САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**ОКОЛОТИНА Наталья Анатольевна**

**Портретное интервью: телевизионные и сетевые форматы**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

Доктор филол. наук, доцент С.Н. Ильченко

Кафедра телерадиожурналистики

Очно-заочная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1: ПОРТРЕТНОЕ ИНТЕРВЬЮ: ДИАЛОГОВАЯ СУЩНОСТЬ, КОМПОНЕНТЫ ФОРМАТА И РАСПРОСТРАНЕНИЕ В СЕТИ 7

1.1 Портретное интервью как диалоговая программа 7

1.2 Формат как показатель уникальности программы 18

1.3 Видеоблог как альтернатива телевизионной программе 22

ГЛАВА 2: ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ПОРТРЕТНОГО ИНТЕРВЬЮ НА ТВ И СЕТЕВЫХ РЕСУРСАХ 28

2.1 Особенности программы Юлии Меньшовой «Наедине со всеми» и видеоблога Юрия Дудя «вДудь» 28

2.3 Сравнительный анализ интервью-портрета на ТВ и в сети: герои, тактики, образ ведущего 34

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 50

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ 53

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования связана с тенденцией использования портретного интервью не только на федеральных телеканалах, но и на сетевых ресурсах. Развитие способов распространения портретного интервью влечет за собой изменения содержательных и структурных элементов, проявляющихся в разных форматах портретного интервью. 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. Поэтому необходимо исследовать обновления, происходящие в технологии создания портретного интервью в условиях его распространения не только на ТВ, но и в сетевом пространстве – в частности в видеоблогах.

**Гипотеза**: автор дипломной работы выдвигает предположение о том, что в зависимости от канала распространения такой жанр, как портретное интервью раскрывает одного и того же героя под разными углами с помощью использования разных приемов.

**Объект**: программы в жанре портретного интервью на телевидении и на сетевых ресурсах.

**Предмет**: особенности проведения портретного интервью в зависимости от каналов его распространения.

**Цель** данного исследования заключается в выявлении и сравнении основных приемов проведения портретного интервью на телевидении и в сетевом пространстве.

Для достижения цели исследования потребуется решить следующие **задачи**:

1. Установить понятие «портретное интервью» и выявить основной набор приемов его проведения;
2. Определить термин «формат» и выделить его основные компоненты;
3. Рассмотреть видеоблог как сетевой канал передачи информации;

4. Раскрыть особенности рассматриваемых программ в жанре портретного интервью на ТВ и в видеоблогах;

5. Провести сравнительную характеристику программ на уровне выбора гостя, тематики, набора вопросов и специфики поведения интервьюера.

Для достижения цели исследования и решения поставленных задач использовались **методы** описания, ситуационного исследования (кейс-стади) и сравнительного анализа.

**Новизна** дипломной работы заключается в изучении специфики портретного интервью в зависимости от канала передачи, который определяет личности интервьюера и интервьюируемого, их межличностные отношения и обсуждаемые темы.

**Эмпирическая база**: телевизионная программа «Наедине со всеми» на «Первом канале» и программы на Youtube-канале Юрия Дудя «вДудь». Всего отсмотрено 10 выпусков.

**Степень научной разработанности темы:**

Тенденцию распространения телевизионных практик в Интернете изучали многие авторы, однако при исследовании данного феномена в дефиците находятся работы, посвященные изучению содержательного компонента конкретно портретного интервью.

К вопросу влияния технологий, научно-технических прорывов в сфере коммуникаций на формы, жанры и виды телеконтента обращается С.Н. Ильченко в своей диссертации «Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства»[[1]](#footnote-1). Кроме того, в своем учебном пособии «Интервью в журналистике: как это делается» автор рассуждает об использовании интервью конкретно для виртуального ресурса и о отображении позиций организаторов таких источников информации, а также о более свободном диапазоне выбора спикеров и тем.

В.М. Латенкова в диссертации «Актуальные аспекты интернетизации современного телевидения» обращается к проблеме конвергенции телевидения и интернет-технологий с точки зрения процесса создания контента и каналов передачи его аудитории. По ее мнению, изменение способов трансляции телевизионного контента влечет за собой появление «нового медийного явления – интернет-телевидения, в котором традиционные телеканалы занимают особое место»[[2]](#footnote-2).

О методах и формах организации телевизионного вещания в сети Интернет говорится в диссертации А.А. Гарматина «Теоретические основы и принципы организации телевизионного интернет-вещания»[[3]](#footnote-3). Автор выявляет основные принципы и методику производства интернет-сайтов, как каналов передачи телевизионного контента. В данном случае исследователь акцентирует внимание на технологии производства и организационного момента использования телевизионной практики в сети.

Также об организационной структуре сетевых изданий говорится в статье М. В. Симкачевой «Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя»[[4]](#footnote-4). Однако в данном исследовании начинают затрагиваться не только критерии общей структуры интернет-сми, но и критерии содержания и требования к журналистам, работающим на сетевых платформах.

**Структура** дипломной работы: введение, две главы, заключение и список использованной литературы.

Первая глава работы основана на трудах различных филологов и специалистов в области теории и практики телевидения. Среди них – М.М. Лукина, Г.В. Кузнецов, С. Ильченко, А.А. Новикова, А.Г. Качкаева и другие.

Во второй части исследования представлены особенности выбранных программ в жанре портретного интервью и приведены результаты анализа сравнительной характеристики программ в зависимости от канала распространения.

# ГЛАВА 1: ПОРТРЕТНОЕ ИНТЕРВЬЮ: ДИАЛОГОВАЯ СУЩНОСТЬ, КОМПОНЕНТЫ ФОРМАТА И РАСПРОСТРАНЕНИЕ В СЕТИ

# 1.1 Портретное интервью как диалоговая программа

Доминирующей формой общения людей является диалог, который имеет большое значение в телевизионной реальности. Исследователи объясняют это тем, что с помощью диалога «действительность осмысляется с позиции реально существующего человека: проводится (пусть субъективная) ее структуризация, обозначается набор определенных ценностных установок, что значительно облегчает процесс усвоения информации»[[5]](#footnote-5). Признаки этой формы человеческой коммуникации наиболее полно вбирает в себя такое понятие, как «интервью».

Для начала обратимся к определению объекта дипломной работы. Отметим, что данный термин включает в себя значение не только жанра, но и метода. Так как получение информации при помощи интервью не всегда потом становится полноценным текстом в этом жанре, стоит разграничивать эти понятия. «Метод интервью распространен в практике межличностных коммуникаций. Это один из видов деятельности, с помощью которой осуществляется сбор информации журналистами»[[6]](#footnote-6). В нашем случае мы рассматриваем интервью именно как жанр, поэтому обратимся к существующим трактовкам этого понятия.

Большой энциклопедический словарь предлагает следующее определение: «Интервью — жанр публицистики, беседа журналиста с одним или несколькими лицами по каким-либо актуальным вопросам»[[7]](#footnote-7). Однако можем заметить, что в нем нет конкретизации, жанровой характеристики как таковой.

«Интервью – предназначенная для печати (или теле, радиопередачи) беседа с каким-либо лицом»[[8]](#footnote-8). Данное определение очень формально и опять же не разъясняет особенностей интервью как жанра.

«Интервью – жанр публикаций, в ходе создания которых (при сборе материала) был применён метод интервью, фиксирует собой реальный процесс интервьюирования или же специально строится в вопросно-ответной форме»[[9]](#footnote-9). Эта формулировка довольно двусмысленна, так как здесь говорится о методе сбора информации, но, помимо использования интервью, как метода, наряду с ним могут быть применены и другие, например, метод наблюдения.

Г.В. Кузнецов предлагает следующее определение интервью: «Интервью (от англ, interview – буквально встреча, беседа) – жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с социально значимой личностью по актуальным вопросам»[[10]](#footnote-10). С.Н. Ильченко определяет интервью как вид журналистского творчества следующим образом: «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»[[11]](#footnote-11).

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что интервью — это публицистический жанр, который представляет собой информационный текст, написанный с использованием интервью как метода в форме «вопрос-ответ». Метод интервью является основным в жанре интервью, но не исключается использование и других.

Интервью как жанр занимает особое место на телеэкране, потому что требует от журналиста особого мастерства. Он выступает в качестве посредника, некоего транслятора информации, находящегося между интервьюируемым и аудиторией. При этом каждое интервью журналист проводит с определенной целью. В соответствии тем, какую цель преследует журналист-интервьюер, возьмем за основу классификацию М.Н. Кима[[12]](#footnote-12):

1. информационное интервью;

2. аналитическое интервью;

3. интервью-портрет;

4. креативное интервью.

В данной работе нас интересует интервью-портрет или портретное интервью, в частности, то интервью, которое транслируется на телевидении и которое нашло распространение и на сетевых ресурсах. С. Н. Ильченко, рассуждая о большой популярности портретного интервью на телевидении, говорит о том, что достаточно длинный хронометраж таких интервью может позволить ведущему поинтересоваться «не только подробностями биографии своего визави у микрофона или в кадре, но и его взглядами, убеждениями. Ситуация интервью-портрета становится структурообразующим элементом, приближающим подобный продукт к очерку»[[13]](#footnote-13).

Интервью-портрет, которое лежит в основе телепрограммы, обладает своими определенными функциями. Одна из них – познавательная – находится в зависимости от характера личности приглашенного гостя в студии и от того, какие темы будут обсуждать ведущий и интервьюируемый. Кроме того, можно, сказать, что в некоторых диалогах просматриваются социальная или идеологическая функциональность. В.В. Сыченков выделяет базовые функции портретного интервью: «живое человеческое общение, поиск понимания и принятия своего одиночества в мире или познание другого – для отдыха и развлечения (это базовые функции интервью-портрета)»[[14]](#footnote-14). Таким образом, можем сказать, что программы, в основе которых лежит интервью-портрет, обладают развлекательным и рекреационным функционалом.

Основная задача автора портретного интервью – это постараться наиболее полно раскрыть своего собеседника перед зрителями, при этом еще и выявить уникальные черты своего гостя. Ведущему необходимо помочь зрителю разобраться в герое, за которым он следит. Для этого журналисту необходимо задавать те вопросы, которые волнуют его аудиторию, чтобы гость смог показать свои настоящие чувства, эмоции и переживания. Именно от интервьюера зависит, получится ли его программа качественной и интересной, или же превратится в поверхностное общение, которое не позволит создать уникальный контент.

Интервью-портрет обладает такой жанрово-стилистической особенности, как субъективизация*[[15]](#footnote-15)*, под которой понимается то, что импровизационная живая речь собеседников транслирует все индивидуальные речевые особенности и тактики речевого поведения участников интервью. Отметим, что герой сам создает свой образ в интервью, то есть в ходе диалога происходит его самопрезентация. Исследователь Н. Ю. Янчева выделяет следующие виды автопортрета в интервью:

 1) «вставной автопортрет»: герой как характерный представитель какой-либо группы, профессии;

 2) «групповой»: герой среди своего близкого окружения, в разрезе взаимоотношений с другими людьми;

 3) «отдельный или естественный автопортрет»: в центре внимания находится исключительно герой, его мысли и чувства, человек как индивидуальность[[16]](#footnote-16).

Конечно же, самопрезентация героя не может происходить без модератора интервью, то есть журналиста. Для того чтобы интервью состоялось (а для этого нужно, чтобы была достигнута его цель), интервьюеру необходимо основательно к нему подготовиться. Начальный этап предусматривает работу с информационными источниками: интернет-ресурсы, базы данных, книги, фото- и видеоматериалы и так далее. Это необходимо для того, чтобы заочно познакомиться с героем и проанализировать его взаимодействие с другими журналистами, чтобы не повторять банальные вопросы, а позволить аудитории узнать что-то эксклюзивное. При этом журналисту полезно обращать внимание на знаковые события из жизни своего персонажа, заострять внимание на деталях и фокусироваться на индивидуальных особенностях собеседника. Добившись высокого уровня осведомленности, можно показать свою заинтересованность и тем самым войти в доверие. На это оказывает влияние та система вопросов, которую выбирает журналист.

