

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 070:316.776

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-389-399>

Шифр научной специальности 5.9.9



## Сетевое интервью в прямом эфире: форматы и особенности коммуникации

Дарья Константиновна Лаптиева  

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

394018, Российская Федерация, г. Воронеж, Университетская площадь, 1

 [sdcfj@yandex.ru](mailto:sdcfj@yandex.ru)

### Аннотация

**ВВЕДЕНИЕ.** Развитие технического прогресса привнесло в современную журналистику множество возможностей, особенно значимым событием стало появление Интернета. В последние 10–15 лет происходит активное развитие сетевого пространства, а его пользователи всё чаще становятся авторами контента – блогерами. Жанр интервью на протяжении долгого времени и до сих пор является одним из самых популярных и востребованных в журналистике, а теперь и в блогинге. Интервью адаптируется под новые условия существования, особенно явно трансформируются его видеоформаты. Цель исследования – изучить и теоретически осмыслить особенности интервью в прямом эфире, а также варианты взаимодействия в нём ведущего и аудитории. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Материалом исследования являются трансляции интервью, прошедшие в прямом эфире. Используются общенаучные методы: теоретический синтез литературы, посвящённой вопросам генезиса жанра интервью и явления прямого эфира, их современному этапу развития, а также описаны просмотренные видеоматериалы. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Выявлено, что сетевое интервью в прямом эфире имеет несколько парадоксов. Во-первых, в кадре находится только один человек, что нарушает, казалось бы, одно из основных требований к интервью – наличие как минимум двух собеседников. Во-вторых, ведущий и автор программы является не интервьюером, как это было, например, на телевидении, а интервьюируемым. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Разговор и коммуникация собеседников в описанных условиях всё ещё может являться разновидностью интервью, а его проведение возможно благодаря большой интерактивности видеоформата в Сети.

**Ключевые слова:** интервью, прямой эфир, онлайн-трансляция, сетевое пространство, Интернет, Ютьюб

**Благодарности.** Благодарю многоуважаемого рецензента данного текста за ценные советы и профессиональные комментарии, предоставленные в ходе рецензирования статьи.

**Финансирование.** Это исследование не получало внешнего финансирования.

**Вклад автора:** Д.К. Лаптиева – разработка концепции исследования, сбор и анализ научной литературы, обработка данных, написание черновика рукописи, оформление рукописи статьи в соответствии с требованиями редакции, доработка рукописи.

**Конфликт интересов.** Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

**Для цитирования:** Лаптиева Д.К. Сетевое интервью в прямом эфире: форматы и особенности коммуникации // Неофилология. 2025. Т. 11. № 2. С. 389-399. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-389-399>

ORIGINAL ARTICLE

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-389-399>

OECD 5.08; ASJC 3315



## Live online interview: formats and features of communication

Darya K. Laptieva  

Voronezh State University

1 Universitetskaya Sq., Voronezh, 394018, Russian Federation

 [sdcfj@yandex.ru](mailto:sdcfj@yandex.ru)

### Abstract

**INTRODUCTION.** The development of technological progress has brought a variety of opportunities in the contemporary journalism, and the most significant event was the emergence of Internet. For the rest 10–15 years, the network space has been actively developing, and its users have been becoming content makers – bloggers, more frequently. The interview genre has been and remains the most popular in journalism, and now in blogging. Interview is adapting to the new conditions, especially its video formats. The purpose of the study is to examine and theoretically comprehend the features of live interview, and the variants of interaction between the host and the audience. **MATERIALS AND METHODS.** The study uses live broadcasts of the interview as the material of research. The following scientific methods are used in the study: a theoretical synthesis of literature devoted to the genesis of the interview genre and the phenomenon of live television, their current stage of development, as well as describes the viewed video materials. **RESULTS AND DISCUSSION.** It was revealed that live online interview has several paradoxes. Firstly, only one person is being present in the frame, which contradicts with one of the main requirements of the interview – the presence of at least two people. Secondly, the host and the author of the program is not the interviewer, as it used to be on the television, but an interviewee. **CONCLUSION.** The conversation and communication of the interlocutors in such conditions can still be considered a kind of interview, and its conduct is possible due to the high interactivity of the video format on the web.

**Keywords:** interview, live broadcast, online broadcast, network space, Internet, YouTube

**Acknowledgments.** I would like to thank the esteemed reviewer of this text for valuable advice and professional comments provided during the review of the article.

**Funding.** This research received no external funding.

**Author's Contribution:** D.K. Laptieva – research concept development, scientific literature collection and analysis, data processing, original draft preparation, manuscript preparation in accordance with the Editorial requirements, manuscript revision.

**Conflict of Interests.** The author declares no relevant conflict of interests.

**For citation:** Laptieva, D.K. Live online interview: formats and features of communication. *Neofilologiya = Neophilology*, 2025;11(2):389-399. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-389-399>

### ВВЕДЕНИЕ

Технический прогресс, безусловно, оказал влияние на журналистику, в частности на способы сбора, анализа, распространения и потребления информации. Переход от печатных изданий к цифровым платформам стал

одним из самых значимых изменений. Появление Интернета позволило мгновенно распространять информацию, в том числе и в режиме реального времени, а это, в свою очередь, оказало влияние на жанры и форматы. Интервью во все времена журналистской деятельности было востребованным среди

авторов, популярностью оно пользуется и у зрителей в настоящее время, особенно в формате видео.

