Цикл интервью без объявления причин был завершен через 3,5 месяца и до сих пор не возобновлен. А вот передача «Интервью без галстука» А. Кузьмина продолжает выходить с еженедельной периодичностью. Несколько последних месяцев оно не только в YouTube, но и в эфире телеканала «Татарстан-24», потому мы эти выпуски не изучали. Опубликованные в Сети работы по сравнению с интервью А. Саетовой имеют гораздо меньший, ограниченный, хронометраж: не более 45 минут. Как правило, беседы длились меньшее время (28-37 минут), лишь разговор с первым президентом РТ М.Ш. Шаймиевым длился 48 минут, а беседа с экс-министром связи РФ Н.В. Никифоровым продолжалась почти 54 минуты. Интервью записывалось не в студии, а то в рабочих кабинетах героев, на спортивных площадках (если собеседники были профессиональными спортсменами), в научных лабораториях (учеными), на сцене или в зрительном зале (если говорили с артистами).

Съемка ведется с трех камер (две на средний план собеседников и одна на общий), количество просмотров составляет от нескольких тысяч до нескольких десятков тысяч в зависимости от даты публикации каждого интервью. Несмотря на название цикла передач, зритель смотрит проблемное интервью, где роль собеседника заключается в комментировании обстановки, развенчании мифов и разных общественных предрассудков, стереотипов. Несмотря на то, что собеседники сняли галстуки, от актуальных социальных проблем не избавились. Герой интервью интересен А. Кузьмину именно как эксперт и только потом как личность, несмотря на то, что некоторые интересные факты ее биографии освещались в разговоре.

В результате проведения исследования мы пришли к следующим выводам:

Во-первых, существенное преобладание татароязычных YouTube-проектов над их аналогами на русском языке можно объяснить стремлением авторов популяризировать татарский язык и татарскую культуру в целом по всему миру.

Во-вторых, существенное внимание редакций СМИ к видеointerview, говорит об имеющемся в данной среде кризисе форматов. Современные мультимедийные средства позволяют осуществлять и другие разнообразные проекты, основываясь, в том числе и на игровых составляющих. Журналистам и представителям других медийных профессий нужно рассматривать online-пространство не просто как еще один канал распространения контента, а как принципиально новый вид горизонтальной массовой коммуникации с многочисленными возможностями вовлечения аудитории в процесс создания медийного содержания и организации обратной связи с ней.

В-третьих, стремление редакций к наполнению своих YouTube-каналов содержанием не всегда демонстрирует их качество. Наше исследование показало, что условия конкуренции между редакциями заставляют авторов и съемочные группы не всегда с должным вниманием относиться с уважением к зрителям. Чем еще объяснить стремление работников медиа красиво «упаковать», преподнести встречу с человеком, но во время разговора (вероятно, для поддержания или усиления драматургии) и этику общения нарушить, и задавать героям вопросы личного, порой интимного характера. Пришедшие в Интернет молодые авторы изменили формат интервью. Теперь приглашенный гость не обладает исключительным правом на экспертность, оно у него сохраняется в той мере, в какой позволит это сделать ведущий. Собеседники почти всегда общаются на равных, стараются вести себя в кадре просто и непринужденно, то есть имитировать жизнь.

В-четвертых, мы установили, что качество получаемой в ходе интервью информации для съемочных групп является менее важным, чем получение регулярных и сиюминутных эмоций аудиторией. Не потому ли все чаще ведущие интервью во время беседы стараются отыскать определенные сенсации, побуждают своих гостей к воспоминаниям и разным историям. При этом ставка делается, как правило, на приглашение известных личностей, так называемых «звезд» эстрады, деятелей культуры и искусства.