Говоря о драматургии интервью, которая строится по схеме «вопрос-ответ», стоит отметить, что именно продуманная система вопросов и полнота ответов определяют успех коммуникации. Чтобы добиться определенных ответов, журналисту необходимо придерживаться одного из трех принципов последовательности вопросов[[17]](#footnote-17):

1) хронологический (интервью строится на основе событий, которые развиваются с течением времени);

2) логический (собеседники разговаривают о проблемах, конфликтных ситуациях и общественно значимых событиях);

3) импровизационный (в центре находится личность собеседника).

Третий стратегический принцип организации вопросов как раз подходит для проведения портретного интервью, когда журналист пытается исследовать характер, рассматривая психологические особенности и эмоциональные установки собеседника, тем самым раскрывая его индивидуальность.

В первую очередь, вопросы, которые задает журналист своему собеседнику, делятся на открытые и закрытые. Это самая традиционная классификация, предлагаемая А.В. Колесниченко. Обычно следует задавать открытые вопросы, так как именно они побуждают собеседника отвечать неодносложно и наиболее подробно. Кроме того, исследователь разделяет вопросы по функциям, которые они выполняют в интервью. В зависимости от этого вопросы можно разделить на предметные, управляющие и поведенческие[[18]](#footnote-18). Предметные вопросы преследуют цель получения информации. В то же время они могут быть фактицирующими (вопросы о реальных событиях), оценивающими (вопросы об отношении интервьюируемого к чему-либо или к кому-либо), интроспекционными (вопросы о чувствах героя), проективными (вопросы о возможном поведении человека в той или иной ситуации) и гипотетическими (вопросы о возможных событиях и условиях их развития).

Вернувшись к управляющим вопросам, отметим, что с их помощью можно, соответственно, направлять диалог в нужное русло. Для начала необходим зачин, то есть открывающий вопрос, который начнет интервью. Затем для продолжения разговора нужен своеобразный «мостик», который поможет создать эффект непрерывности диалога – это переходный вопрос. Далее для управления интервью существуют утверждающие вопросы, которые представляют собой восклицание и просьбу рассказывать дальше, а также когнитивные (оценка своего же предыдущего ответа) и поведенческие (направленные на провоцирование действий). Последние пригождаются журналисту для того, чтобы манипулировать собеседником и ввести его в состояние саморефлексии для последующего развития разговора.

Выбор вопросов влияет на динамику интервью. Не всегда интервью удается провести последовательно, поэтому движение в нем может происходить в четырех направлениях, согласно Колесниченко[[19]](#footnote-19): вперед, в сторону, назад и «буксовать» на месте.

Движение вперед позволяет продвигаться от темы к теме постепенно, однако при этом нередко случается так, что поставленные вопросы оказываются непроработанными. Такие переходы не позволяют остановиться собеседникам на каком-то одном вопросе и более подробно его обсудить. В результате личность героя раскрывается перед аудиторией не полно, а лишь схематично. Это главный недостаток такого движения в интервью, когда журналист выбирает наибольший охват информации, а не детали, позволяющие создать полноценный образ собеседника.

Когда между героем и журналистом случаются недопонимания, последний может попросить собеседника вернуться к вопросу и разъяснить его. В таком случае происходит движение назад, когда интервью возвращается на исходную точку, однако здесь также есть своя проблема. Человеку необходимо время, чтобы вновь обратиться к вопросу и подумать над его осмыслением.

Переключение на иную тему в разговоре приводит к другому виду движения в интервью – «движению в сторону». В этом случае беседа начинает развиваться в совершенно неожиданном направлении, когда появляется какой-либо интересный факт, а журналисту очень важно за него уцепиться. Однако при этом важно вернуться снова к той теме, с которой пришлось уйти, но зависит это от умений и компетенции модератора разговора, то есть профессионального уровня журналиста-ведущего.

В ситуации когда журналист любыми способами хочет получить нужную информацию, практически заставляя ответить героя на нужный вопрос, а последний всячески уклоняется, происходит «буксировка на месте». Такое затянутое обсуждение вопроса не дает интервью двигаться дальше, то есть переходить к следующим вопросам.

Помимо системы вопросов, в данном случае интервьюер может выявить ранее неизвестные стороны характера, общественной и личной жизни, предпочтений и вкусов интервьюируемого с помощью определенных средств.

В телевизионном интервью очень важна неподдельность эмоций, то есть не только то, как говорит интервьюируемый, но и как организовывается сам диалог (особенности речи и ведущего, и героя) и какие способы воздействия использует журналист в ходе его. Поэтому можем сказать, что интервью-портрет достаточно многомерно и может рассматриваться под разными углами благодаря тому, что его цель – это наиболее полное раскрытие героя с помощью различных приемов.

Только лишь собрать информацию о собеседнике обычно недостаточно: журналист должен думать наперед, не только составляя список вопросов, но и целые «деревья» вопросов, возможные направления разговора, к которым нужно быть готовым»[[20]](#footnote-20). Для ведения таких ответвлений журналисту необходимо пользоваться некоторыми приемами, которые предлагает А.В. Колесниченко[[21]](#footnote-21). В частности, по его мнению, одним из приемов раскрытия собеседника является несогласие журналиста с его позицией. Это необходимо делать упорно, чтобы вынудить интервьюируемого приводить все больше аргументов, тем самым наиболее полно давать ответы. Также заставить собеседника добавить к своему ответу больше информации можно при помощи приема паузы. Для этого сразу после ответа героя нужно задавать следующий вопрос не сразу, а немного подождав. Молчание воспримется как указание на недосказанность. По мнению исследователя, если есть необходимость в конфликтном разговоре, то достаточно прибегнуть к упрекам, то есть сделать так, чтобы собеседник начал оправдываться. Однако тогда журналист должен найти ситуации противоречий между установками и действиями своего героя. При этом можем отметить, что вступать в такие провоцирующие взаимоотношения довольно опасно, если у журналиста нет достаточного уровня профессионализма и опыта ведения интервью, так как ситуации, когда возникают противоречия и в дальнейшем – споры, могут буквально выйти из-под контроля. Герой может закрыться или вовсе отказаться от продолжения разговора.

Отметим, что не только журналист, но и его собеседник может так же быть подкован знаниями в области манипулятивной риторики. Поэтому журналисту необходимо уметь им противостоять, чтобы не входить в заблуждение и не вводить в него свою аудиторию. Для этого М. М. Лукина выделяет следующие поведенческие стилистические приемы:

1. Конфронтационный стиль

В таком случае журналист принимают позицию, которая противоречит позиции собеседника. В каждом ответе модератор интервью ищет двусмысленность и подоплеку, проявляя постоянный скептицизм и недоверие. Такой стиль общения провоцирует собеседника на более яркую беседу и доказывание своей точки зрения в противовес журналисту.

1. Элитарный стиль

Этот стиль общения подразумевает обратную конфронтационной модели тактику. Здесь журналист выбирает путь, которым руководит чувство социальной ответственности, то есть поведения, когда журналист представляет интересы определенных социальных слоев населения. При этом вопросам «простого человека» здесь журналист уделяет не так много внимания, как элитарным стратам.

1. Партнерский стиль

В таковом варианте главный принцип заключается в том, что спикер воспринимается не просто как транслятор информации, а как партнер. Эксклюзивный материал возникает в процессе именно двусторонней коммуникации, то есть взаимодействия обоих участников интервью. Такой подход предлагает журналисту выйти за рамки роли сборщика информации и попытаться отыскать тот самый уникальный материал, получаемый в результате общения и активного участия в процессе коммуникации. В данном случае необходима заинтересованность обеих сторон, то есть самоотдача как от журналиста, так и от интервьюируемого.

При всем при этом конфронтационный стиль уходит на задний план, оставляя место принципам открытости, прозрачности, толерантности и уважения к собеседнику[[22]](#footnote-22). Однако использование тех или иных принципов находится все так же в прямой зависимости от цели интервью и от канала его передачи, который влияет на аудиторный фактор. В случае, когда мы имеем дело с интернет-каналом, стили взаимодействия и добычи необходимой информации приближаются к более компрометирующим, заостренным и открытым, так как это фактически диктует тип аудитории. В этом мы попытаемся убедиться во второй главе дипломной работы, когда проведем сопоставительный анализ интервью на ТВ и интервью на интернет-платформах, схожих по своему функционалу со СМИ.

Все упомянутые выше стили общения и тактики построения вопросов зависят от характера личности приглашенного гостя, поэтому стоит отметить, что одной из главных задач, которая стоит перед журналистом, является точный выбор своего собеседника. На это будет влиять, в первую очередь, аудиторный фактор, а именно – целевая аудитория. Журналист должен учитывать ее потребности, чтобы выпуск с тем или иным героем смог максимально заинтересовать зрителя. При этом важно подчеркнуть, что в зависимости от канала распространения (особенно если мы говорим об интернет-каналах) необходимо решить вопрос об уместности и актуальности персонажа. Исследователь Г. С. Мельник считает, что «обладание эксклюзивной информацией – это только половина успеха. Имеет значение личность говорящего. Это делает общение более близким и содержательным. Журналист обдумывает, сможет ли собеседник преподнести не только информацию, но и себя, насколько будет открыт и приятен для аудитории»[[23]](#footnote-23). Следом за Г. С. Мельник можем добавить, что интернет-аудитория не так консервативна, как аудитория телевизионных каналов. Запросы у этого сегмента аудитории более подвижны, они требуют от автора медиапродукта идти, так скажем, в ногу со временем и следить за трендами, а также за актуальностью героя, чтобы понимать, представляет ли он интерес и с какой именно стороны.

Отметим, что выбор роли журналистом во время интервью также заслуживает внимания, так как требует предельной аккуратности, чтобы не спугнуть героя. С одной стороны, журналист может подстраиваться под приглашенного гостя, «быть своим в доску», однако это может вызвать у героя подозрение на наигранность и неискреннюю заинтересованность. Однако если журналист и вправду умеет вести себя, как хамелеон, и искусно менять маски под каждого героя, то интервьюируемый вполне сможет расслабиться и начать доверять. В то же время часто можно встретить такие ситуации, когда журналист примеряет на себя определенные маски в зависимости от характера своего героя и формата программы. Не менее часто есть место следующим ситуациям: журналист совмещает свою собственную натуру с выбранной ролью. Еще вариант – это когда журналист-ведущий остается самим собой, транслируя свою собственную индивидуальность, тем самым делая передачу более персонифицированной и узнаваемой. Бывает, что журналист считает принятие нейтральной стороны более выгодным положением, поэтому он становится лишь посредником информации между интервьюируемым и аудиторией.

# 1.2 Формат как показатель уникальности программы

Сегодняшние реалии ставят сотрудников средств массовой информации в рамки, в которых необходимо следить за вкусами и интересами своей аудитории, поэтому, как считает С.Н. Ильченко, новые жанровые модели интерпретации действительности образовываются и сейчас. А.А. Хлызова, в свою очередь, поддерживает данный тезис и при этом добавляет, что «мультимедийность, форматизация контента, его зрелищность, фрагментарность и нелинейность его восприятия телезрителями – все это ведет к обновлению телевизионных жанров[[24]](#footnote-24). В частности, упомянутая «форматизация контента» призвана учитывать множество различных факторов о своей аудитории: половозрастные характеристики, образ жизни, а а также интеллектуальный уровень развития человека. В целом формат базируется на основе желаний и потребностей каждого отдельно взятого индивида.