Цель исследования – изучить особенности интервью в прямом эфире, а также варианты взаимодействия в нём ведущего и аудитории.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Эмпирической базой исследования стали записи онлайн-трансляций на видеохостинге «Ютуб» на канале «FreshLife28» в количестве семи видео, вышедшие в 2024 г. Выбор сделан в пользу данного канала, так как его выпуски фигурировали в разделах «Сейчас в эфире» и «Недавние трансляции» – алгоритмы «продвинули» именно этот контент, что указывает на их зрительскую популярность и актуальность. Отметим, что поиск осуществлялся без привязки к аккаунту автора, то есть без учёта системой его предпочтений. Также при выборе мы ориентировались исключительно на русскоязычный сегмент контента для беспрепятственного просмотра и полного понимания содержания. Определяющим фактором стало наличие в трансляции чата для вопросов и комментариев, что и позволило выполнить работу.

Описать и теоретически осмыслить просмотренный контент помогли исследования предшественников, изучающих интерактивность, прямые трансляции и интервью в целом – Е.Е. Абросимовой, А.В. Колесниченко, О.В. Витченко, Д.В. Руденкина (см.: [1–3]), А.М. Шестериной [4–6].

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Само по себе явление прямого эфира не ново. Как известно, уже в 30-х гг. XX века, на заре развития телевидения, проходили первые прямые трансляции. Они велись из студий в телецентрах и могли быть показаны только благодаря большому количеству аппаратуры и обученного персонала. Первая крупная выездная передача сигнала состоялась в Берлине<sup>1</sup> на Олимпийских играх

1936 г. – на тот момент одна из сложнейших телевизионных работ. В трансляции были задействованы десятки телекамер, применялся способ аэросъёмки, использовались передвижные кинолаборатории и, конечно же, разбирающиеся в последних технических достижениях специалисты.

И лишь относительно недавно, около 20 лет назад, у людей появилась возможность беспрепятственно создавать и транслировать видеоконтент, ранее кажущийся сложным в производстве [5, с. 43]. В настоящее время технологии дошли до того уровня, когда прямой эфир может запустить каждый человек, находясь практически в любой точке мира, используя для этого всего две вещи – гаджет с видеокамерой и Интернет. Онлайн-трансляция стала популярным решением в современной журналистике, это обусловлено рядом её характеристик.

**Немедленность и актуальность.** Прямой эфир позволяет передавать события в режиме реального времени, что особенно важно в условиях быстро меняющегося информационного пространства, когда аудитория стремится получать новости «здесь и сейчас». Он обеспечивает немедленный доступ к событиям, будь то пресс-конференция, стихийное бедствие, торжественное мероприятие или «лайфстайл».

**Взаимодействие с аудиторией.** Зрители могут задавать вопросы, делиться своим мнением и участвовать в обсуждениях темы в реальном времени. От написания комментария до его трансляции в эфире проходят считанные секунды, ни один другой формат не обладает настолько оперативной обратной связью. Это действие стало доступно благодаря внедрению в трансляцию чатов и комментариев. Интерактивность позволяет авторам лучше понимать интересы своей аудитории и создавать контент, который запрашивает аудитория, что благоприятно влияет на статистические данные канала-транслятора.

**Демократизация источников информации.** Любой человек с доступом к Интернету может провести прямой эфир и поде-

<sup>1</sup> Olympic Games Berlin 1936 // Olympic Games, Medals, Results & Latest News. URL: <https://olympics.com/ru/olympic-games/berlin-1936>

[pics.com/ru/olympic-games/berlin-1936](https://olympics.com/ru/olympic-games/berlin-1936) (accessed: 03.08.2024).

литься своими новостями, ему необязательно быть журналистом или блогером. Это означает, что каждая персона может высказать своё субъективное мнение, и за этой позицией не будет стоять политика той или иной редакции. Развитие сетевого контента позволило частично ликвидировать монополию традиционных СМИ на распространение информации [2, с. 131]. Здесь возникает другой вопрос – насколько рядовой пользователь Интернета без наработанной аудитории будет «смотрибелен» в прямом эфире и насколько его мнение будет авторитетным? Однако это никак не мешает ему создавать контент и распространять его. Ярko прослеживается тенденция превращения видеоблогов в один из важных жанров социальной коммуникации [3, с. 68].

**Психология зрителя.** Во время онлайн-трансляции зрители получают максимальную вовлечённость в событие. Создаётся ощущение непосредственного присутствия – зритель и автор контента находятся в одном и том же месте, в одно и то же время, их разделяют не километры расстояния, а всего лишь тонкий экран. Под местом в данном случае понимается тот или иной интернет-ресурс. Так как любое место в Интернете, включая трансляцию прямого эфира, имеет свою ссылку, то действительно можно говорить, что все его участники одновременно находятся по одному адресу, пусть и электронному.

