

Коммуникативные стратегии интервьюеров в российских блогах (на примере Надежды Стрелец, Светланы Бондарчук и Лауры Джугелия)

Научный руководитель – Перепечина Галина Викторовна

Нестерова Ева Ивановна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: kutovaia.eva@gmail.com

Исследование является актуальным, так как необходимо отразить новые тенденции в современном подходе к интервью, внедренным в интернет-пространство, проанализировать новые коммуникативные подходы, которые необходимы для удержания лояльной аудитории и привлечения новой в нестабильном интернет-пространстве. Интернет меняет конъюнктуру телевизионных жанров, позволяя реализовывать более свободные стратегии ведения беседы ввиду отсутствия ограничений со стороны редакционной политики телеканала.

Были проанализированы интервью, выходявшие с 2020 по 2024 гг.: 10 интервью на YouTube-канале «Надежда Стрелец», 3 интервью на YouTube-канале «Света вокруг света» и 4 интервью на YouTube-канале «FameTimeTV». Критерии отбора интервью: хронометраж – не менее 50 минут; не менее 70 тысяч просмотров на момент отбора (декабрь 2024 года).

По результатам анализа интервью трех ютуб-каналов можно выделить общие характеристики в коммуникативных стратегиях интервьюеров в видеоблогинге.

- 1) Позитивный образ героя: интервьюеры целенаправленно создают исключительно положительный образ гостя, избегая критики или конфронтации. Хотя обсуждение определенных конфликтов возможно, оно является исключением, а не правилом.
- 2) Необычное сопровождение: для повышения зрительского интереса используются нестандартные приемы: смена локаций во время съемки, смена нарядов ведущего.
- 3) Отсутствие скандала: главной целью интервью является не разоблачение или компрометация героя, а установление дружеской и доверительной атмосферы.
- 4) Подстраивание к аудитории: интервьюеры активно учитывают интересы и предпочтения своей аудитории, что позволяет им формировать контент, который максимально резонирует с пожеланиями зрителей. Это также способствует созданию более интимной и доверительной атмосферы.
- 5) Структурирование интервью: несмотря на свободный стиль ведения беседы, интервьюеры часто имеют четкую структуру вопросов, которая помогает направлять разговор и обеспечивает логичное развитие темы.
- 6) Использование визуальных и аудиовизуальных эффектов: использование музыки, спец-эффектов помогает удерживать внимание зрителей и делает контент более привлекательным.
- 7) Тематика и актуальность: интервью часто сосредоточены на современных проблемах и актуальных социальных темах, что позволяет поддерживать интерес зрителей и привлекать новую аудиторию.

- 8) Личностный подход: интервьюеры стремятся раскрыть личные истории и опыт своих гостей, что делает беседу более человечной и для зрителей.
- 9) Постоянное обновление формата: каналы регулярно экспериментируют с новыми форматами и стилями ведения интервью, что позволяет им оставаться актуальными и привлекать внимание новой аудитории.
- 10) Социальные сети как дополнительный канал информирования: интервьюеры активно используют социальные сети для продвижения своих выпусков, что способствует увеличению охвата и вовлеченности аудитории.

Тактики и приемы, которые использует интервьюеры:

- 1) Неформальное общение: интервьюеры используют обращение на «ты», создавая непринужденную и дружескую атмосферу.
- 2) Поддержка и комплименты: они часто выражают согласие с точкой зрения гостя, используют комплименты, что способствует созданию комфортной обстановки для беседы.
- 3) Тактика перевоплощения: интервьюеры, играя роль «Ребенка» (по типологии Э. Берна), задают много как будто наивных вопросов. В основном данная тактика используется для того, чтобы интервьюируемый подробнее объяснил тему, описал свои переживания, если речь идет о каком-то событии.
- 4) Частое использование стратегии согласия: прежде чем задать вопрос, интервьюеры соглашались с точкой зрения героя, а затем задают уточняющие или провокационные вопросы с целью увеличить шансы на откровенный ответ на эти вопросы.
- 5) Невербальная коммуникация: открытые позы, улыбка и активная жестикуляция подчеркивают заинтересованность и создают атмосферу доверия и взаимопонимания.
- 6) Использование личных историй и примеров: интервьюеры часто делятся своими собственными историями или переживаниями, что помогает установить эмоциональную связь с собеседником и делает разговор более личным и интересным для зрителей.
- 7) Использование юмора: интервьюеры могут применять юмор для разрядки обстановки и создания более легкой атмосферы, что способствует более открытому и расслабленному общению.
- 8) Акцент на эмоциональную составляющую: интервьюеры стремятся выявить эмоции собеседника, задавая вопросы о его чувствах и переживаниях, что делает разговор более глубоким.

Исследование демонстрирует разнообразие и эффективность различных коммуникативных стратегий в российских блогерских интервью. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования обучения журналистов и специалистов в области онлайн-коммуникаций, а также для разработки более эффективных стратегий коммуникации в онлайн-среде.

Источники и литература

- 1) Антонова Л.Г., Башловкина Ю.А. Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube // Социальные и гуманитарные знания. – 2018. - №2. – С. 185-190.
- 2) Вит Н., Харитоновна М. Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телеинтервью // Сборник научных статей по философии и филологии. – 2004. - №6. – С. 32.

- 3) Сипко Е.С. Популярность влогов в информационном пространстве России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. – 2017. - №4. – С. 20-25.
- 4) Телевизионная журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Ю.И. Долговой, Г.В. Перипечиной. – М.: Аспект Пресс, 2021.