Сам термин «формат» получил достаточно широкое распространение относительно недавно, поэтому мнения по поводу соотношения понятий «формат» и «жанр» среди исследователей еще разнятся. По мнению Л.А. Месеняшиной, у жанра и формата есть черты, которые их как объединяют, так и делают абсолютно разными. «Сходство обусловлено тем, что обе эти категории приложимы к одному объекту – речевому (вербально-аудио-визуальному) произведению, а несходство – тем, что категория жанра описывает внутреннюю структуру высказывания, а категория формата описывает положение того же произведения в системе коммуникативных отношений, включая как техническую, так и коммерческую и юридическую коммуникацию»[[25]](#footnote-25), – считает исследователь.

Как отмечает А.А. Новикова, «телевизионные форматы постоянно находятся в состоянии переформатирования и заимствования признаков, приемов и методов воздействия из других зрелищных искусств, жанр же более статичен»[[26]](#footnote-26). Можем отметить, что такой процесс происходит именно из-за современного быстрого ритма, когда форматы не могут принять свою постоянную форму, и поэтому находятся практически постоянно в стадии обновления.

На сегодня термин «формат», как утверждает Г.С. Фридунбекова, используется в следующих смыслах[[27]](#footnote-27):

- как один из видов изданий;

- как один из видов творчества;

- как канал коммуникации;

- как способ подачи материала.

Однако у такого понятия, как формат, есть наиболее развернутые формулировки, которые позволяют при этом еще разложить эту категорию на несколько составных частей. Стабильно, по мнению ряда исследователей, формат включает в себя совокупность признаков, придающих уникальные отличительные черты каждой отдельно взятой телепрограмме. Среди них – жанр, стиль, драматургическая конструкция, хронометраж, тематические и сюжетные предпочтения и ограничения, графика, музыка, образ ведущего (если таковой имеется) и многое другое[[28]](#footnote-28). На современное своеобразие форматов, в свою очередь, влияют мультимедийность и интерактивность, тем самым утверждая классификацию по аудиториям, уверена А. Г. Качкаева[[29]](#footnote-29).

Большинство программ в жанре портретного интервью тяготеют к формату ток-шоу, который А. Н. Дедов относит[[30]](#footnote-30) к комбинированному формату телевизионных программ. Это связано с тем, что ток-шоу сочетает в себе элементы разговора и шоу: беседы происходят в присутствии публики, которая эмоционально реагирует на сказанное ведущим и героями программы, имеет возможность комментировать происходящее и задавать вопросы.

Г. В. Кузнецов отмечает, что ток-шоу – сугубо персонифицированный формат[[31]](#footnote-31). Так, имя ведущего очень часто ведущего нередко выносят в название программы – таким образом подчеркивается исключительность медиапродукта и его авторское начало. У ток-шоу исследователь приводит три основных признака: легкость разговора, артистизм ведущего, обязательное присутствие аудитории. П. В. Гуленко и Ю. И. Долгова выделяют такие элементы ток-шоу, как харизматичный ведущий, приглашенные собеседники, публика в студии, зрители у экранов[[32]](#footnote-32).

Отметим, что интервью, проводимые на современном телевидении и в сетевом пространстве, вполне могут отличаться от классического понимания, когда в основе лежит трио «журналист-герой-аудитория». Последний компонент временами может присутствовать опосредованно: телефонные звонки, смс-сообщения и социальные сети с возможностью комментирования в режиме онлайн.

Таким образом, мы видим, что для такого формата, как ток-шоу каркасными остаются приведенные выше компоненты, однако, учитывая тенденцию проявления гибридности в форматах, о которой говорит А.А. Новикова, программа может конструироваться с использованием и других вариативных компонентов, то есть тех условий, в которых находятся ведущий, герой и аудитория. О.Р. Лащук выделяет следующие элементы, из чего может сложиться тот или иной формат[[33]](#footnote-33):

1) оформление студии – в частности, можем говорить здесь и о выборе локации, так как интервью могут проводить как на территории канала, так и на территории гостя;

2) особенности работы ведущего: количество журналистов в кадре, их внешний вид и стиль поведения, речь, эмоциональная манера ведения передачи;

3) наличие и особенность звукового и видеосопровождения;

4) наличие приглашенных участников и требования к ним;

5) наличие новостных блоков: тематика; количество и время их включений.

И.Н. Кемарская, в свою очередь, поддерживает такой набор составляющих формата и также считает, что он включает в себя жанр, стиль, драматургическую конструкцию, хронометраж, тематические и сюжетные предпочтения и ограничения, графику, музыку, образ ведущего (если таковой имеется) и многое другое[[34]](#footnote-34). Все эти компоненты должны будут оказывать влияние на особенности проведения портретного интервью на разных уровнях, которые мы обозначили во введении. При этом сюда мы должны отнести еще один компонент – это канал распространения. В данной дипломной работе мы берем за основу, с одной стороны, телевизионный канал, с другой – сетевой (а именно Youtube-канал). В частности, жанр интервью нашел распространение в видеоблогах, о специфике которых мы поговорим в следующем параграфе.

# 1.3 Видеоблог как альтернатива телевизионной программе

Интернет и мобильные средства коммуникации окунули аудиторию в постоянный информационный поток, вследствие чего пользователь научился не только искать тот контент, который его интересует, но и без помощи других создавать его. Кроме того, обновились информационные потребности аудитории и система общественных связей, изменилось и отношение к журналистике, а именно преобразовались технологии сбора, обработки, распространения информации, методы создания медиа, пересмотрены модели взаимодействия с потребителями[[35]](#footnote-35). Таким образом мы получили новый формат производства журналистского продукта – то есть сетевой, который начал функционировать в системе так называемых «социальных медиа». По мнению исследователей И. А. Быкова и О. Г. Филатовой, «социальные медиа сегодня являются серьезным конкурентом традиционным СМИ и становятся самыми посещаемыми ресурсами в интернете (особенно это касается блогов и социальных сетей). Пользователи меняют привычные информационные и развлекательные интернет-сайты на социальные медиа, которые становятся для них главными источниками информации». Это же мнение поддерживает и М. С. Будолак, которая относит социальные медиа к новому виду онлайн-средствам массовой информации и утверждает, что социальные медиа могут выполнять те же функции, которые относятся и к классическим средствам массовой информации[[36]](#footnote-36).

Все больше контента, схожего с журналистским, мы начинаем обнаруживать в блогосфере как в одном из вызовов «классической» журналистике и разновидности так называемых «социальных медиа». Блогосфера обладает рядом технических, коммуникативных и социальных характеристик, которые значительно изменяют коммуникации между журналистом и его аудиторией. Современное общество эффективнее воспринимает ту информацию, которая наполнена визуальной составляющей, поэтому наиболее привлекательным средством коммуникации становится визуализированный контент, который начал появляться и в видеоблогах, размещенных в большинстве своем на Youtube-каналах. Вероятнее всего, именно с этим связан постоянно возрастающий интерес к относительно новому каналу коммуникации – видеоблогингу. Он начал развиваться не так давно, но уже показал себя как результативное средство коммуникации с аудиторией. По мнению А. В. Муха и В.В. Кихтан, блоги представляют собой персонифицированный интернет-сайт, где «каждый может проявить себя как журналист и вступить в дискуссию на интересующую тему»[[37]](#footnote-37).

Блог  можно охарактеризовать некоторыми признаками[[38]](#footnote-38):

- авторской самопрезентацией: открытый и свободный характер изложения мыслей, выражения собственного отношения по тому или иному поводу;

- датировкой сообщений;

- дискуссионностью: приглашение к  диалогу, обратная связь между аудиторией и автором, возможность комментирования;

- фрагментарностью: материалы носят неструктурированный, спонтанный и  несистематизированный характер (дневниковые записи перемежаются статьями, фотографиями, комментариями, читательскими отзывами и т. д.);

- систематичностью;

- интуитивным методом построения текста: предельная свобода в работе над стилем и структурой материала.

С. А. Демченков и А. С. Заднепрянская предлагают также классифицировать блоги по ряду оснований[[39]](#footnote-39):

- по используемой блог-платформе, которая определяет некоторые технические характеристики материалов, а также состав аудитории, динамику распространения материала;

- технические параметры видеозаписи (продолжительность, разрешение, формат кадра, цветность, акустические особенности и другие);

- особенности построения видеоряда (ракурс съемки, смена ракурсов; неподвижная/движущаяся камера, характер ее движения; наличие/отсутствие смены планов; натурная/студийная/домашняя съемка, использование хромакея; наличие/отсутствие монтажа; наличие/отсутствие графических вставок и другое);

- особенности построения звукоряда (наличие/отсутствие голосовой составляющей, соотношение голоса, «живого» звука и музыкального фона и другие);

- субъектная организация (наличие/отсутствие автора в кадре; уровни проявленности субъектного начала, один/несколько субъектов; документальная/постановочная съемка и так далее);

- функционально-тематическая специфика: развлекательные и познавательные видеоблоги.

По сути, видеоблог включает в себя подготовку и регулярное размещение видеоконтента на одной из популярных платформ видеохостинга, реализующих базовые возможности социальных сетей. Главными объединяющими началами видеоблога являются личность автора и тематика. Видеоблоги создаются в сети в разных жанрах и охватывают различный спектр тем. 2017-й год стал годом, когда на видеохостинге Youtube запустил свой канал спортивный журналист Юрий Дудь. Его материалы, выполненные в жанре портретного интервью, стали одним из компонентов эмпирической базы данной дипломной работы. Нельзя не отметить, что именно с его подачи в интернете стали одни за другим появляться Youtube-каналы, на которых также есть ведущий, который берет интервью у различных знаменитостей (каналы «Нежный редактор», «А поговорить?» и другие). С 2017 года и по сей день это пока можно назвать неким трендом в сетевом пространстве.

Нельзя не сказать, что у видеоблогов есть большие преимущества перед профессиональной журналистикой. Во-первых, можем выделить независимость и свободу, так как блогер работает сам на себя. Соответственно, всю его деятельность определяют не коммерческие или идеологические потребности СМИ, а его собственные (или команды, которой он руководит) интересы, в соответствии с которыми он проводит свою информационную политику. Однако О.В. Красноярова считает, что у такого вида журналистики есть и свои недостатки. Так называемый блогинг, по ее мнению, ориентирован в большей степени на коммуникативную функцию, нежели на информационную, поэтому у нее нет правового статуса. Кроме того, ввиду отсутствия определенной информационной политики и достаточного уровня профессионального мастерства, блоги могут оставаться лишь в качестве «дополнительного источника информации»[[40]](#footnote-40). Такие примеры мы видим в случае, когда тот же Юрий Дудь берет у известных личностей интервью, а затем СМИ буквально разбирают его по цитатам, тем самым отрабатывается инфоповод, который образовался в результате общения двух людей в сети.

Важно отметить, что причислить видеоблоги к СМИ невозможно, при том что схожих моментов достаточно много. А. В. Муха и В. В. Кихтан выделяют[[41]](#footnote-41) четыре параметра, по которым блоги кардинально отличаются от СМИ. Первое – это любительский характер, второе – характер языка (так как блогеры часто используют сетевые неологизмы), третье – блог ведется на усмотрение его автора, четвертое – блог не подчиняется законодательству. Однако в данном случае можем частично поспорить с последним выдвинутым фактором, так как каналы, где публикуются видеоблоги, уже превратились в средство массовой коммуникации. В подтверждение вышесказанному, можем привести тот факт, в 2014 году Государственная Дума РФ приняла закон, согласно которому те блогеры, сайты и страницы, которые имеют более 3000 посетителей в день, должны быть приравнены к средствам массовой информации[[42]](#footnote-42). Отметим также, что совсем недавно у видеоблогеров появился свой телеканал «GO», который будет транслировать контент, состоящий пока только из видеоблогов, которые опубликованы на видеохостинге Youtube, однако, возможно, что руководство новоиспеченного канала пойдет и дальше.

В настоящей дипломной работе говорится о том, что та информация, которая распространяется в блогах, схожа с информацией в официальных СМИ. Автор исследования рассматривает видеоблоги как некий интернет-канал передачи социально значимой информации наряду со СМИ и как фактор, оказывающий влияние на формат интервью.