Диалог, присутствующий в ряде прямых эфиров, – старейшая форма человеческой коммуникации, а ей, в свою очередь, присуща потребность «гармоничного общения»<sup>2</sup>. Проблема гармонизации стала особенно актуальной в конце 90-х гг. XX века во времена перехода от монологического типа речевой культуры к диалогическому [7, с. 88].

И одной из жанровых разновидностей диалога является интервью. Интервью как жанр впервые появляется в американской прессе в середине XIX века<sup>3</sup>, а как способ

получения информации использовался гораздо раньше. И до настоящего времени интервью не утратило своей востребованности. Классическое понятие жанра звучит так: «интервью – предназначенная для печати (или передачи по радио, телевидению) беседа с каким-н. лицом»<sup>4</sup>. Отражая нормы современной реальности, в перечень предназначенный можно добавить Интернет. Технические возможности начала XXI века разнообразили форматную вариативность интервью. Однако суть явления осталась неизменной – это всё также ответы одной персоны на вопросы от другой. Благодаря силе гибкости, универсальности и узнаваемости жанр интервью получил виток в развитии, в частности в Сети [8, с. 56].

Возможность проведения прямых трансляций на видеохостинге «Ютьюб» появилась в 2011 г. «Ютьюб» – самая популярная в мире платформа для распространения видеоконтента<sup>5</sup>. Изначально прямые эфиры тестировались в бета-версии, а затем стали полноценной частью сервиса. «Ежедневно пользователи «Ютьюб» просматривают более 2 миллиардов видеороликов. Многие из них посвящены событиям, которые вы хотели бы наблюдать в режиме реального времени. Мы не могли не учесть ваши пожелания и провели прямые трансляции целого ряда событий, в том числе концертов, спортивных мероприятий и интервью. Однако это происходило не на регулярной основе. Сегодня мы с радостью объявляем о запуске YouTube Live – первого сервиса, который позволит интегрировать в платформу «Ютьюб» инструменты для организации прямых трансляций», – заявили Джошуа Сигел, менеджер по продуктам, и Кристофер Хэмилтон, менеджер по маркетингу продуктов компании «Ютьюб»<sup>6</sup>.

Cultural Turn in the Study of Arts. M. Kemperink, H. Hoën (Eds). Leuven; Paris; Dudley, MA: Peeters, 2008. 214 p.

<sup>4</sup> Толковый словарь Ожегова онлайн: сайт. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=10005> (дата обращения: 03.08.2024).

<sup>5</sup> Mediascope: Интернетом в России пользуются 80 % населения старше 12 лет // Mediascope. 08.05.2022. URL: <https://mediascope.net/news/1460058/> (дата обращения: 03.08.2024).

<sup>6</sup> Прямые трансляции на YouTube // Официальный блог Google Россия. URL: <https://russia.googleblog.com/2011/04/youtube.html> (дата обращения: 07.08.2024).

<sup>2</sup> Болотнова Н.С. Гармонизация речевого общения // Эффективное речевое общение (базовые компетенции). Красноярск, 2012. С. 98-99.

<sup>3</sup> Broersma M. The Discursive Strategy of a Subversive Genre. The Introduction of the Interview in US and European Journalism. In: Vision in Text and Image. The

Говоря о классическом интервью, мы подразумеваем беседу двух людей, где на ответы гостя отводится 70–90 % времени<sup>7</sup>, в специально оборудованной студии, и запись процесса на видео с помощью профессионального оборудования. Объёмные телевизионные интервью, как правило, не выходят в эфир в режиме онлайн – они подвергаются монтажу. Соответствовать строго определённым хронометражу, который нужно соблюсти с точностью до секунд, в прямом эфире довольно сложно. Сетевые же интервью имеют более свободную временную вариативность. Их монтаж происходит скорее по смысловым нуждам. Поэтому интервью в прямом эфире в современном сетевом пространстве не являются редкостью. Но тем не менее онлайн режим накладывает на авторов особую ответственность – необходимо внимательно следить за ходом разговора и умело направлять его в нужное русло, оперировать фактами и информацией. Использование прямого эфира требует от ведущих адаптации и гибкости в подходах к работе.

Современные сетевые интервью могут нарушать правила своего жанра и при этом всё ещё оставаться собой. Здесь одновременно существуют две тенденции: индивидуализация и массовизация [9, с. 17]. Во-первых, в видеointerview в прямом эфире может находиться всего один человек. Во-вторых, интервьюируемых может быть больше одного, кроме того – их количество не ограничено и может исчисляться десятками и даже сотнями человек. По большому счёту это обезличенный, потоковый и массовый вопрошающий. Отсутствие авторитетной личности интервьюера (или её неузнаваемость среди прочих) позволяет говорить об отсутствии «эффект интервьюера» [10] в разговоре, что делает его более честным.