В-пятых, исследование показало, даже в online-пространстве RT с каждым месяцем усиливается конкуренция за зрителя. Альтернативу подготовленному сотрудниками СМИ контенту составляют веб-проекты, создаваемые, скажем, работниками учреждений культуры и искусства. И альтернатива эта, судя по нашим наблюдениям, в целом достойная, способная увлечь зрителя и имеющая перспективу значительного увеличения аудитории. Эти авторы не имеют медийных профессий, они – актеры и режиссеры, профессионально владеющие навыками общения, формирования диалога, умением удерживать внимание зрителей. Таким образом, даже на примере online-интервью в RT мы наблюдаем некоторую профессиональную деградацию сотрудников медийных редакций, зачастую неспособных предложить оригинальные, способные вызвать массовый интерес, проекты или преобразовать под современные проекты прежние. С развитием соцсетей журналисты постепенно потеряли право на эксклюзивное владение информацией и

производство новостей. Сейчас в РТ они утратили монополию на создание качественных и интересных YouTube-проектов. Это приведет к снижению и без того невысоких показателей просмотров передач.

Список литературы

1. Айдар Ракипов – Казан, кызлар һәм хоббилар турында ЭКСКЛЮЗИВ интервью // Проект «Сораштырлаштыргалау» на YouTube-канале «Ялкын». 2019. 7 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3os-y1Vc3jo&list=PLJOWDFHqeHwEyRV8brbacgWsfD5NBzCg6&index=4> (дата обращения: 27.10.2021).
2. Амиров В.М., Мамедова С.Я. Интервью: от классического жанра к современным форматам (на примере программ «Вдудь» и «А поговорить?») // Изв. Урал. фед. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 27. 2021. № 3. С. 30-37.
3. Аяз Гыйләжевның «Жомга көн, кич белән...» әсәренә штрихлар. «Бөекләр эзеннән» махсус проекты // YouTube-канале «Ватаным Татарстан». 2020. 30 окт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=-ERFSHldeow&list=PLYALQeyA_eylk5iFLlhCrUMeXvzA_esVt&index=5 (дата обращения: 27.10.2021).
4. Бию парие. Нурбек Батулла: о свободе, эпатаже и татарах // YouTube-канал «Площадь Свободы». 2020. 09 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Dc3tkKg47io> (дата обращения: 27.10.2021).
5. Блогер Рафис Атаказ – гей дип әйтүләре һәм яраткан кешесенен рактан үлүе турында // Проект «Гадел әңгәмә» на YouTube-канале «Татар-информ». 2021. 06 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bh60PbBDuzc> (дата обращения: 27.10.2021).
6. ВИЧ-позитив. Светлана Изамбаева: полное интервью // YouTube-канал «Площадь Свободы». 2020. 02 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=annt6HTlcrI> (дата обращения: 27.10.2021).
7. Защитница детей. Ирина Вольнец: запрет на усыновление за рубежом, обнаженное видео, «нет» закону о домашнем насилии // YouTube-канал «Площадь Свободы». 2021. 21 янв. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rRBnwxowzGE> (дата обращения: 27.10.2021).
8. Ильченко С.Н. Интервью в журналистике: как это делается. СПб: С.-Петербур. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. 236 с.
9. Интервью с легендарным актером Кириллом Пироговым // YouTube-канал ТНВ. 2020. 01 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uuy8Jnmjhbo&t=2s> (дата обращения: 27.10.2021).
10. Лэйна – псевдоним, шәхси тормышы, эстрада һәм яна дуэт турында / Интервью с певицей // Проект «Казаныш» на YouTube-канале «Ялкын». 2021. 23 мая. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Widw1-logm4> (дата обращения: 27.10.2021).
11. Молодой министр - Фаттахов: о молодежных протестах, гаях, Навальном и муже Ньюши // YouTube-канал «Площадь Свободы». 2020. 09 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4d57R6heKIY> (дата обращения: 27.10.2021).
12. Ришат Төхвәтуллин // Проект ««Ничек бар — шулай» на YouTube-канале «Сююмбикэ/Сәембикэ журналы». 2020. 28 мая. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7YKAHNPg-dw> (дата обращения: 27.10.2021).