Таким образом, можно отметить, что блог сейчас очень активно развивается, поэтому многие исследователи составляют различные классификации и типологии, приравнивая его к разновидности гражданской журналистики. Основными преимуществами, которыми они обладают, являются доступность, отсутствие многих ограничений (хронометраж, использование языка, жесткого отбора ведущего (что, отметим, приводит к снижению уровня профессионализма). Кроме того, это активная связь с аудиторией посредством связанных с видеоблогом соцсетей. Все эти характеристики видеоблога как сетевого канала коммуникации будут использоваться нами при сопоставительном анализе особенностей проведения портретного интервью на тв и в сети, который будет представлен во второй главе дипломной работы.

В заключении первой главы стоит отметить, что в ходе исследовательской работы были тщательно изучены значения терминов «портретное интервью» и «формат». Интервью-портрет преследует цель всецело раскрыть личность приглашенного гостя. Журналисту необходимо стать не просто посредником или транслятором информации, а тем проводником, который поможет аудитории узнать гостя со всех сторон. Один из важных навыков для ведущего – это умение расположить к себе своего собеседника для того, чтобы получить необходимую информацию о нем.

# ГЛАВА 2: ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ПОРТРЕТНОГО ИНТЕРВЬЮ НА ТВ И СЕТЕВЫХ РЕСУРСАХ

# 2.1 Особенности программы Юлии Меньшовой «Наедине со всеми» и видеоблога Юрия Дудя «вДудь»

Программа-портрет с Юлией Меньшовой начала выходить на Первом канале с 2013 года. В августе 2017 года ведущая Юлия Меньшова решила сама приостановить проект, пока он «не надоел зрителям». «Мне не хотелось, чтобы эта программа превратилась в рутину, и снижала своё качество»[[43]](#footnote-43), – написала у себя на странице в социальной сети Юлия Меньшова. Всего за четыре года вышло около 600 выпусков, и за все это время программа «Наедине со всеми» стала одним из ярких примеров программы-портрета на отечественном телевидении, где приглашенные гости раскрывались через призму самых важных событий в их жизни. В программе ведущая Юлия Меньшова старалась открыть своему зрителю героев с самой интимной стороны.

Формат, в котором работала ведущая, тяготеет к ток-шоу, так как одной из главных составляющих этого формата является аудитория, которая как раз присутствует в студии. Однако зал не принимает участия в ходе проведения интервью, а только лишь поддерживает аплодисментами действия героя.

Гостями программы за все годы становились самые разные известные люди, представляющие сферы и политики, и бизнеса, и культуры, и спорта. При этом тематическая направленность полностью отвергает общественно-политическую повестку дня и никак не затрагивает политических взглядов героев. Ведущая старается создать максимально комфортную атмосферу для своего гостя, чтобы те чувствовали себя так, будто беседуют с хорошим знакомым. Ведущая старается показать перед аудиторией не далекую от своих поклонников «селебрити», а простого человека, который способен на самые обычные эмоции, у которого есть свои проблемы и переживания.

Сама Юлия Меньшова говорит о своей программе таким образом: «"Наедине со всеми" – это программа-портрет: люди через призму наиболее известных, серьезных и важных событий их жизни. Нас интересует не столько информация, сколько чувства. Конечно, степень открытости будет зависеть от собеседника. Но многие гости программы знают меня лично, и это помогает сделать разговор комфортным для собеседника и говорить на темы, о которых они обычно предпочитают молчать. Очень часто журналисты задают стандартные вопросы, и суть человека ускользает. Моя задача поймать эту суть, и мне кажется, она заключена именно в чувствах, а не в словах»[[44]](#footnote-44).

Обстановка студии в программе выглядит достаточно консервативно: на полу в студии лежит большой круглый ковер, на который стоит стеклянный низкий столик, рядом с ним стоят бежевые кресла. По кругу сидят зрители, и камера слегка задевает людей, наблюдающих за разговором на личные темы в домашней атмосфере. Под каждого героя создается своя подводка и визуальное оформление. Для этого на заднем фоне развешены экраны со сменяющимися фотографиями героев, которые разбавляются видеоматериалами в качестве иллюстративного материала.

Что касается героев, то за четыре года к Юлии Меньшовой успело прийти несколько сотен героев – от политиков до деятелей культуры. Выбор гостей не подчинен какой-либо зависимости от их появления в информационном поле. Перед зрителем раскрывается история известного человека с точки зрения проявления его в обычной жизни со своими проблемами и историями.

Примерно ту же цель преследует российский журналист Юрий Дудь в своей программе «вДудь», которая выходит на одноименном Youtube-канале. Юрий Дудь начал свой профессиональный путь еще со школьной скамьи. В 14 лет он стал корреспондентом газеты «Известия». В настоящее время Юрий Дудь является главным редактором издания Sports.ru. Он был ведущим программы «Удар головой» на России-1, программы «Культура» на Матч ТВ, а также работал специальным корреспондентом и комментатором в спортивной редакции «НТВ-Плюс». Сейчас Юрий Дудь ушел полностью в такое популярное направление, как блогинг, а именно – видеоблогинг. По совместительству с должностью главного редактора Sports.ru Юрий Дудь берёт интервью у известных журналистов, бизнесменов, деятелей культуры и политики в интернете.

Юрий Дудь стал видеоблогером относительно недавно. 2 января 2014 года он зарегистрировался на YouTube. Однако первый ролик на канале Юрия Дудя вышел в феврале 2017 года, гостем первой программы стал рэп-исполнитель Баста. Дебютный выпуск сразу же попал в тренды на YouTube, собрав почти шесть миллионов просмотров. На данный момент на канале вышло 20 роликов, а количество постоянных подписчиков канала составляет три миллиона пользователей. Такой успех вполне объясним: человек, который работает в журналистике уже более чем 10 лет явно имеет достаточный опыт и связи, которые позволяют делать ему уникальный контент на должном уровне. Юрий Дудь оказался не тем человеком, который стал просто выкладывать что-то в интернет и получил популярность. Это журналист, который уже давно работал на телевидении и имеет большой профессиональный опыт на телевидении, чтобы перейти на независимую площадку и начать делать свой уникальный продукт. Это журналист, который нашел новую площадку для профессиональной самореализации.

В своей программе Юрий Дудь интервьюирует медийных личностей, причем очень откровенно – без цензуры. К нему приходят именно те гости, которые актуальны и востребованы в интернет-пространстве. Поэтому, если в программе «Наедине со всеми» тот же Дмитрий Маликов находится вне времени и может быть приглашен в студию в абсолютно в любое время, то в программе Юрия Дудя он появился именно в тот период времени, когда он стал снова заметен и актуален. Причем такой герой, как Дмитрий Маликов – это все-таки герой 90-х годов, поэтому интересен он будет в основном взрослой аудитории. Здесь же Дмитрий Маликов приходит в качестве гостя, который вновь стал популярен именно в интернете и у молодежного сегмента аудитории.

Гостями программы Юрия Дудя становились Сергей Шнуров, Алексей Навальный, Владимир Познер, Ксения Собчак, другие известные медийные личности и блогеры, которые находятся на пике своей популярности и являются обсуждаемыми героями дня. Поэтому успех программе делают именно те люди, которые становятся ее героями. Взрыв интернет-популярности Юрий Дудь объясняет просто: он стал поставщиком контента, которого в YouTube не было и который по содержательности соответствует ведущим медиа. «Интервью – это обилие эмоций, фактов и всего остального. Раньше аудитория YouTube думала, что это максимально дежурный, ритуальный жанр. Поэтому для местных зрителей это как минимум необычно»[[45]](#footnote-45), – считает он.

Можем определить формат программы Юрия Дудя как ток-шоу, однако достаточно в не классическом варианте, так как нет активной аудитории, которая находилась бы непосредственно в студии, в которой снимается весь процесс. Однако можем сказать, что аудитория присутствует, но опосредованно. Зрители могут оставлять комментарии, задавать вопросы и участвовать в интерактиве в онлайн-режиме.

Одной из интересных составляющих программы являются вопросы, определенный стиль общения и те маски, который Юрий Дудь надевает на себя в процессе общения с определенным гостем. В частности, интерес представляют вопросы, которые касаются доходов гостей. Обычно такие вопросы на телевидении никогда не обсуждаются. И в целом интернет становится той площадкой, где можно обсуждать темы, которые на телевидении обычно являются табуированными. Мало того, в программе у Юрия Дудя герои предстают в образе тех, кем они являются на самом деле. Все потому, что в интернете нет цензуры, интервьюируемым не приходится себя сдерживать и ставить в определенные рамки – как поведенческие, так и речевые. Последняя категория связана с употреблением как героями, так и ведущим табуированной и нецензурной лексики. Такие изречения очевидны, так как мы имеем дело с интернетом как с площадкой для полной свободы как действий, так и словесных выражений.

Что касается роли Юрия Дудя как ведущего авторского шоу «вДудь», то в каждом выпуске он подстраивается под своего героя, то есть пытается быть своим в доску, на одном уровне со своим гостем. В отдельных случаях, если герой достаточно авторитетен (к примеру, выпуск с Владимиром Познером или Константином Хабенским), то Юрий Дудь сразу же ведет себя на уровень ниже, старается польстить своему гостю. При этом ведущий не отступает от стиля нападения и компрометирующих вопросов. Даже такого интеллигента, как Владимир Познер, журналисту удается вывести на произношение нецензурных выражений. Опять же это работает на аудиторию, которая у Юрия Дудя в большинстве своем молодая. Соответственно, герои Юрия Дудя становятся более приближенными к молодой аудитории, в то время как для нее такие личности стали совсем забытыми.

Что еще примечательно, так это что, выпуски Юрия Дудя становятся инфоповодами для последующих обсуждений в прессе. Его интервью обсуждаемы, фразы, сказанные его гостями в процессе беседы, доходят даже до Министерства культуры РФ. Так, интервью с актером Алексеем Серебряковым вызвало большой интерес и стало причиной обсуждения отношения артиста к российской действительности.

По сути, у программы Юрия Дудя та же цель, что и у Юлии Меньшовой – это раскрыть героя, но в то же время докопаться до таких вещей, о которых в принципе не принято говорить. Это позволяет делать именно интернет-среда, поэтому Юрий Дудь, скорее всего, и ушел в Youtube-пространство из телевидения.

Гости Юрия Дудя – это в основном герои как раз интернет-среды, которые каким-либо образом заработали себе репутацию в сети, однако сейчас можем заметить, что гости программы стали появляться в гостях уже вне такой зависимости. К примеру, Константин Хабенский появился в выпуске после выхода в прокаты своего дебютного в качестве режиссера фильма «Собибор». Та галерея героев, которая прослеживается в программе «вДудь» в целом мало схожа с подборкой на телевидении, в частности в программе «Наедине со всеми» Юлии Меньшовой. У последней мы не встретим, к примеру, того же оппозиционера Алексея Навального или рэпера T-Fest. Такие герои либо не подходят под формат программы, либо в целом под информационную политику канала. В сети же мы можем встретить представителя абсолютно любого сообщества или транслятора любых мировоззрений.

Кроме того, можем отметить недостаточный уровень создания программы в техническом плане. Немалое количество неудачных склеек в монтаже, некачественный звук и свет. Это можно связать с тем, что это не профессиональный телевизионный канал с необходимым набором техники и профессионалов. Однако спустя десятки выпусков уровень создания программы повысился, и «ляпов» стало намного меньше.

Направленность вопросов у Юрия Дудя достаточно компрометирующая. Вопросы очень личного характера, вопросы о доходе и вопросы об отношении к президенту Владимиру Путину – постоянные в интервью у Юрия Дудя. Такие вопросы вполне допустимы в интернет-среде, в которой нет цензуры.