Всё это стало возможно благодаря выходу на новый уровень интерактивного виртуального пространства [11, с. 125] и, в частности, экранных интервью. Интернет-пространство в целом существует при условии активной человеческой деятельности [12, с. 174]. Интерактивность – понятие, которое

раскрывает характер и степень взаимодействия между объектами<sup>8</sup>, это качество имманентно присуще сетевой среде [4, с. 663]. Если видео, которые аудитория видит с экранов телевизора, – это готовый материал, взаимодействовать с которыми практически никак нельзя, то ряд видео в Интернете позволяет зрителю стать полноправным участником контента. Именно интерактивность в современных медиа способствует диалогическому общению и выстраиванию более близких и доверительных отношений собеседников, что благоприятно отражается в борьбе авторов за первенство по охвату аудитории [13, с. 129].

Так, прямые трансляции на платформе «Ютьюб» оснащены чатом с функцией комментирования – каждый зарегистрированный на платформе зритель эфира может что-либо написать. Часто в таких чатах аудитория делится эмоциями от эфира, общается между собой и задаёт вопросы автору контента. Часть прямых эфиров строится именно на том, что человек в кадре, который является ведущим, отвечает на вопросы из чата от зрителей. Такой контент можно в полной мере назвать разновидностью интервью, потому что в нём присутствует главная черта жанра: диалоговый характер беседы, в которой интервьюируемый отвечает на вопросы.

В рамках исследования мы проанализировали выпуски трансляций, проходящих на Ютьюб-канале «FreshLife28»<sup>9</sup>, посвящённом информации о здоровом образе жизни и психологии. Подписчиками канала являются более 950 тысяч человек, а формат прямых эфиров реализуется на платформе на протяжении 6 лет. Автором и ведущим канала является Антон Петряков – популярный фитнес-тренер, блогер и писатель, автор книги «FreshLife28. Как начать новую жизнь в понедельник и не бросить во вторник». За годы существования канала в эфир вышло более 280 трансляций.

<sup>8</sup> Витченко О.В. Интерактивность как одно из основных требований к современным электронным образовательным ресурсам // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 4-1. С. 66-68. <https://elibrary.ru/ralqol>.

<sup>9</sup> Freshlife28 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@Freshlife28> (дата обращения: 09.08.2024).

<sup>7</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 179 с.

Важно отметить, что в данной работе понятия «прямого эфира», «онлайн-трансляции» и «стрима» по смысловому значению равны и используются для обозначения одного явления. Аналогично называет свои выпуски и сам автор канала.

Коммуникация в Сети, с одной стороны, отличается от коммуникации в жизни офлайн – она более свободная и в то же время необязывающая к взаимодействию и построению диалога, с другой стороны – напоминает устную речь, которая варьируется в зависимости от окружающих условий и обстановок.

В начале разговора, онлайн или офлайн, люди, как правило, здороваются. Прямые эфиры на «Ютьюб» не являются исключением. Например, Антон Петряков приветствует своих зрителей устно, а они пишут в чат: *привет; здравствуйте; всем доброго времени суток!!!; на связи; добрый вечер; здравствуйте вам каждому; всем турбо салют; доброго здравия, господа здравомыслищие*<sup>10</sup>. При этом автор канала здоровается в начале стрима, а комментаторы делают это в разное время: одни, кто подключается в самом начале, также приветствуют сразу; вторые – по мере своего присоединения к эфиру; третьи – по мере того, как задают вопрос. Часть зрителей и вовсе «безмолвна» – люди не здороваются и ничего не пишут в чат, это распространённое явление в сетевой среде, не относящееся к девиантному поведению и считающееся вариантом нормы.

Так как выпуск прямых трансляций на исследуемом канале стабилен, они проходят практически еженедельно, автор имеет свою постоянную аудиторию – среднее число зрителей составляет порядка 14 тысяч человек. Кроме того, одно из исследований компании Google, проводимое в 2018 г., показывает, что молодое поколение предпочитает получать информацию в видеоформате – 80 % из них используют «Ютьюб» для приобретения новых знаний<sup>11</sup>.

Одной из особенностей выбранного ютьюб-канала является то, что его ведущий намеренно частично ограничил возможность комментирования трансляции: «стрим сможет смотреть любой человек, любой подписчик, который зашёл на канал, даже тот, кто не подписан, но комментировать, задавать вопросы могут люди, у которых есть стаж подписки от шести месяцев»<sup>12</sup>. Автор поясняет, что сделал такие ограничения в ряде эфиров для своей «продвинутой аудитории» – постоянные зрители могут потерять интерес к контенту при прослушивании известной им информации, которую регулярно хотят получить новенькие. В преимущественном большинстве остальных эфиров возможность комментирования в чате появляется, если пользователь подписан на канал как минимум 5 минут. Полагаем, что данное ограничение необходимо для того, чтобы минимизировать присутствие ботов в чате и избежать рассылки ими спама.

После приветствия ведущий переходит к основной цели интервью – ответам на вопросы от зрителей. Все вопросы, которые задаёт один человек другому, в том числе и в рамках интервью, можно классифицировать. В данном исследовании мы обратимся к классификации вопросов А.В. Колесниченко<sup>13</sup>. Глобально все вопросы делятся на открытые, подразумевающие развёрнутый ответ, и закрытые с односложным ответом.

