



оригинальная статья

eLibrary EDN: CJZPVL

Эволюция интервью как сетевого диалогического медиаформата

Соломин Валентин Евгеньевич

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 7057-1424

<https://orcid.org/0000-0001-5631-2394>

solominve@yandex.ru

Пикулина Анастасия Михайловна

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

Аннотация: Цель – выявить особенности эволюции интервью как сетевого диалогического медиаформата. На примере канала «Осторожно: Собчак» на платформе YouTube анализируются ключевые этапы трансформации жанра интервью с 2018 по 2024 г. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом популярности сетевых интервью, которые благодаря своей гибкости и мультимедийности стали одним из ведущих форматов видеоблогинга в русскоязычном сегменте. В работе проводится различие между понятиями *жанр* и *формат*, где жанр определяется устойчивыми содержательными и композиционными признаками, а формат – динамичным способом репрезентации контента, адаптирующимся под задачи коммуникации и особенности платформы. Исследование базируется на контент-анализе 85 выпусков интервью, охватывающих различные тематические и хронологические периоды: становление жанра (2018–2019 гг.), его расцвет (2020–2021 гг.) и адаптация к «новой реальности» (2022–2024 гг.). Выделены формообразующие элементы: насыщенный видеоряд с яркими цитатами, закадровые съемки, использование нескольких локаций, игровые рекламные интеграции, а также структурные особенности (приветствие, рассказ о герое). Доказано, что на начальном этапе интервью тяготело к телевизионным стандартам, отличаясь сдержанностью и ограниченным хронометражем. В период расцвета формат стал перенасыщаться мультимедийными элементами, частой сменой локаций и высокотехнологичной рекламой. В последние годы наблюдается переход к более сдержанному, акцентному использованию формообразующих приемов, где редакторский контроль и авторский стиль становятся определяющими. Практическая значимость работы заключается в выявлении специфики редакторской работы и технологий подготовки интервью как сложного медиапродукта, что позволяет прогнозировать дальнейшие тенденции развития диалогических форматов в цифровой среде.

Ключевые слова: интервью, диалогический медиаформат, сетевое интервью, мультимедийность, жанр, формат, трансформация медиа

Цитирование: Соломин В. Е., Пикулина А. М. Эволюция интервью как сетевого диалогического медиаформата. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 3. С. 303–314. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-303-314>

Поступила в редакцию 21.06.2026. Принята после рецензирования 14.07.2026. Принята в печать 20.07.2026.

original article

Evolution of the Interview as a Online Dialogical Media Format

Valentin E. Solomin

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 7057-1424

<https://orcid.org/0000-0001-5631-2394>

solominve@yandex.ru

Anastasia M. Pikulina

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Abstract: The interview is a online dialogic media format that evolves by adjusting to the modern media environment. Today, online interviews are a leading format for video blogging in the Russian-speaking segment due to their flexibility and multimedia capabilities. Focusing on the *Ostorozhno: Sobchak* YouTube channel, the author analyzes the key stages of the interview between 2018 and 2024 as a genre and a format. The genre exhibits stable content and compositional features, while the format represents a dynamic presentation of content that adapts to communication tasks and platform features. The study covered 85 interviews on a wide variety of topics, tracing the genre of online interview from its emergence (2018–2019) to its peak (2020–2021) and adaptation to the "new reality" (2022–2024). The format depends on the following elements: a robust video sequence with vivid quotes, voice-overs, multiple locations, gamified advertising integrations, and mandatory structural features (greeting, the interviewee's story, etc.). Initially, the online interview was restrained and short, influenced by television standards. During its heyday, it became oversaturated with multimedia elements, frequent location shifts, and high-tech advertising. Today, it is shifting toward a more restrained and focused use of formative techniques, characterized by strict editorial control and a distinct authorial style. Editorial work and modern interview technologies transform the online interview into a complex media product, making it possible to predict future trends in dialogue formats within the digital environment.

Keywords: interview, dialogical media format, online interview, multimedia, genre, format, media transformation

Citation: Solomin V. E., Pikulina A. M. Evolution of the Interview as a Online Dialogical Media Format. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(3): 303–314. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-3-303-314>

Received 21 Jun 2026. Accepted after review 14 Jul 2026. Accepted for publication 20 Jul 2026.

Введение

Медиаформаты активно развиваются и адаптируются под новые способы распространения. Они характеризуются множеством уникальных признаков, что делает их список открытым и постоянно обновляемым. Медиаформаты объединяют в себе видео, звук, текст и графику, что делает их мультимедийными; и их можно встретить на разнообразных платформах, включая социальные сети, видеохостинги, блоги и мессенджеры.