# 2.3 Сравнительный анализ интервью-портрета на ТВ и в сети: герои, тактики, образ ведущего

Обосновывая нашу гипотезу о том, что канал передачи информации оказывает влияние на приемы и формат передачи (в частности, мы говорим про жанр портретного интервью), приведем в подтверждение сопоставительный анализ программ в этом жанре на телевидении и в сети.

Во-первых, палитра героев на телевидении и в сети абсолютно разная. В частности, на телевидение не пригласят эпатажных и популярных сейчас блогеров, музыкантов, политиков. Однако в программе Юрия Дудя мы встретим не только кумиров молодежного блока аудитории, но и тех, кто не находится на пике популярности, но все так же известен и пытается проявить себя теперь в медиапространстве интернета. При этом большое влияние на то, каким образом раскрывается герой, как мы уже упоминали в первой главе, оказывает оформление студии или локации, в которой происходит интервью. Именно та обстановка, которая используется в той или иной программе, может стать первоочередным фактором того, каким получилось интервью, и это неслучайно. Сам интерьер может нести в себе развернутую метафору. Те, кто причастен к созданию программы, могут при помощи ее что-то подчеркнуть, обозначить и таким образом поставить героя в определенные, необходимые им рамки.

Исходя из отсмотренного видеоматериала, представленного в эмпирической базе исследовательской работы, можно сделать закономерный вывод, что каждый гость вживляется в уже созданную для него форматную рамку. При этом в интервью в сети, которое представлено на канале Юрия Дудя, создается более живая обстановка, которая не заточена под определенные условия: она всегда разная в зависимости от героя, его положения и характера. Так, к примеру в выпуске с Сергеем Шнуровым в программе Юлии Меньшовой мы видим стандартный фон, который подгоняется под любого другого героя. Здесь герой выглядит достаточно интеллигентно, но при этом ненастоящим, потому что в реальной жизни у Сергея Шнурова образ совершенно иной. В ситуации с Юрием Дудем перед нами – наглый, эпатажный артист, который употребляет алкоголь, курит и использует нецензурную брань. В программе Юлии Меньшовой Сергей Шнуров одет в официальном стиле, что так же его сдерживает. В гостях у Юрия Дудя же Сергей Шнуров сидит в домашнем халате, в темных очках и в розовых ботинках, которыми он привык эпатировать публику, выступая со сцены. В последнем случае мы наблюдаем неподдельный образ, в котором герой предстает и в жизни. На все это влияет выбранная обстановка и канал трансляции интервью с его рамками и правилами. Здесь он может расслабиться и предстать именно в том образе, в котором он находится практически всю свою жизнь. Это связано с тем, что все разговоры в программе «вДудь» проходят не в отдельной студии, а либо дома у героя (по аналогии с программой «Пока все дома», в сети даже появлялось сравнение), либо на нейтральной территории. Причем в течение программы интервью перемещается в другую, соседнюю локацию (обычно в этом же месте). Таким образом создается более интимная обстановка, похожая на «разговоры на кухне», во время которых люди рассказывают свои самые сокровенные истории.

Так, Юрий Дудь приходит в квартиру к Сергею Шнурову, он показывает свое самое личное – это свой дом. Пока еще ни одному журналисту не удавалось провести интервью именно дома у лидера группировки «Ленинград». Возможно, так произошло, потому что образ Юрия Дудя такой же слегка эпатажный и непредсказуемый и им удалось найти общий язык на более естественном уровне, нежели в программе Юлии Меньшовой. В телевизионной обстановке Сергею Шнурову менее комфортно, он даже не отвечает на некоторые вопросы Юлии Меньшовой, как, к примеру, на вопрос о том, как его называет жена. Сергей Шнуров не желает отвечать на этот вопрос, так считает его слишком личным, в то время как в разговоре с Юрием Дудем он может выйти на такие темы, на которые никогда не смог говорить на телевидении. К примеру, это сколько денег он зарабатывает или как встретил свою нынешнюю жену Матильду.

Нередко в телевизионных студиях есть телеэкраны, на которые транслируются фотографии или видеоматериалы с гостем программы, которые позволяют иллюстрировать беседу и тем самым оживить ее. Кроме того, данные компоненты призваны вызвать какие-либо переживания и воспоминания героя, которые, соответственно, добавят в интервью-портрет больше новой информации.

Также в тв-программы часто вставляются видеоврезки из фильмов или видеоклипов, в которых принимал участие интервьюируемый. Туда могут войти и записанные синхроны с членами семьи героя или его друзьями, коллегами, что также поможет разнообразить беседу и узнать какие-либо новые факты из жизни приглашенного гостя, а также построить более доверительный диалог между журналистом и его героем. Порой такие видеосюжеты являются своеобразными векторами беседы, которые интервьюер использует в качестве отправной точки для своего интервью. Такие приемы есть и в программе Юлии Меньшовой «Наедине со всеми» и в программе Юрия Дудя «вДудь», однако в последней они более актуализированные, с долей иронии или юмора, с различными подписями и монтажными вставками.

Таким образом, задача создателей не только телевизионных, но онлайн-проектов заключается в разработке самобытного своеобразного интерьера для того, чтобы привлечь внимание телезрителя, даже если приглашенный герой его не интересует. В случае с телевидением перед зрителем предстает яркая студия со множеством реквизита в виде фотографий, столика, ковра посредине. На Youtube-канале Юрия Дудя все максимально лаконично, просто настолько, что и герой, и журналист оказываются в той обстановке, где ничто не отвлекает от личности приглашенного гостя. Здесь наблюдается отдельный или естественный автопортрет: в центре внимания находится исключительно герой, его мысли и чувства, человек как индивидуальность.

Что касается драматургии программы в жанре портретного интервью на ТВ, то каждый выпуск Юлия Меньшова начинает с приветствия, которое становится отправной точкой беседы. Ведущая использует открывающий вопрос, основанный на каком-либо факте, связанном с личностью приглашенного героя. К примеру, в программе с народным артистом Дмитрием Маликовым Юлия Меньшова начинает беседу с вопроса о его слишком привычном образе, от которого, как она говорит, «аж тошнит». *«Что вы на это скажете?»[[46]](#footnote-46)* – спрашивает ведущая, как бы сразу давая интервьюируемому поле для размышлений о самом себе. Или в беседе с Леонидом Агутиным Юлия Меньшова обращает внимание героя на реакцию студии, то есть на аплодисменты. Таким образом снова с приветствия Юлия Меньшова переходит к открывающему беседу вопросу.

*- Так рады вас видеть, так долго хотели с вами встретиться, а вы сопротивлялись.*

*- Был занят.*

*- Даже знаю, чем вы были заняты. «Голосом», наверное?[[47]](#footnote-47)*

Так же с приветствия, которое плавно перетекло в первый вопрос, Юлия Меньшова началу программу с Сергеем Шнуровым.

- *Вы знаете я так польщена, что вы пришли к нам на программу и так удивлена одновременно. А вы видели эту передачу вообще?*

*- Мне сказали, что неплохая передача.*

*- А кто вам сказал?*

*- Авторитетный человек[[48]](#footnote-48).*

И тут ведущая переходит к открывающему вопросу*: «А как часто вы доверяете мнению других людей?»[[49]](#footnote-49)* В программе Юрия Дудя приветствие не всегда есть: почти все выпуски начинаются сразу же с первого вопроса «в лоб». Такая тактика могла быть связана с тем, что в интернете информация транслируется быстрее, фрагментарнее, нежели на телевидении. Поэтому на канале, внизу под каждым выпуском, есть расшифровка самых интересных, на взгляд создателей программы, моментов, чтоб облегчить жизнь потенциальному зрителю в поиске нужно информации в интервью.

Чаще всего Юлия Меньшова пытается привести беседу в русло парадоксальности, сталкивая героя со своими же взглядами, которые могут в течение жизни, что естественно, изменяться. Почему интервьюируемый рассуждает так, а не иначе? В чем его мотивация и причины того или иного поведения? Во всем этом пытается разобраться в своей передаче Юлия Меньшова. В ее вопросах много иронии и легкого осуждения, при помощи чего она пытается столкнуть героя с самим собой, помогая ему раскрыться.

Можем заметить, что в интервью-портрете, который создает Юлия Меньшова, очень много семейных историй, много связи героя с его близким окружением, поэтому в само интервью часто вводятся вставки синхронов с людьми, которые могут внести свой вклад в раскрытие образа гостя. Так, в интервью с Леонидом Агутиным вставляются записи бесед с его отцом, с его женой Анжеликой Варум. Причем именно она, хоть и отдаленно, но так же становится участником интервью – оно строится и вокруг нее.

В целом передача ведется в достаточно лестном русле. Благодаря небольшой рубрике «Дополнить фразу», которая разбавляет разговор, герой превозносится в ранг человека, который может «стрелять» крылатыми фразами. Программа Юрия Дудя не нацелена на приятную беседу за чашкой чая, это более агрессивный, броский стиль. Здесь есть рубрика «Блиц», в которой герою необходимо отвечать быстро и выбирать один из вариантов ответа.

Важной частью программы в жанре портретного интервью является непосредственное завершение диалога. Юлия Меньшова всегда искренне благодарит своего гостя за откровенный разговор. Финал, в котором гостю преподносится персонифицированный подарок в зависимости от его интересов и желаний, создает у аудитории позитивное впечатление после программы, что и герой, и журналист получили только удовольствие от общения. Даже тот гость, который сидел в закрытой позе и хмурился, задабривается. Так, к примеру, в программе, где участвовал Александр Гордон, он же возмущается ведущими, которым он когда-то давал интервью. Но Юлия Меньшова пытается смягчить негатив и начинает шутить:

*- Ну, вот дуры, больше нечего сказать.*

*- Господи, что же вы обо мне потом будете говорить, время-то когда пройдет?!*

*- Знал бы, пришел бы раньше[[50]](#footnote-50).*

Подарки обычно радуют всех, даже если человек пытается быть саркастичным и строгим, как Александр Гордон. Он начал улыбаться, его поза сразу стала открытой, и на такой позитивной ноте обычно и заканчиваются программы «Наедине со всеми».

В программе «вДудь» также есть традиция с подарками, однако в этом случае они не для гостей, а от них. Сам герой интервью должен принести в студию тот презент, который наиболее ярко отражает его личность. Леонид Агутин, к примеру, принес свои книги и диски с песнями, Сергей Шнуров – олимпийку с надписью своей фамилии, Дмитрий Маликов, чтобы подчеркнуть свою нынешнюю причастность к сети интернет, решил подарить худи с надписью хэштега. Эти подарки предназначены не для ведущего, а для зрителей, что еще больше дает возможности герою приблизиться к своей аудитории. Гость вместе с ведущим придумывает задание для зрителей. Выполняют его пользователи в режиме «онлайн» с помощью комментариев, которые можно оставить под видео на самом канале или в официальном сообществе программы в социальной сети «ВКонтакте».

Конкурсы в основном оказываются связаны с тематикой интервью. *«Предложите новый коронный мем для Дмитрия Маликова»[[51]](#footnote-51), «Давайте придумаем новый мем про Гуфа»[[52]](#footnote-52), «Придумайте четыре строчки с фразой хоп-хэй-ла-ла-лэй»[[53]](#footnote-53), «Придумайте название для фрик-группы, которую будет продюсировать Максим Фадеев»[[54]](#footnote-54).* Все задания достаточно простые и незамысловатые, однако требуют от интернет-аудитории того типа так называемого творчества, который они используют для создания юмористического контента в сети.Таким образом, мы получаем интерактивный формат общения гостя со зрителями, несмотря на то, что они не участвуют в интервью, находясь в студии. Взаимодействие с ними происходит опосредованно.