*Сухость это только низкоуглеводка?; ролики по КИ ещё будут?; у тебя есть постоянный напарник в зале?; есть ли польза нервной системе от приёма 5-Нтр?*<sup>14</sup> – закрытые вопросы, ответить на которые можно «да» или «нет». Однако автор канала предпочитает избегать таких ответов и дополняет своё мнение какой-либо фразой, чтобы дать более развёрнутый экспертный ответ.

Открытые вопросы в свою очередь можно разделить на управляющие, поведенческие и предметные. К управляющим вопро-

<sup>10</sup> FreshStream #279 // YouTube. URL: [https://www.youtube.com/live/OxQH0pb7D9E?si=aNVH G09IZwg\\_ihUw](https://www.youtube.com/live/OxQH0pb7D9E?si=aNVH G09IZwg_ihUw) (дата обращения: 13.08.2024).

<sup>11</sup> Generation Z Media & Values study / Google, Ipsos Connect. USA, May, 2018.

<sup>12</sup> FreshStream #279 // YouTube. URL: [https://www.youtube.com/live/OxQH0pb7D9E?si=aNVH G09IZwg\\_ihUw](https://www.youtube.com/live/OxQH0pb7D9E?si=aNVH G09IZwg_ihUw) (дата обращения: 13.08.2024).

<sup>13</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика.

<sup>14</sup> Орфография и пунктуация комментаторов чата сохранены.

сам относятся открывающие, переходные, фильтрующие, утверждающие и когнитивные, к поведенческим – суггестивные, вопросы-ловушки, намекающие, усилительные и провоцирующие, а к предметным – фактицирующие, оценивающие, интроспекционные, проективные, гипотетические.

Проанализировав вопросы, которые зрители задают во время трансляции, можем отметить, что в исследуемом формате интервью отсутствуют управляющие вопросы. Это обусловлено тем, что в данном виде разговора нет необходимости вести «нить» разговора, плавно переходить от темы к теме и выстраивать логическую цепочку, так как в роли интервьюеров выступает большое количество человек, которых интересуют вопросы разного характера. Так, первым в стриме был вопрос: *здравствуйте, подскажите что делать если грудные [мышцы] разных размеров?* А следом за ним были напечатаны: *планируете ролик про когнитивную модель КПП? и как улучшить траекторию движения в жиме лёжа левая рука ниже правой.* Не нужно быть глубоко погруженным в спортивную тему человеком, чтобы понять тематически разрозненный характер вопросов. Антон Петряков в аналогичном стиле даёт ответы – обособленный ответ на каждый вопрос без каких-либо связующих элементов между ними.

Более того, во время эфира нормальным явлением считаются длительные паузы, которые ничем не перекрываются. Это происходит, когда в чате нет вопросов или автор читает несколько и выбирает наиболее интересный. В классических телевизионных интервью долгое молчание в кадре недопустимо. В виде исключения выступают лишь несколько случаев, например, чтобы не перебивать эмоции героя или настроить его на продолжение ответа. Всё остальное время ведущий должен строить беседу так, чтобы в ней совмещались определённая динамика и плавность.

Поведенческие вопросы, служащие для манипулирования собеседником, провоцирования его на определённые действия и эмоции, также отсутствуют. Вероятно, их пуб-

ликацию не допускают модераторы, чтобы автор не поддавался провокациям.

Данный тип интервью содержит преимущественно предметные вопросы. Так, например, довольно часто в чате задают фактицирующие вопросы, их цель – узнать информацию о конкретном предмете или явлении. *Сухость это только низкоуглеводка? кофе и железо както связаны?; какую формулу для расчёта КБЖУ советуете?; какие аминокислоты выбрать после тренировки. БЦАА или ЕАА? – вопросы, ответ на которые просветит зрителей на определённую тему.* Блогер в данном случае выступает как эксперт, а аудитория обращается к его авторитетному мнению.

Оценочные же вопросы необходимы для того, чтобы узнать сугубо личное мнение конкретной личности на какую-либо тему: *как вы относитесь к подходу можно есть всё, но осознанно, в меру; все книги Талеба стоит прочитать?; становая тяга после 45 лет, норм?*

Наличие в чате только определенных видов вопросов вполне обосновано – зрители, как правило, либо хотят услышать ответ эксперта по той или иной теме, либо узнать личное мнение интересующей персоны. Именно это обуславливает преимущество предметных и оценочных вопросов. Сетевое пространство в целом, как мы отмечали ранее, довольно персонифицировано, для него характерна повышенная модальность – здесь принято транслировать информацию «от себя». Видеооблог можно даже сравнить с публичным личным дневником, в котором автор высказывает своё мнение и делится мыслями.

Интервьюируемый может отвечать не на все вопросы, присылаемые в чат. Во-первых, он может просто не захотеть поднимать какую-либо тему в связи с личным нежеланием, сложностями объяснения или незнанием ответа – для авторского блога такое поведение является нормальным. Во-вторых, в потоке записей вопрос может «ускользнуть от глаз» и остаться незамеченным.