Формат диалога служит потребностям непосредственного живого общения. Диалогическая речь – естественная форма речи, она возникает при общении двух или нескольких собеседников и состоит в основном в обмене репликами. Отличительными чертами диалога считаются эмоциональный контакт говорящих, их воздействие друг на друга мимикой, жестами, интонацией и тембром голоса, а также

ситуативность, т.е. предмет или тема обсуждения существуют в совместной деятельности или непосредственно воспринимаются.

В случае медиаформата диалогическая речь в наибольшей мере представлена в форматах интервью, ток-шоу, уличных опросах, подкастах, интерактивных текстах, допускающих комментарии читателей, викторинах и др. Таким образом, диалогическим медиаформатом предлагаем считать медиаконтент, в основе которого общение двух или более людей в форме диалога [Голев, Ким 2023].

В центре нашего исследования находится интервью как сетевой диалогический медиаформат. Актуальность работы заключается в том, что с февраля 2017 г. формат интервью получил новый виток развития (в силу своей гибкости и универсальности, но при этом узнаваемости зрителем), особенно

в русскоязычном сегменте видеохостинга YouTube. С этого момента количество выпускаемого контента в формате интервью дошло до невероятных значений, аудитории проектов растут, что позволяет сделать вывод о появлении так называемого российского сегмента видеоблогинга. При этом русскоязычный сегмент YouTube стал лишь стартовой площадкой, сегодня проекты в формате интервью успешно развиваются на таких платформах, как Rutube и VK Видео.

Стремление найти свою нишу и увеличить просмотры вместе с аудиторией приводит к трансформации интервью как диалогического медиаформата: оно становится экспериментальным и значительно отличается от привычного телевизионного интервью. Нам удалось проследить, как из формата разговора на определенную тему интервью превратилось в дорогой, визуально насыщенный продукт, подготовленный командой профессионалов, а интервьюер стал самостоятельной медийной персоной.

Цель исследования – выявить особенности эволюции интервью как сетевого диалогического медиаформата. Задачи:

- 1) изучить особенности медиаформата, разграничить понятия *формат* и *жанр*;
- 2) определить свойства интервью как вида сетевого диалогического медиаформата;
- 3) выявить признаки эволюции данного формата в русскоязычном сегменте видеохостинга YouTube.

Новизна исследования актуализирует отсутствие достаточной теоретической базы по изучению особенностей поэтапного развития сетевого медиаформата интервью. Также остаются неизученными формообразующие элементы интервью и их наличие в разные периоды времени с точки зрения использования: видеоряд с яркими отрывками интервью, закадровые съемки подготовки к записи и закадровый разговор интервьюера и гостя выпуска, упаковка продукта, хронометраж, использование мультимедийных элементов при монтаже выпуска, особенности рекламной интеграции. Для медиасферы это имеет особое значение, поскольку традиционная теория жанров журналистики рассматривает интервью преимущественно как вербальный обмен вопросами и ответами. Исследование форматаобразующих элементов разрушает эту парадигму. Внедрение видеоряда с яркими фрагментами, закадровых съемок, частных разговоров ведущего и гостя превращает жанр из чисто коммуникативного акта в мультимедийный формат.

В таких условиях журналист (автор) становится архитектором сложного аудиовизуального опыта, а не просто модератором беседы.

Подходы к пониманию жанра и формата в современной журналистике

При рассмотрении категорий жанра и формата мы столкнулись с их тесной взаимосвязью, которая помогает описать многие аспекты журналистской работы. Жанр задает направление, стиль, структуру и содержание журналистского материала, являясь своеобразным типом или категорией текста с уникальными особенностями и правилами изложения. К примеру, жанровые разновидности в журналистике включают в себя заметки, репортажи, аналитические статьи, обзоры и пр. Формат же определяет, как именно будет представлена информация в журналистском материале, выбирая наиболее подходящий способ ее подачи.

Функциональный набор элементов, входящих в состав формата, может включать музыку, звуковые спецэффекты, видеоролики, графические изображения и пр. Такой набор инструментов применяется для формирования уникальной атмосферы и создания особого впечатления. К примеру, информационные материалы, интервью и аналитические обзоры могут быть представлены в формате текста, аудиозаписей или видеороликов. С прогрессом цифровых технологий и распространением социальных сетей на сцену выходят инновационные форматы, такие как видеоблоги, подкасты, интерактивные диаграммы и пр., которые (хотя и не являются самостоятельными жанрами) функционально и структурно пересекаются с ними.