 Посмотрев программы Юлии Меньшовой, можем сказать, что ведущая использует определенный набор вопросов, которые составляют целый тематический набор. К примеру, одна из самых частых тем – это тема семьи, тема взаимоотношений со своими близкими и в то же время проблема одиночества и ощущения счастья. То есть насколько известный, популярный человек ощущает себя нужным и востребованным. Так, к примеру в разговоре с Леонидом Агутиным Юлия Меньшова спрашивает его, насколько он счастлив? Следующие формулировки вопросов так же схожи: *«Вы несчастны?», «Вы ощущаете себя любимым?» «Можете ли вы назвать себя одиночкой?»* и так далее. Эти два лейтмотива проходят сквозь практически все выпуски программы «Наедине со всеми».

В большинстве случаев ведущая пользуется интроспекционными вопросами, которые затрагивают чувства и переживания героя. Из примеров можно привести вопросы: *«Эта часть жизни не была для вас болезненной?»; «Вы жалеете о том, что было в вашей жизни?»; «Когда вы последний раз плакали?»;* и тому подобное. Отметим, что такие вопросы в видеоблоге Юрия Дудя «вДудь» тоже присутствуют, при этом затрагивают они героя так, что выводят на эмоции. Так, к примеру, случилось в выпуске с рэпером Иваном Алексеевым (Noize MC). Ведущий решил все-таки выяснить, с чем связан такой образ артиста и его творчество, и стал расспрашивать, что же происходило в его жизни. Юрий Дудь понял, что это связано с проблемами в семье, и это заставило спровоцировать героя на эмоции, которые вылились в слезы[[55]](#footnote-55).

Часто Юлия Меньшова использует такой прием, как обращение к словам, сказанным гостями когда-то в прошлом, и пытается столкнуть героя таким образом с самим собой. В программе «Наедине со всеми» интервьюер задает по большей части интроспекционные вопросы, связанные с чувствами и переживаниями гостя. В целом получается, что программа ведется в позитивном направлении, так как в ней не затрагиваются острые общественно-политические темы.

Кроме того, в случае с Юлией Меньшовой можем наблюдать использование мягкого партнерского стиля, она старается помочь герою рассказать о себе с помощью оценочных вопросов, так как в программе практически не затрагивается тема с нынешним образом и поведением, к примеру, того же Сергея Шнурова. *«Почему вы не стали сниматься в кино? Матильда не разрешила, потому что там снималась ваша бывшая жена Оксана?», «Почему вы так назвали сына – Апполон?»[[56]](#footnote-56).* Здесь ведущая пытается создать ретроспективу, создав портрет человека, опираясь на его прошлое.

Юрий Дудь же чаще всего старается актуализироать интервью и пытается поговорить с героем о тех событиях, которые происходят в его жизни именно сейчас*. «Вас не было месяц в России, чем вы занимались?» «Что с «Первым каналом»? Я так понимаю, твой контракт закончился?»[[57]](#footnote-57).* Кроме того, оба ведущих используют вопросы, основанные на высказываниях героя когда-то, то есть что они этим имели в виду, и сменялись ли их взгляды после определенного промежутка времени после этих слов. Это прием используется во многих программах как прием сталкивания героя с самим же собой, со своим мнением.

Немного другую историю мы находим в портретном интервью с Дмитрием Маликовым. Гость одинаково комфортно себя чувствует и на телевизионной площадке, и на площадке в интернете. Только в случае с Юлией Меньшовой снова создается не совсем актуальный портрет, интервью с таким человеком так же ведется в рестроспекционном русле, поэтому такое интервью может стать интересно только той аудитории, возрастная категория которой совпадает с категорией приглашенного гостя. Однако, ведя разговор в таком направлении, Юлия Меньшова пытается докопаться до тех деталей, о которых гость говорит обычно очень мало, или вовсе не рассказывает. Однако Дмитрий Маликов держит марку и отвечает на вопросы сдержанно.

- *Когда вы собирали стадиону, крышу не сорвало?*

*- Нет, не сорвало.*

*- А почему же? Консерваторский мальчик…*

*- Нет, я был занят, видимо, каким-то другим делом[[58]](#footnote-58).*

Здесь можно увидеть достаточно легкую иронию со стороны Юлии Меньшовой, но она не переступает границ, и герой только лишь с легкой ухмылкой, улыбчиво отвечает на такой вопрос.

Юрий Дудь выстраивает линии вопросов, начиная с определенной подводки. Так, ведущий начинает разговор с Леонидом Агутиным с обсуждения предыдущего выпуска, где косвенно фигурировал герой, тем самым «включая» гостя в разговор. Собеседник сразу же настроен рассказывать достаточно интимную, личную историю, когда герой попадает в ситуацию, которую он не всякому опишет. Этот рассказ занимает несколько минут интервью. Здесь герой предстает перед зрителем очень приземленным, простым человеком, у которого бывают смешные случаи, о которых стоит рассказать только близкому кругу лиц.

Приемы легкого нападения, столкновения парадоксальности мыслей и поступков героя использует и Юлия Меньшова, и Юрий Дудь. Так, к примеру, в интервью с Сергеем Шнуровым ведущие задают следующие вопросы: *«Вам не кажется, что мат, выходить голым на сцену – это все, это потолок вашего эпатажа?(«Наедине со всеми»)[[59]](#footnote-59); «Подождите, ты сказал, телевидение – зло, зачем же ты работал на нем?» («ВДудь»)[[60]](#footnote-60).* На вопросы такого характера Сергей Шнуров отвечает спокойно, будто зачитывает ответ с заготовки. Возможно, это связано с его уровнем держаться на публике, общаться с журналистами и в целом его дерзким характером.

Отметим, что вопросы задаются с разным обращением: Юлия Меньшова использует вежливый вариант с местоимением «вы», в любом случае. В видеоблоге Юрия Дудя – другая ситуация. Во-первых, его обращения связаны с тем, что это интернет, в котором, как считают маркетологи, работающие на интернет-аудиторию, приветствуется неформальное общение и обращение на «ты». Это связано с тем, что философия сети отрицает всякую иерархию. Однако сказать, что Юрий Дудь поступает неправильно, нельзя, так как сетевой этикет или правила интернет-коммуникации пока еще формируются, но пока они все же отличаются от традиционных[[61]](#footnote-61), поэтому, скорее всего, и он еще не определился с обращениями. В случае с Сергеем Шнуровым Юрий Дудь находится на равных, а в разговоре с Леонидом Агутиным, Дмитрием Маликовым или Константином Хабенским ведущий сразу же снижает свою планку и обращается к ним только на «вы», однако все равно пытается разговаривать с ними на более приземленном уровне, используя сленги и разговорную лексику. *«Леонида Агутина я воспринимаю как человека не совсем оттуда, музыка которого ориентирована на запад, нафига вам «Песня года», этот праздник музыкальной некрофилии?»[[62]](#footnote-62); «Вы хайпожор?», «Когда с вами в последний раз знакомилась молоденькая чикуля*?»; *«Бывали случаи, когда вам ломало башню?[[63]](#footnote-63)».*

В свою очередь, гости Юрия Дудя также готовы «опуститься» в своей речи до разговорного уровня и использовать современные неологизмы, сокращения, то есть слова, которые распространены в основном в интернет-среде. Так, Леонид Агутин, известный своим интеллигентным поведением, все равно старается предстать перед аудиторией в более современном стиле: рассказывает о своем алкоголизме, использует слова разговорного уровня речи и так далее. Таким же пытается быть и Дмитрий Маликов. *«Я слишком клевый, у меня должны быть недостатки», «я охренел», «чуваки»[[64]](#footnote-64)* и так далее.

Темы отношений с алкоголем и некоторые темные страницы из жизни героев в программе с Юлией Меньшовой проскальзывают и практически сразу опускаются. В программе же Юрия Дудя такой спектр тем представляет наибольший интерес, так как неприятные ситуации из истории жизни знаменитых людей обычно больше притягивают внимания. Так, к примеру, Леонид Агутин рассказывает о своих проблемах с алкоголем. *«Тяжелый шоу-бизнес, алкоголь мне очень помогал. Когда бутылки стали выше, мы все вынесли, но это была секта алкашей. Потом я просто начинал учиться жить заново»[[65]](#footnote-65).* Отметим, что к вопросу о темной стороне жизни гостя Юрий Дудь переходит с использованием метафоры, упоминая его работу в шоу «Голос» в качестве наставника: *«А когда вы в последний раз били не по кнопке, а по лицу?»[[66]](#footnote-66).*

Вопросы о семье и о личной жизни – стандартные в программе «Наедине со всеми», ведь именно сквозь призму семейных отношений можно нарисовать человеческий портрет. На такие вопросы уходит практически вся программа, однако там Юлия Меньшова выстраивает именно историю, так как она будет интересна целевой аудитории. Юрий Дудь же пытается выбрать определенные детали в этой теме, и от них пойти дальше, к более индивидуальным вещам: *«Как 20 лет прожить с человеком и испытывать друг к другу интерес?»[[67]](#footnote-67).* Затем ведущий переходит к другому аспекту: *«Расскажите о самом офигенном свидании»[[68]](#footnote-68).*

Кроме того, Юрий Дудь очень часто задает вопросы, которые компрометируют героя и могут поставить его в неловкое положение. *«Вы же пели под фанеру?» «У вас был период «синьки», расскажете?»[[69]](#footnote-69).* Причем направления вопросов создают движение разговора таким образом, что в каких-то местах оно «буксирует на месте», однако таким образом интервьюер пытается докопаться до истины и от ускользания нити повествования своего гостя. Для этого интервью даже перемещается в другую локацию, там ведущий снова задает тот же вопрос об использовании фонограммы на сцене Леонидом Агутиным, так как герой на него не ответил так, как ожидал интервьюер. Сменившаяся обстановка стала камернее, уютнее, она располагает к более откровенной беседе. Камера снимает очень крупно, без штатива, что создает эффект подсматривания за интервью, как будто оно происходит только между двумя людьми без всяких наблюдений, то есть участия аудитории. И тут Юрий Дудь снова повторяет интересующий вопрос: *«А вот недоговорили про фонограмму…»[[70]](#footnote-70).*

Кроме того, часто Юрий Дудь пытается столкнуть мнение героя и подтолкнуть его на саморефлексию, задавая при этом вопросы риторического характера: *«Разве не круто быть этим человеком, который привнесет, что-то новое? Разве не круто войти в историю?»[[71]](#footnote-71)* – спрашивает Юрий Дудь гостя Леонида Агутина о том, почему он до сих пор выступает на «Голубом огоньке». Кроме того, Юрий Дудь, пытаясь привести героя к истине, задает вопросы, которые сталкивают гостя с противоречиями, заставляют его подумать и даже в какой-то степени оправдаться. Ведущему интересна ситуация: почему практически вся российская эстрада покупает себе дома по Флориде: *«Нет ли противоречий?»*. Леонид Агутин начинает буквально оправдывать себя и искать аргументы в защиту себя: *«Меня спасает океан, от того, что, что я живу в Майами, ничего хуже в стране не станет, наверху договорятся, а я все испорчу у себя»[[72]](#footnote-72).*

Чтобы как-то связать образ Леонида Агутина с интернет-коммуникациями, Юрий Дудь нашел материалы, на которых в юмористической форме смонтированы фотографии героя, и задает вопрос, видел ли он их. Леонид Агутин оказался не знаком с таким видом творчества интернет-пользователей, и его очень позабавили такие изображения, что подняло его настроение, и он смог с юмором рассказать еще одну криминальную историю из своей жизни. Его ответ по стилистике очень схож с разговором где-нибудь на кухне, в интимной обстановке. Он говорит чуть шепотом, как будто скрывает это от других, но рассказывает о себе. Юрий Дудь уточняет, не будет ли такой рассказ компрометировать его дома, в семье:

*- Но я вынужден был рассказать.*

*- Мы очень ценим это. Спасибо вам, Леонид[[73]](#footnote-73).*

Отдельно стоит остановиться на рекламных блоках. В телевизионных программах – это стандартно, но как это происходит в видеоблогах? Реклама появляется там, где есть большая аудитория с определенным уровнем дохода и интересами. Именно охват аудитории у блогеров – это тот фактор, от которого зависит наличие рекламы и уровень рекламируемого товара. В программе Юрия Дудя реклама вводится путем изображения с подписью, чаще всего ироничной, которое в какой-то момент перебивает беседу. К примеру: *«А сейчас мы заработаем себе на Майами»[[74]](#footnote-74)*. Дом именно в Майами герой Леонид Агутин упоминает в своем интервью. Рекламный блок достаточно долгий для видеоблога и для разговора об одном товаре (примерно две минуты), однако вполне стандартен по длительности, если бы это транслировалось на телевидении.