Выступление в прямом эфире — это дополнительная ответственность, не дающая права на ошибку. Чтобы внимание ведущего не рассеивалось, ничего не должно отвлекать

его от эфира. В том числе и лишние сообщения в чате, которые противоречат политике ютьюб-канала или даже законодательству Российской Федерации. Для устранения нежелательного поведения зрителей в чате присутствуют модераторы. Среди прочих комментаторов их имена выделяются синим цветом, и рядом располагается иконка гаечного ключа, что у активных пользователей Интернета ассоциируется с «техподдержкой». Модераторы помогают пользователям разбираться с технической частью – подсказывают зрителям, как избавиться от неполадок с эфиром или задать вопрос. Кроме того, на «Ютьюб» модераторы бывают стандартные и ведущие. Стандартный модератор может: переходить на каналы участников, чтобы узнать о них больше, прежде чем выполнить какое-либо действие; удалять сообщения, которые сочтёт неприемлемыми или потенциально оскорбительными (в таком случае из чата навсегда удаляется не только само сообщение, но и ответы на него); ограничивать отдельным пользователям доступ к чату на срок от 10 секунд до 24 часов; блокировать пользователей (их сообщения в чате и комментарии к видео на канале будут скрыты); проверять потенциально недопустимые сообщения (они отправляются на проверку согласно заданным настройкам, а после неё модератор может запретить или разрешить их публикацию). Ведущий модератор, помимо перечисленного выше, также может: задавать настройки по умолчанию, которые в зависимости от заданных параметров будут определять в комментариях спам, саморекламу, бессмысленный текст и другой неприемлемый контент; включать и выключать чат; ограничивать участие в чате, например, разрешить писать в него только подписчикам, спонсорам или одобренным пользователям; включать задержку сообщений (можно задать период между двумя сообщениями одного участника); добавлять слова в чёрный список; управлять стандартными модераторами<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Как модерировать чат и комментарии // Справка – YouTube. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/10888907?hl=ru&co=GENIE.Platform%3DAndroid> (дата обращения: 16.08.2024).

Работа специалистов техподдержки, пусть и удалённая, напоминает работу съёмочной команды, когда ведущий занимается исключительно ведением контента, а за техническую часть отвечают другие люди. Это, даже по словам самого ведущего, очень облегчает процесс ведения эфира. В качестве модераторов выступают лица, которым автор доверяет и назначает на роль лично.

После того, как зрители отправляют свои комментарии в чат, сообщения отображаются в хронологическом порядке. На вопросы закрытого типа, как и отмечают теоретические источники, блогер отвечает односложно и быстро: – *Спирулина и ДЗ совместимы? – Да*. Но эти же вопросы можно отнести и к альтернативному типу [14, с. 80], так как отвечающий, в зависимости от желания, может давать не только однозначный ответ, но и дополнять его объяснением. Вопросы открытого типа могут обсуждать как несколько секунд, так и порядка минуты – однако ведущий старается давать конкретные ответы, чтобы охватить во время эфира наибольшее количество вопросов.

Так как блогер не является профессиональным журналистом и представителем какого-либо бренда или компании, его поведенческие характеристики влияют исключительно на его личную репутацию, что указывает на персонифицированность данного жанра [6, с. 141] и «ренессанс индивидуальности» [15, с. 209].

Здесь же отметим, что поведение мужчины в эфире эмоционально стабильно, его речь ясная, чёткая и быстрая, однако, не всегда соответствует строгим литературным нормам русского языка. В устной обыденной речи допустимо использование разговорных слов, например: *алкашка, колбасило, бабки, не парьтесь, бодрячок*. Кроме того, в одном из прямых эфиров<sup>16</sup> автор заявляет: «я матом ругаюсь мало». Действительно, обсценная лексика присутствует в ответах блогера, но он ею не злоупотребляет. Интернет, в частности видеохостинг «Ютьюб», в отличие от

<sup>16</sup> Первый стрим для продвинутых зрителей // YouTube. URL: [https://www.youtube.com/live/r44lWI\\_v1f8](https://www.youtube.com/live/r44lWI_v1f8) (дата обращения: 16.08.2024).

телевизионных каналов, допускает использование ненормативных слов.

Неидеальная и неподготовленная речь указывает на то, что ведущий ведёт себя открыто перед аудиторией, не боится сказать что-то не то или не так. В Сети прослеживается тенденция спада на идеальную картинку, на смену приходит естественный, живой и искренний контент [1, с. 209]. Кроме того, со своими зрителями блогер зачастую общается на «ты» – это становится понятно исходя из его обращений к комментаторам и ответов на вопросы: *ты уверен?; понимаешь?; Николай, никто тебе никогда об этом не скажет.* Коммуникативный набор ведущего и аудитории позволяет охарактеризовать их диалог как неформальный, но без строгих нарушений личностных границ.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ современных экранных сетевых интервью позволил нам описать их особенности и даже выявить феномены. Конкретный пример показывает, что, с одной стороны, блогер в кадре является ведущим – обозначает тему разговора, начинает и заканчивает его, но, с другой стороны, он же является и интервьюируемым – отвечает на вопросы зрителей-комментаторов, а не задаёт их, как принято в классическом варианте. В данном случае роль ведущего не приравнивается к роли интервьюера, соответственно, он те-

ряет некоторые функции. Например, в классическом интервью интервьюер может помочь собеседнику сформулировать вопрос или выразить мысль [16, р. 96], в исследуемом же интервьюеры выполняют лишь одно действие – задают вопросы.

