

Авторский YouTube-проект «Осторожно, Собчак!»: модификация в период пандемии

Научный руководитель – Лепилкина Ольга Ивановна

Гореликова Валерия Максимовна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра средств массовой информации, Ставрополь, Россия

E-mail: lookteva@gmail.com

На платформе YouTube появляются русскоязычные проекты, не уступающие по просмотрам телевизионным. Таковым можно считать канал «Ксения Собчак», где зрителям представлен видеоконтент в разных журналистских жанрах - интервью, документальные фильмы, круглые столы и др. Канал был создан 11 октября 2017 года. На момент исследования на канал подписано 1,82 млн человек.

В рамках нашего исследования мы на основе сравнительно-сопоставительного метода выявили изменения в канале за период с ноября 2019 г. по ноябрь 2020 года.

YouTube-канал Ксении Собчак является востребованным как в до, так и в пандемийное время. Данный вывод можно сделать на основе пользовательской реакции на исследуемые видео: среднее количество лайков в выпуске составило 36100, дизлайков - 8719, комментариев - 8531, среднее число просмотров всех роликов равно 1 950 055.

Первое изменение коснулось структуры канала. Автор YouTube-канала выпускала в исследуемый период программу «Осторожно, Собчак!», выходящую на канале с 28 января 2019 года, и запустила проекты «Осторожно: новости!» и «Собчак.ДОК». Всего было размещено 67 видео, суммарное время которых составляет 80 часов 40 минут 30 секунд. По нашим подсчетам, в «Осторожно, Собчак!» было 40 выпусков (33 интервью, 4 круглых стола, 3 документальных фильма с этой заставкой), в «Осторожно: новости!» - 18 выпусков, в «Собчак.ДОК» - 7, без каких-либо заставок - 1 видео с дебатами Ксении Собчак и Любви Соболь, 1 документальный фильм.

Еще одна модификация коснулась творческого коллектива канала. Участие в роликах теперь принимала не только сама журналистка, но и ее коллеги - Александр Макашенец, Сергей Ерженков, а также специальные гости-эксперты, беседу с которыми проводила либо Ксения, либо ее сотрудники.

Нами было выявлено, что в видеороликах, опубликованных с 23 апреля 2020 года, ведущая и некоторые герои программы появляются в кадре со средствами индивидуальной защиты: масками, перчатками, антисептиками, так как во всем мире усиливается пандемия коронавируса. Первое упоминание о Covid-19 произошло в выпуске с Ильёй Хржановским, у которого автор канала - Ксения Собчак - брала интервью.

Тема коронавируса широко раскрыта в документальном фильме о том, как ведут себя жители России во время пандемии. В интервью журналистка вопросы по данной проблеме задавала крайне редко, в основном, если ей хотелось узнать о вирусе и его влиянии на знаменитостей, либо в качестве «вставки»-предупреждения зрителей о том, что выпуск был сделан до карантина, либо вообще не затрагивая данный вопрос.

До 1 апреля 2020 года видеоролики имели черно-красную заставку, агрессивную и устрашающую видом журналистки с цепями. После - в выпусках зрителю представлены позитивные цвета, пастельные тона, героиней заставки становится собака, ведущая беседует с другой участницей. Можно сказать, что Собчак символизирует себя с этим

персонажем, так как в своём шоу она берет интервью и задаёт острые вопросы. Позже - собака скалится, и на экране отображается текстовое название видеоролика. Помимо этого, у Ксении Собчак появляется мерч с изображением собаки-логотипа, представленного в выпусках.

При анализе типологии гостей, мы выявили, что в проекте «Осторожно, Собчак!» самой молодой участницей программы была 23-летняя Ника Никульшина, а самым старшим - 71-летний российский кинокритик Виктор Матизен. Средний возраст участников составил 43 года, что на 1 год больше, чем в прошлых «допандемийных» выпусках. Чаше участие принимали в шоу мужчины (36 чел.), нежели женщины (33 чел.). В основном, возраст гостей был 35-49 лет, что говорит о том, что это опытные люди, которые уже добились некоторых успехов в жизни и могут поделиться своими знаниями с аудиторией.

Наш анализ показал, что тематическое пространство шоу, в основном, строится через отдельную личность и её взглядов на ту или иную ситуацию. Основными тематическими блоками были: личная жизнь; политика; кино; карьера; музыка; светская жизнь; права геев в РФ; мода; итоги года.

При анализе профессий гостей нам было выявлено, что преобладающее количество приглашенных были медийными личностями. По числу: журналисты (как пишущие, так и теле- и радиоведущие), актеры и актрисы, бизнесмены, художники, ювелиры, моделиеры, стриптизёры, врачи, блогеры, певцы и певицы, политики, продюсеры, режиссеры, дизайнеры, кинокритики, модели.

«Осторожно: новости!» выходил еженедельно. В выпусках этого проекта ведущая представляла свою точку зрения на происходящие события. Помимо них, журналистка создавала эксклюзивы, набирающие рекордное количество просмотров на канале - 8 266 726 (на 21 ноября 2020 г.) в выпуске с Екатериной Варнавой, нечасто дающей интервью. К таким привлекательным темам также можно отнести и выпуски с Тарзаном и Наташей Королёвой, где пара после громкого скандала объясняла зрителям свою позицию. В ходе исследования установлено, что самым непопулярным был видеоролик дебатов Ксении Собчак с Любовью Соболь, который набрал 496 601 человек. Этот выпуск уникален, поскольку общение с героиней происходило в форме дебатов и в прямом эфире.

Учёный Р. А. Джалилов, считает, что YouTube сегодня - это «конвейер продаж», обладающий возможностями как для продвижения самих блогеров, так и для рекламирования товаров и услуг многочисленных брендов [1]. «Живой» канал Ксении Собчак привлекает множество рекламы, которую она активно использует в видеороликах, тем самым получая от созданного контента доход.

Таким образом, можно сказать, что выпуски на канале «Ксения Собчак» в 2019-2020 гг. модифицируются: создаются новые проекты, которые привлекают зрителей. Это доказывают цифры, показывающие рост просмотров и подписчиков. Контент, создаваемый журналисткой и ее расширенной командой, теперь ориентирован на большую часть аудитории, что может привлечь пользователей, которым интересны разные сферы жизни. СМИ иногда цитируют выпуски Ксении Собчак, а число подписчиков на платформе растет, что говорит о том, что YouTube-канал развивается, несмотря на эпидемиологическую обстановку, и по-прежнему является полноценным масс-медиа, востребованным аудиторией.

Источники и литература

- 1) Джалилов Р.А. Видеохостинг «YouTube» как пространство размещения рекламы // Челябинский гуманитарий. – 2020. – №1 (50). – С. 51-55.