Что касается особенностей работы ведущего, то Юлия Меньшова всегда держит зрительный контакт со своим собеседником. Ее можно назвать профессионалом в области общения, так как ее контактоустанавливающие средства позволяют ей держать разговор в нужно русле и таким образом проявлять неподдельный интерес к своего гостю.

Юлия Меньшова в кадре выглядит достаточно органично, у нее неброский и не вызывающий стиль, легкий макияж и практически всегда радушное и мягкое выражение лица. Каждую негативную ситуацию она старается вывести на юмор. Она много жестикулирует, когда проговаривает подводки к своим вопросам, при этом ее слова не заучены и звучат естественно, что свидетельствует о профессионализме и умении выстраивать беседу, так как ее направления в любом случае могут оказаться непредсказуемыми.

Короткие, броские вопросы, вызывающие позы, активная жестикуляция, наличие в руках чего либо (обычно – телефона с рекламным изображением) – все это характеризует интервьюера Юрия Дудя. Он зарекомендовал себя в достаточно ярком, подвижном образе, который интересен и доступен молодой аудитории. Юрий оказался не единственным талантливым интервьюером, но он вошел в тренд и стал первооткрывателем жанра для широкой аудитории интернета. При этом Юрий Дудь заимел немалое количество подражателей, которые тоже начали создавать свои программы на Youtube-каналах.

Таким образом, сравнив две программы в двух разных медиапространствах, а также образы двух ведущих, мы можем сказать, что тактики ведения портретного интервью в основном схожи, так как жанр не может резко трансформироваться, для этого нужно достаточно много времени. Однако приемы, особенности формата, галерея героев различаются, так как разные каналы передачи требуют своих определенных правил.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе данного исследования был тщательно изучен жанр портретного интервью в условиях форматного телевидения. В рамках настоящего исследования было выявлено, что портретное интервью в условиях разности канала передачи (в частности, мы говорим о телевизионном и интернет-канале) определяется его формат, который подстраивается под определенную целевую аудиторию программы. В начале исследования было выдвинуто предположение о том, что в зависимости от канала передачи портретное интервью раскрывает одного и того же героя под разными углами, использованием разных приемов и приобретает свой определенный формат, значение которого мы определили в первой главы дипломной работы.

Сам формат ток-шоу, к которому в основном и тяготеют программы, созданные в жанре портретного интервью, в самом деле трансформируется в интернете. Из трио «ведущий-гость-аудитория» последний компонент исчезает, но не полностью – он лишь уходит в онлайн. Таким образом взаимодействие с ним происходит опосредованно: в основном с помощью комментариев, которые можно оставлять под выпусками.

В программе «Наедине со всеми» интервьюер задает по большей части интроспекционные вопросы, связанные с чувствами и переживаниями гостя. Направленность программы – позитивно-утверждающая в виду отсутствия острых общественно-политических тем. Интерьер студии и панорамная съемка позволяют воссоздать домашнюю обстановку. Образ приглашенного героя в данной телевизионной программе предстает перед нами в ретроспекции, во взаимосвязи со своим окружением, в большинстве своем с семьей. В программе Юлии Меньшовой создается в основном нейтральный образ интервьюируемого. При этом стоит отметить, что если персонаж в жизни достаточно эпатажный, имеет темные страницы в своей биографии, как и в принципе многие известные личности, то на публику это старается не выноситься. Можем предположить, что в таких условиях персонажи раскрываются не со всех сторон, так как, находясь на телевидении, к тому же не оппозиционной направленности, гости не могут позволить себе множества высказываний, начинать обсуждения на определенную тематику и так далее. Таким образом, телевизионный формат программы в жанре портретного интервью более консервативный и более нейтральный, что диктуют аудиторный фактор и фактор канал распространения.

Программа Юрия Дудя, выходящая на Youtube-канале «вДудь», название которого основано на игре слов, призвана поставлять в интернет адаптированный для сетевой аудитории контент, который соответствует содержанию ведущим медиа. Говоря, в частности, о портретном интервью, которое создает Юрий Дудь, можем отметить, что его герои наиболее раскрепощены, отвечают на те вопросы, которые вряд ли задались бы на телевидении. Среди них – вопросы о доходах, об отношениях с алкоголем, вопросы об интимных сторонах личной жизни и так далее. Юрий Дудь использует свой дерзкий и харизматичный образ для того, чтобы буквально иногда выведать у своего гостя ответы на эти самые вопросы. Однако бывают случаи, когда герои сами сразу же начинали свою исповедь, так как их образ в принципе и так позволяет вести себя в каким-либо ключе.

В то же время можем отметить, что программы на телевидение пишутся одним дублем, в ней нет склеек, только лишь камерный монтаж. У Юрия Дудя же мы видим достаточно много монтажных склеек, что может говорить о том, что некоторые моменты были неудачно сделаны. Это свидетельствует о том, что пока недостаточный уровень подготовки, может быть, не профессиональной, а именно технической не позволяет команде Юрия Дудя делать свою программу так, как на телевидении.

При этом содержательная часть программы «вДудь» наиболее актуализирована по сравнению с программой «Наедине со всеми». В ней даже тот герой, который уже давно не находится на пике своей популярности, раскрывается перед зрителем в контексте современных реалий и тех событий, которые происходят практически в то время, когда снимается выпуск. На это оказывает влияние именно канал передачи информации, то есть интернет, который неотъемлемо связан со всем современным, прогрессивным и новым, соответственно – актуальным.

Однако общее у программ остается неизменным. В той и другой программе герой создает свой образ, пользуясь наводящими вопросами журналиста, в ходе диалога происходит самопрезентация героя. Следует отметить, что оба ведущих, каждый с помощью своих приемов и методов, помогают герою при создании его яркого самобытного портрета, подчеркивая его индивидуальные и по-своему уникальные черты.

Таким образом, жанр портретного интервью продолжает принимать новые формы и вбирать в себя свои уникальные приемы и методы ведения, при этом его основные характеристики остаются постоянными.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

**Законы и законодательные акты:**

1. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [Электронный ресурс]. / URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_61798/#p186.

**Книги и монографии:**

1. Дедов А.Н. Технологии телевизионной журналистики: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Курган: Курганский гос. университет, 2017. / URL: [http://dedovkgu.narod.ru/bib/dedov2.htm](http://dedovkgu.narod.ru/bib/dedov2.htm#1.4_%C2%A0%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0._%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D1%8B_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%)

Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016.

Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве: учебное пособие. – СПб, 2003.

Ким М.Н. Жанры современной журналистики. М., 2004.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во МГУ, 2008. / URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm>

1. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты на ТВ: учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: Издательство Московского университета, 2004. / URL: <http://evartist.narod.ru/text7/20.htm#з_27>

Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: учебник Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во МГУ, 2002. / URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>

1. Лукина М.М. Технология интервью: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – М.: Аспект Пресс, 2003. / URL: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_08>
2. Мельник Г.С. Общение в журналистике. Секреты мастерства: 2-е изд., перераб [Электронный ресурс]. – СПб: Питер, 2008. / URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/%D0%9C/meljnik-galina-sergeevna/obschenie-v-zhurnalistike-sekreti-masterstva>
3. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: : учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003.
4. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М., 2000.

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

**Статьи:**

1. Будолак М. С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике / отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб, 2009.

 Гуленко П.В., Долгова Ю.И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата ток-шоу// Вестник РУДН, серия «Литературоведение». Журналистика, 2016, №3. Изд-во МГУ [Электронный ресурс].. / URL: https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou

 Демченков С. А., А. С. Заднепрянская Видеоблоги как разновидность новых медиа: проблемы типологии // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра [Электронный ресурс]. – СПб, 2015. / URL: <http://www.gup.ru/events/news/smi/smi_2015.pdf>

 Евсеева И.В. Вопросы нетикета: обращение на «ты» и «вы» в интернет-сети // Вестник КемГУ, №4 [Электронный ресурс]. – 2012. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/voprosy-netiketa-obraschenie-na-ty-i-vy-v-internet-seti>

1. Качкаева А.Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2010. / URL: <http://qps.ru/o7Ic1>
2. Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 6, 2010.
3. Красноярова О.В. Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики // Вопросы теории и практики журналистики . – 2013. – № 1. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/grazhdanskaya-zhurnalistika-kak-stimul-razvitiya-professionalnoy-zhurnalistiki>

 Латенкова В.М. Актуальные аспекты интернетизации современного телевидения: диссертация [Электронный ресурс]. – М., 2012. / URL: <http://www.dissercat.com/content/aktualnye-aspekty-internetizatsii-sovremennogo-televideniya#ixzz4xfLeyCp7>

1. Лащук, О.Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 10.
2. Месеняшина, Л.А. Категория формата и «Методологический порядок изучения языка / Л.А. Месеняшина // Вестник Челябинского государственного университета [Электронный ресурс]. – 2015. – № 5. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-formata-i-metodologicheskiy-poryadok-izucheniya-yazyka> (дата обращения: 23.02.2018).
3. Муха, А.В. Блоги и СМИ: сходства и различия / А.В. Муха, В.В. Кихтан [Электронный ресурс]. / URL: http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11814

 Новикова, А.А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата / А.А. Новикова // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 10.

1. Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вест- ник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. №2: Сб. Статей [Электронный ресурс]. – СПб., 2011. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-tvorcheskoy-deyatelnosti-zhurnalista> (дата обращения: 24.02.2018).
2. Симкачева М.В. [Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя](https://scholar.google.ru/scholar?oi=bibs&cluster=3381081223665511415&btnI=1&hl=ru) // Ученые записки Казанского университета [Электронный ресурс]. – Казань, 2015. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-konvergentsii-smi-i-ego-vliyanie-na-formirovanie-sovremennogo-mediapolya>
3. Фридунбекова Г. С. [Трансформация интервью от жанра к формату в электронных средствах информации](http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v26/part_1/45.pdf)// Научный вестник Международного гуманитарного университета Серия «Филология» №32 [Электронный ресурс]. – Одесса, 2018. / URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v26/part_1/45.pdf>
4. Хлызова А. А. Телевидение в условиях конвергенции СМИ на современном этапе // Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2016. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-v-usloviyah-konvergentsii-smi-na-sovremennom-etape>
5. Хлызова А.А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях // Журналистский ежегодник [Электронный ресурс]. 2015. / URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/obnovlenie-sistemy-televizionnyh-zhanrov-v-sovremennyh-mediausloviyah>

**Справочники и энциклопедии:**

 Большой энциклопедический словарь/ Под ред. А.М. Прохоровой. – М., 1991.

 Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М., 1986.

**Диссертации и авторефераты:**

1. Гарматин А.А. Теоретические основы и принципы организации телевизионного интернет-вещания: диссертация [Электронный ресурс] диссертация. – Тольятти, 2005. / URL: <http://www.dissercat.com/content/teoreticheskie-osnovy-i-printsipy-organizatsii-televizionnogo-internet-veshchaniya>
2. Ильченко С. Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства: диссертация [Электронный ресурс]. – М., 2012. / URL: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=134>
3. Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации: автореф. дисс. канд.филол.наук [Электронный ресурс]. – Казань, 2007. / URL: <http://cheloveknauka.com/intervyu-portret-kak-tip-kommunikatsii#ixzz3b0fPoll3>

 Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Воронеж, 2011.