Так, роли интервьюера и интервьюируемого оказались подвижны – в печатных или телевизионных форматах интервью такое явление было невозможным. Кроме того, массовая аудитория, которая много десятков лет выступала исключительно в качестве зрителей, теперь может быть причастной к созданию контента и управлять ходом и содержанием видеоинтервью. Это стало возможно благодаря техническому развитию видеохостингов и сетевого пространства в целом, а также гибкости и подвижности жанра интервью, который смог адаптироваться под запросы современных потребителей.

На основании всех вышеизложенных особенностей современного интервью в онлайне мы можем выделить новый формат в системе классификации жанра: «интервью в формате стрима». Также сформулируем определение понятию: интервью в формате стрима – разновидность сетевого видеоинтервью, проходящего в режиме прямого эфира, в котором главное лицо, ведущий, является интервьюируемым, а в качестве многочисленных интервьюируемых, количество которых может исчисляться даже сотнями и тысячами, выступают зрители и комментаторы эфира.

## Список источников

1. Абросимова Е.Е., Малахова В.Р. Видеоблогосфера: социально-психологический аспект // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2021. Т. 13. № 3. С. 207-216. <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2021-3/207-216>, <https://elibrary.ru/hlghni>
2. Абросимова Е.Е., Филипова А.Г. Рейтинг популярных видеоблогеров: взгляд современных подростков // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2022. № 2 (61). С. 131-137. <https://doi.org/10.24866/1998-6785/2022-2/131-137>, <https://elibrary.ru/hkrezi>
3. Руденкин Д.В., Грушевская В.Ю. Основные векторы анализа видеоблогов в современной социально-гуманитарной науке // Теория и практика общественного развития. 2021. № 11 (165). С. 67-72. <https://doi.org/10.24158/tipor.2021.11.9>, <https://elibrary.ru/kbdddww>
4. Шестерина А.М. Аудитория видеоблогов как криэйтор медиадискурса // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т. 41. № 4. С. 662-669. <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-4-662-669>, <https://elibrary.ru/vtdayv>
5. Шестерина А.М. Видеоблогинг как платформа популяризации ценностей культуры // Этнопсихология. 2022. № 3 (10). С. 41-50. <https://doi.org/10.31249/epl/2022.03.03>, <https://elibrary.ru/pcmfhfhu>

6. Шестерина А.М. Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 140-146. <https://elibrary.ru/eqgsjv>
7. Болотнова Н.С. Гармонизация общения участников интервью в авторской телевизионной программе: коммуникативно-прагматический и регулятивный аспекты // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2023. № 1 (225). С. 86-94. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2023-1-86-94>, <https://elibrary.ru/txfauy>
8. Бейненсон В.А. Трансформация жанра интервью в YouTube: типология экспериментальных форматов // Вопросы журналистики. 2022. № 11. С. 54-70. <https://doi.org/10.17223/26188422/11/3>, <https://elibrary.ru/ccykvс>
9. Попова С.Ю., Селезнёва А.В. Социально-политическая и гражданская активность молодёжи: между массовизацией и индивидуализацией // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2021. Т. 10. № 1 (37). С. 12-22. <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2021-10-1-12-22>, <https://elibrary.ru/frvdzu>
10. Градюшко А.А. Платформа YouTube как площадка для массмедиа: оценка эффективности // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2019. № 2 (225). С. 63-69. <https://elibrary.ru/itmizs>
11. Комилов К.И. Интерактивные особенности «Новых медиа» // Учёные записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Серия гуманитарно-общественных наук. 2019. № 3 (60). С. 125-128. <https://elibrary.ru/tcibgr>
12. Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики. Москва; Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2019. 334 с. <https://elibrary.ru/jmjkk>
13. Бычкова М.Б. Современный видеоблог: причины популярности и жанровое многообразие // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2019. № 1 (60). С. 127-131. <https://elibrary.ru/wtadsl>
14. Высоцкая И.В. Альтернативный вопрос в YouTube-интервью: лингвистический, прагматический, когнитивный аспекты // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2022. Т. 21. № 6. С. 79-88. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2022-21-6-79-88>, <https://elibrary.ru/yqgbyf>
15. Абросимова Е.Е., Малахова В.Р. Видеоблогосфера: социально-психологический аспект // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2021. Т. 13. № 3. С. 207-216. <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2021-3/207-216>, <https://elibrary.ru/hlghni>
16. Jankowicz D. Sociality and negotiation in the research grid interview // Personal Construct Theory & Practice. 2019. Vol. 16. P. 94-99. <http://dx.doi.org/10.69995/YGLC4086>