Понятие жанра (фр. *genre* – род, вид) остается неизменным: это устойчивые типы произведений, объединенных тематикой, стилем и композицией. «Содержание термина "формат" (лат. *forma* – форма), напротив, до сих пор достаточно размыто, несмотря на его активное использование в профессиональном лексиконе» [Онуприенко 2022: 464]. В целом под ним понимают способ организации контента.

«С разными подходами к проблеме соотношения понятий "формат" и "жанр" в науке и практической деятельности связаны четыре направления. Представители классической школы придерживаются теории жанров, считая дискуссию о форматах непродуктивной и псевдонаучной [Качкаева 2010]. Контент-менеджеры столь же категоричны: жанр архаичен и статичен, что делает его непригодным для современного конвейерного производства.

Третья сторона подвергает сомнению существование устойчивых жанров в журналистской практике, говоря об их гибридизации [Онуприенко 2022: 465]. Например, Л. П. Шестёркиной и М. Н. Булаевой разработана система интернет-жанров, основанных на тексте, изображении, видео или аудио [Шестёркина, Булаева 2015].

Характерные особенности онлайн-публикаций – мультимедийность, гипертекстуальность и интерактивность – представляют собой новые жанрообразующие признаки. А. Ю. Суворова считает жанры журналистики «пластичными» и «условными» и делит их на традиционные (репортаж, интервью) и новые (лонгрид и другие продукты мультимедийной журналистики) [Суворова 2017].

Наконец, четвертая группа исследователей признает самостоятельность понятий *жанр* и *формат* и стремится к их дифференциации и «примирению». Так, Г. В. Лазутина отмечает, что формат выступает не только как способ организации контента, но и как инструмент развития всей системы массовой коммуникации, и подчеркивает необходимость дальнейших научных исследований, которые позволят получить репрезентативный массив суждений о проблеме и прийти к выводу, который может быть принят в качестве конвенции [Лазутина 2010]. Данный подход представляется нам наиболее продуктивным. По мнению Н. В. Куницыной, медиаформат – это стилевой облик медиапродукта [Куницына 2013]. При этом речь идет о новой технологии медийной деятельности, которая добавляет новаций в уже хорошо известную схему функционирования медиа [Пастухов 2015].

Итак, формат представляет собой элементы, которые возникают в зависимости от ситуации и постоянно преобразуются, в то время как жанр определяется как постоянное сочетание формальных и содержательных характеристик произведения. Под форматом подразумевается «способ репрезентации жанра на различных каналах, для определенных целей и для реализации конкретных коммуникативных стратегий» [Онуприенко 2022: 471]. Жанровая структура устойчива и обладает определенной формальностью, в то время как формат отличается динамичностью и адаптивностью. Жанр формируется на базе развития характерных для него черт, а формат – на базе методов представления информации. «Формат – это внешняя форма представления контента, тогда как жанр – вид, группа произведений, имеющая устойчивое, постоянное единство признаков» [Там же: 469].

Наша точка зрения заключается в том, что процессы сокращения жанров до форматов и даже их слияние являются отражением стремления современных медиа найти наиболее эффективные методы общения с потребителями информации. Основная цель всех производителей массовой информации – это максимальное повышение эффективности в практическом аспекте. К тому же новые медиа, которые функционируют исключительно в рамках форматов, часто играют даже более важную роль, чем традиционные средства массовой информации (СМИ).

Интервью как сетевой медиаформат

Прогресс в области медиаиндустрии, особенно с расцветом видеоплатформ и социальных сетей, которые дают возможности для публикации видео, а также желание авторов получать доход от своих материалов оказали значительное воздействие на форматы материалов СМИ. Особенно заметные изменения коснулись формата интервью [Демидова 2025; Ерицян 2021; Лаптиева 2024; Садыкова, Шигабетдинова 2023], который до этого часто классифицировали как информационный. Монетизация видеоконтента перевела в центр общественного внимания авторские проекты многих профессиональных журналистов-интервьюеров.

Обратимся к семантике слова *интервью* (*interview*): оно состоит из префикса *inter*, который в переводе с английского языка означает взаимодействие, взаимонаправленность, и слова *view*, одно из значений которого – взгляд, мнение. Следовательно, интервью – обмен взглядами, фактами, сведениями. Это беседа журналиста с общественным деятелем по злободневным вопросам, имеющим общественный интерес.