**Список использованных видеоматериалов:**

 ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 19.02.2015 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-dmitriy-malikov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-19-02-2015>

ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 28.05.2015 с Сергеем Шнуровым. [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-sergey-shnurov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-28-05-2015>

 ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 26.10.2016 с Александром Гордоном [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-aleksandr-gordon-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-26-10-2016>

 ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 01.11.2016 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-leonid-agutin-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-01-11-2016>

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 21.02.2017 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3or3L8iDOF4>

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 25.04.2017 с рэпером Noize MC [Электронный ресурс]. / URL: https://www.youtube.com/watch?v=zM0yFRn4vNA

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 02.05.2017 с рэпером Гуфом [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fcW8p345I1E>

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 16.05.2017 с Максимом Фадеевым [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fcW8p345I1E>

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 30.05.2017 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tRVyA5LrOEA>

 Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Dn2UFOM70>

**Сайты:**

 Как Юрий Дудь создал один из самых сильных персональных брендов в медиа // сайт «РБК» [Электронный ресурс]. / URL: [https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415](https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415https%3A//www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415)

 Instagram-аккаунт Юлии Меньшовой [Электронный ресурс]. / URL: <https://www.instagram.com/p/BX3LdBQFpDM/?hl=ru> (дата обращения: 26.04.2018)

1. Ильченко С. Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства в 2 частях [Электронный ресурс]. – М., 2012. Режим доступа: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=134> (дата обращения: 20.11.2017). [↑](#footnote-ref-1)
2. Латенкова В.М. Актуальные аспекты интернетизации современного телевидения: диссертация [Электронный ресурс]. – М., 2012. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/aktualnye-aspekty-internetizatsii-sovremennogo-televideniya#ixzz4xfLeyCp7> (дата обращения: 19.11.2017). [↑](#footnote-ref-2)
3. Гарматин А.А. Теоретические основы и принципы организации телевизионного интернет-вещания: диссертация [Электронный ресурс]. – Тольятти, 2005. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/teoreticheskie-osnovy-i-printsipy-organizatsii-televizionnogo-internet-veshchaniya> (дата обращения: 19.11.2017). [↑](#footnote-ref-3)
4. Симкачева М.В. [Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя](https://scholar.google.ru/scholar?oi=bibs&cluster=3381081223665511415&btnI=1&hl=ru) // Ученые записки Казанского университета [Электронный ресурс]. – Казань, 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-konvergentsii-smi-i-ego-vliyanie-na-formirovanie-sovremennogo-mediapolya> (дата обращения: 19.11.2017). [↑](#footnote-ref-4)
5. Янчева Н. Ю. Автопортрет в интервью: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Воронеж 2011. С. 3. [↑](#footnote-ref-5)
6. Лукина М. М. Технология интервью: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]. М.: Аспект Пресс, 2003. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_08> (дата обращения: 21.02.2018). [↑](#footnote-ref-6)
7. Большой энциклопедический словарь / Под ред. А. М. Прохоровой. – М., 1991. С. 495. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – М., 1986. С. 216. [↑](#footnote-ref-8)
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М., 2000. С. 80. [↑](#footnote-ref-9)
10. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: учебник Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во МГУ, 2002. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm> (дата обращения: 21.02.2018). [↑](#footnote-ref-10)
11. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. С. 16. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ким М.Н. Жанры современной журналистики. – М., 2004. C. 164. [↑](#footnote-ref-12)
13. Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве (учебное пособие). – СПб., 2003. С.19. [↑](#footnote-ref-13)
14. Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации: автореф. дисс. канд.филол.наук [Электронный ресурс]. – Казань, 2007. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/intervyu-portret-kak-tip-kommunikatsii#ixzz3b0fPoll3> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-14)
15. Шестеркина Л. П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]. – М.: Аспект Пресс, 2012. Режим доступа: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/shestjorkina.htm> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-15)
16. Янчева Н.Ю. Автопортрет в интервью: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Воронеж 2011. С.5. [↑](#footnote-ref-16)
17. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во МГУ, 2008. Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-17)
18. Там же. [↑](#footnote-ref-18)
19. Там же. [↑](#footnote-ref-19)
20. Там же. [↑](#footnote-ref-20)
21. Там же. [↑](#footnote-ref-21)
22. Лукина М. М. Технология интервью: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс]. – М.: Аспект Пресс, 2003. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_08> (дата обращения: 21.02.2018). [↑](#footnote-ref-22)
23. Мельник Г. С. Общение в журналистике: секреты мастерства2-е изд., перераб [Электронный ресурс]. – СПб.: Изд-во Питер, 2008. Режим доступа: <http://litresp.ru/chitat/ru/%D0%9C/meljnik-galina-sergeevna/obschenie-v-zhurnalistike-sekreti-masterstva> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-23)
24. Хлызова А.А. Обновление системы телевизионных жанров в современных медиаусловиях // Журналистский ежегодник [Электронный ресурс]. 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/obnovlenie-sistemy-televizionnyh-zhanrov-v-sovremennyh-mediausloviyah> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-24)
25. Месеняшина Л.А. Категория формата и «Методологический порядок изучения языка» // Вестник Челябинского государственного университета №5 [Электронный ресурс]. –Челябинск, 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-formata-i-metodologicheskiy-poryadok-izucheniya-yazyka> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-25)
26. Новикова А.А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 10. – М., 2010. С. 58.**ьтернатива телевизионной программе в жанре интервьюформации;поговорим в следующем параграфе. й - сетевым.нал распространения. Тр** [↑](#footnote-ref-26)
27. Фридунбекова Г. С. [Трансформация интервью от жанра к формату в электронных средствах информации](http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v26/part_1/45.pdf)// Научный вестник Международного гуманитарного университета Серия «Филология» №32 [Электронный ресурс]. – Одесса, 2018. Режим доступа: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v26/part_1/45.pdf> (дата обращения: 23.02.2018). [↑](#footnote-ref-27)
28. Кемарская И. Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 6. – М., 2010, C. 67. [↑](#footnote-ref-28)
29. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. – М., 2010. - №6. С. 42 [↑](#footnote-ref-29)
30. Там же. [↑](#footnote-ref-30)
31. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2000. С. 48. [↑](#footnote-ref-31)
32. Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных телепередач: сущностные характеристики формата ток-шоу // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, Журналистика №3 [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во МГУ, 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-klassifikatsii-sovremennyh-teleperedach-t-suschnostnye-harakteristiki-formata-tok-shou> (дата обращения: 13.04.18). [↑](#footnote-ref-32)
33. Лащук, О.Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия: 10. Журналистика №10. – М., 2010. С. 35. [↑](#footnote-ref-33)
34. Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия: 10. Журналистика, № 6. – М., 2010. C. 66. [↑](#footnote-ref-34)
35. Хлызова А. А. Телевидение в условиях конвергенции СМИ на современном этапе // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки [Электронный ресурс]. – Казань, 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-v-usloviyah-konvergentsii-smi-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 24.04.2018). [↑](#footnote-ref-35)
36. Будолак М. С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике / отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб., 2009. С. 15. [↑](#footnote-ref-36)
37. Муха А.В., Кихтан В.В. Блоги и СМИ: сходства и различия // Международный студенческий научный вестник [Электронный ресурс]. – 2014. Режим доступа: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11814> (дата обращения: 25.04.2018) [↑](#footnote-ref-37)
38. Пак Е.М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СПбГУ. Серия: 9. Филология. Востоковедение. Журналистика, №2: Сб. Статей [Электронный ресурс]. – СПб., 2011. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-tvorcheskoy-deyatelnosti-zhurnalista> (дата обращения: 24.04.2018). [↑](#footnote-ref-38)
39. Демченков С. А., Заднепрянская А. С. Видеоблоги как разновидность новых медиа: проблемы типологии // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра [Электронный ресурс]. – СПб, 2015. Режим доступа: <http://www.gup.ru/events/news/smi/smi_2015.pdf>

(дата обращения: 24.04.2018). [↑](#footnote-ref-39)
40. Красноярова О.В. Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики // Вопросы теории и практики журналистики [Электронный ресурс]. – 2013. – № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/grazhdanskaya-zhurnalistika-kak-stimul-razvitiya-professionalnoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 24.04.2018). [↑](#footnote-ref-40)
41. Муха А.В., Кихтан В.В. Блоги и СМИ: сходства и различия // Международный студенческий научный вестник [Электронный ресурс]. – 2014. – № 1. Режим доступа: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11814> (дата обращения: 25.04.2018) [↑](#footnote-ref-41)
42. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_61798/#p186. (дата обращения: 24.04.2018). [↑](#footnote-ref-42)
43. Instagram-аккаунт Юлии Меньшовой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/BX3LdBQFpDM/?hl=ru> (дата обращения: 26.04.2018) [↑](#footnote-ref-43)
44. Сайт «Первого канала» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski> (дата обращения: 26.04.2018). [↑](#footnote-ref-44)
45. Как Юрий Дудь создал один из самых сильных персональных брендов в медиа // сайт «РБК» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415](https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415https%3A//www.rbc.ru/magazine/2017/06/592555cc9a7947d4c8585415) (дата обращения: 26.04.2018). [↑](#footnote-ref-45)
46. ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 19.02.2015 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-dmitriy-malikov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-19-02-2015> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-46)
47. ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 01.11.2016 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-leonid-agutin-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-01-11-2016> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-47)
48. ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 28.05.2015 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-sergey-shnurov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-28-05-2015> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-48)
49. Там же. [↑](#footnote-ref-49)
50. ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 26.10.2016 с Александром Гордоном [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-aleksandr-gordon-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-26-10-2016> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-50)
51. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 30.05.2017 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=tRVyA5LrOEA> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-51)
52. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 02.05.2017 с рэпером Гуфом [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=fcW8p345I1E> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-52)
53. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Dn2UFOM70> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-53)
54. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 16.05.2017 с Максимом Фадеевым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=fcW8p345I1E> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-54)
55. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 25.04.2017 с рэпером Noize MC [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=zM0yFRn4vNA (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-55)
56. ТВ-программа «Наедине со всеми». Выпуск от 28.05.2015 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-sergey-shnurov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-28-05-2015> (дата обращения: 28.04.2018). [↑](#footnote-ref-56)
57. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 21.02.2017 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3or3L8iDOF4> (дата обращения: 28.04.2018). [↑](#footnote-ref-57)
58. ТВ-программ «Наедине со всеми». Выпуск от 19.02.2015 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-dmitriy-malikov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-19-02-2015> (дата обращения: 28.04.2018). [↑](#footnote-ref-58)
59. ТВ- программа «Наедине со всеми». Выпуск от 28.05.2015 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi/vypuski/gost-sergey-shnurov-naedine-so-vsemi-vypusk-ot-28-05-2015> (дата обращения: 28.04.2018). [↑](#footnote-ref-59)
60. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 21.02.2017 с Сергеем Шнуровым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=3or3L8iDOF4> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-60)
61. Евсеева И. В. Вопросы нетикета: обращение на «ты» и «вы» в интернет-сети // Вестник КемГУ, №4. 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/voprosy-netiketa-obraschenie-na-ty-i-vy-v-internet-seti> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-61)
62. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Dn2UFOM70> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-62)
63. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 30.05.2017 с Дмитрием Маликовым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=tRVyA5LrOEA> (дата обращения: 27.04.2018). [↑](#footnote-ref-63)
64. Там же. [↑](#footnote-ref-64)
65. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 27.02.2018 с Леонидом Агутиным [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Dn2UFOM70> (дата обращения: 28.04.2018). [↑](#footnote-ref-65)
66. Там же. [↑](#footnote-ref-66)
67. Там же. [↑](#footnote-ref-67)
68. Там же. [↑](#footnote-ref-68)
69. Там же. [↑](#footnote-ref-69)
70. Там же. [↑](#footnote-ref-70)
71. Там же. [↑](#footnote-ref-71)
72. Там же. [↑](#footnote-ref-72)
73. Там же. [↑](#footnote-ref-73)
74. Там же. [↑](#footnote-ref-74)