#### References

1. Abrosimova E.E., Malakhova V.R. Video blogosphere: socio-psychological aspect. *Territoriya novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ehkonomiki i servisa = The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2021, vol. 13, no. 3, pp. 207-216. (In Russ.) <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2021-3/207-216>, <https://elibrary.ru/hlghni>
2. Abrosimova E.E., Filipova A.G. Rating of popular video bloggers: the view of modern teenagers. *Oikumena. Regionovedcheskie issledovaniya = Ojkumena. Regional Researches*, 2022, no. 2 (61), pp. 131-137. (In Russ.) <https://doi.org/10.24866/1998-6785/2022-2/131-137>, <https://elibrary.ru/hkrczi>
3. Rudenkin D.V., Grushevskaya V.Yu. Major conceptual approaches of video blog analysis in modern socio-humanitarian science. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2021, no. 11 (165), pp. 67-72. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/tipor.2021.11.9>, <https://elibrary.ru/kbdddww>
4. Shesterina A.M. Videoblog audience as media discourse creator. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaviya = Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2022, vol. 41, no. 4, pp. 662-669. (In Russ.) <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-4-662-669>, <https://elibrary.ru/vtdayv>
5. Shesterina A.M. Videoblogging as a platform for popularization cultural values. *Ethnopsikholingvistika = Ethnopsycholinguistics*, 2022, no. 3 (10), pp. 41-50. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/epl/2022.03.03>, <https://elibrary.ru/pcmfnhu>

6. Shesterina A.M. Genre aspect of forming an online public image of videoblogger. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2020, no. 1 (35), pp. 140-146. (In Russ.) <https://elibrary.ru/eqgsjv>
7. Bolotnova N.S. Harmonization of communication of the interview participants in author's TV program: communicative-pragmatic and regulative aspects. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2023, no. 1 (225), pp. 86-94. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2023-1-86-94>, <https://elibrary.ru/txfauy>
8. Beinenson V.A. The transformation of the YouTube interview genre: a typology of experimental formats. *Voprosy zhurnalistiki = Russian Journal of Media Studies*, 2022, no. 11, pp. 54-70. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/26188422/11/3>, <https://elibrary.ru/ccykvc>
9. Popova S.Yu., Selezneva A.V. Socio-political and civil activity of young people: between massification and individualization. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Educational Acmeology. Developmental Psychology*, 2021, vol. 10, no. 1 (37), pp. 12-22. (In Russ.) <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2021-10-1-12-22>, <https://elibrary.ru/frvdzu>
10. Gradyushko A.A. YouTube platform as area for mass media: efficiency mark. *Trudy BGTU. Seriya 4: Print-i mediatekhnologii = Proceedings of BSTU. Issue 4. Print- and Mediatechnologies*, 2019, no. 2 (225), pp. 63-69. (In Russ.) <https://elibrary.ru/itmizs>
11. Komilov K.I. Interactive features of new media. *Uchenye zapiski Khudzhandskogo gosudarstvennogo universiteta im. akademika B. Gafurova. Seriya gumanitarno-obshchestvennykh nauk = Scientific Notes of Khujand State University Named After Academician B. Gafurov. Series of Humanities Sciences*, 2019, no. 3 (60), pp. 125-128. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tcibgr>
12. Grabel'nikov A.A., Gegelova N.S. *Screen Communication and Visualization of Journalism: History and Modernity*. Moscow, Berlin, Directmedia Publ., 2019, 334 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jmjkk>
13. Bychkova M.B. Modern video blog: the reasons of its popularity and genre multiplicity. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya = Herald of Tver State University. Series: Philology*, 2019, no. 1 (60), pp. 127-131. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wtadsl>
14. Vysotskaya I.V. The alternative question in YouTube-interview: linguistic, pragmatic and cognitive aspects. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya = Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2022, vol. 21, no. 6, pp. 79-88. (In Russ.) <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2022-21-6-79-88>, <https://elibrary.ru/yqgbyf>
15. Abrosimova E.E., Malakhova V.R. Video blogosphere: socio-psychological aspect. *Territoriya novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ehkonomiki i servisa = The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2021, vol. 13, no. 3, pp. 207-216. (In Russ.) <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2021-3/207-216>, <https://elibrary.ru/hlghni>
16. Jankowicz D. Sociality and negotiation in the research grid interview. *Personal Construct Theory & Practice*, 2019, vol. 16, pp. 94-99. <http://dx.doi.org/10.69995/YGLC4086>

#### Информация об авторе

ЛАПТИЕВА Дарья Константиновна, научный сотрудник кафедры общего языкознания и стилистики, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0003-3509-449X>, [sdcfj@yandex.ru](mailto:sdcfj@yandex.ru)

Поступила в редакцию 25.09.2024

Поступила после доработки и рецензирования 15.01.2025

Принята к публикации 06.03.2025

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

#### Information about the author

**Darya K. Laptieva**, Research Scholar of General Linguistics and Stylistics Department, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0003-3509-449X>, [sdcfj@yandex.ru](mailto:sdcfj@yandex.ru)

Received 25.09.2024

Approved after reviewing and revision 15.01.2025

Accepted 06.03.2025

The author has read and approved the final manuscript.