Интервью на протяжении долгого времени остается одним из наиболее востребованных жанров журналистики. Ключевая особенность интервью заключается в организации самого процесса диалога и, как следствие, в способе получения информации. Так, С. Н. Ильченко определяет интервью как «акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом (*прим. авторов* – интервьюируемым) в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» [Ильченко 2016: 16]. Данное определение позволяет нам рассматривать интервью как сложную систему речевого взаимодействия и как перспективный сетевой медиаформат, получивший

развитие на цифровых платформах, не являющихся СМИ, поскольку, по мнению А. В. Колесниченко, в сетевых СМИ мультимедийный формат интервью представлен крайне слабо, его доля составляет менее 1 % от общего количества мультимедийных публикаций [Колесниченко 2023].

Вопросами эволюции и трансформации формата или в классическом представлении жанра интервью занимались разные исследователи [Ганюта 2024; Магомедова, Нурбагандова 2025], нас в большей степени интересует понимание сетевого медиаформата.

С развитием цифровых платформ существенно изменились принципы организации интервью. Их появление в сетевом формате привело к трансформации традиционных моделей коммуникации между журналистом, героем и аудиторией. На интернет-платформе появились новые условия для интервью, где нет редакционных ограничений и эфирных рамок.

А. Е. Дятлова и С. Н. Ильченко отмечают, что развитие интернет-коммуникации привело к активной трансформации диалогических форматов. По мнению исследователей, онлайн-среда предоставила участникам коммуникации «большую свободу выражения» [Дятлова, Ильченко 2023: 992], а также обеспечила возможностью быстрого и интерактивного обмена информацией. Кроме того, ученые отмечают, что теперь в интернет-диалогах участники могут «выражать свои эмоции и чувства более ярко и динамично» [Там же]. Отметим, что данная черта особенно заметна на платформе YouTube, где эмоциональная насыщенность является одним из главных способов привлечения внимания зрителей и их удержания в сформированной доверительной атмосфере.

Интервью на платформе YouTube отличается большей свободой в построении беседы. Журналист самостоятельно определяет ее продолжительность, композицию, эмоциональную тональность и другие важные аспекты интервью. В результате этого меняется и сама стратегия интервьюирования. Если раньше журналист сохранял нейтральную позицию профессионального посредника, то сейчас интервьюер становится активным участником общения.

В цифровой среде существенно меняется и характер коммуникации; ориентация прежде всего идет на создание естественного и доверительного разговора. Аудитория цифровых платформ ожидает открытости, эмоциональности и ощущения живого диалога. В цифровой среде интервьюер стремится создать атмосферу доверительного разговора,

который приближен к повседневной коммуникации. В таких интервью, как правило, используется обратная связь самого журналиста, его реакция и элементы спонтанного общения. Сегодня в цифровой среде интервью выглядит как искренний диалог, а не официальный медиапродукт.

Важную роль в онлайн-интервью играет личность ведущего. Журналист помимо грамотной организации интервью должен поддерживать динамику разговора, создавать комфортную атмосферу и удерживать внимание аудитории. Особенно ярко это проявляется в авторских YouTube-проектах, где стиль общения журналиста становится частью медиапродукта и влияет на восприятие интервью зрителями.

Как отмечают Л. Г. Антонова и Ю. А. Башловкина, в сетевом интервью удачно соединены возможности популярного классического интервью-беседы и видеотрансляции, что позволяет детально воспроизвести и сохранить все нюансы вербального и невербального диалога и добиться так востребованного сегодня в интернет-коммуникации «эффекта присутствия» [Антонова, Башловкина 2018].

В. Д. Миронов связывает популярность сетевых интервью с внушительной аудиторией, отсутствием ограничений в жанрах, форматах, способах выражения себя и своих мыслей [Миронов 2020].

Н. В. Яблоновская и коллеги, говоря об особенностях и популярности сетевого интервью, указывают на то, что мы имеем дело не с тем же самым традиционным жанром, а новым продуктом специфической среды, культуры и формы коммуникации, который отличает новый тип взаимоотношений между интервьюером и собеседником, большая свобода в выборе тем и формата общения, ориентация на эмоциональный отклик, неофициальность, человекоориентированность, наличие целого ряда технологических инноваций, направленных на установление обратной связи с аудиторией [Яблоновская и др. 2020].

Все исследователи сетевого формата интервью сходятся во мнении, что YouTube как площадка дает возможность для экспериментов, «поэтому тут появляются проекты..., которые не могли бы появиться на телевидении» [Бейненсон 2022: 66].

Особенности же трансформации формата заключаются, по мнению М. А. Магомедовой и Л. А. Нурбагандовой, в «интерактивности, простоте подачи информации, неформальном общении между ведущим и интервьюируемым, а также в "остроте" тем, никак не перекликающихся друг с другом» [Магомедова, Нурбагандова 2025: 61].

Трансформация интервью выражается в появлении новых форматов и стилей ведения интервью, адаптации под различные платформы, использовании интерактивных элементов. При этом сохраняются фундаментальные принципы качественного интервью [Турчанинова 2025].

Главные черты исследуемого формата – гибкость и адаптивность, способность развиваться в соответствии с требованиями времени и новыми технологическими возможностями. Сегодня благодаря интервью потребитель имеет возможность получить информацию «из первых рук», несмотря на наличие в нем некоторой доли субъективизма [Там же]. В данном случае субъективизм заключается в том, что, когда журналист оформляет полученную информацию в виде интервью и переносит на бумагу то, что сказал его собеседник, он пропускает эту информацию через себя, имея возможность отредактировать ее и изменить последовательность вопросов и ответов. Однако эта черта присуща в большей степени интервью в печатных СМИ, когда потребитель информации читает то, что слышал журналист, но в меньшей – радио и телевизионному интервью, а также интервью в видеоблогах, где тот же потребитель информации получает возможность слышать и видеть самостоятельно.

В формате диалога зритель не просто наблюдает и слышит то же, что и ведущий, но и принимает информацию непосредственно от источника, минуя интерпретацию журналиста. В такой ситуации, даже не участвуя в самом интервью, зритель становится его неотъемлемой частью, поскольку он сам фильтрует полученные данные через свой жизненный опыт, убеждения и понимание мира.

Однако именно формообразующие элементы диалогического медиаформата интервью показывают обратное. Со временем интервью перестает быть «чистым», записанный разговор авторы насыщают разного рода мультимедийными элементами, что может сказаться на чистоте восприятия беседы зрителем.

Сетевые интервью обрели невероятную популярность, став одним из самых востребованных видов контента. Видеоролики с интервью от профессиональных журналистов привлекают все больше зрителей, что вызывает интерес к причинам их успеха. Обычно популярность какого-либо тренда связана с его уникальными и запоминающимися чертами.

Интервью можно рассматривать как отдельный медиаформат или как метод сбора информации,

но мы акцентируем внимание на его диалоговой природе. Определение уникальных черт интервью в онлайн-пространстве критически важно для понимания особенностей этого формата.

Интервью как диалогический медиаформат остается одним из ведущих в современном медиапространстве и активно изучается. Однако, как и вся система российских медиа, этот формат претерпевает глубокие изменения, обусловленные появлением новых информационных каналов.

Сетевые интервью, размещенные на видеохостингах, существенно отличаются от традиционных телевизионных как по форме, так и по содержанию. Они превращаются из обычного диалога между журналистом и собеседником в насыщенный мультимедийный продукт.

Методы и материалы

Материалом исследования являются интервью, вышедшие на канале «Осторожно: Собчак» на платформе YouTube. Выбор канала и опубликованных интервью связан с уже закрепившейся известностью интервьюера для массовой аудитории. Выборка выпусков осуществлялась по нескольким критериям. Во-первых, для анализа отобраны выпуски, которые являются одними из самых просматриваемых за все время существования канала, во-вторых, проанализированы тематические выпуски интервью (история, наука, красота, литература, музыка, кинематограф). Кроме того, нас интересовали выпуски, опубликованные в трех временных промежутках времени:

- 1) 2018–2019 гг. (начало популярности медиаформата интервью на платформе YouTube);
- 2) 2020–2021 гг. (расцвет формата);
- 3) 2022–2024 гг. (время «новой реальности», которое пришло с началом проведения специальной военной операции).

Всего проанализировано 85 интервью.

Такой подход позволил нам проследить эволюцию интервью как диалогического медиаформата. При этом в рамках исследования нас интересовал хронометраж выпуска, место съемки беседы, структура выпуска, особенности монтажа, методы вовлечения аудитории, инструменты рекламной интеграции.

Для проведения исследования мы обратились к систематическому изучению материалов в формате интервью (анализ контента) с целью выявления форматных особенностей, а также использовали общелогические (анализ, синтез, индукция, аналогия) и общенаучные (обобщение, описание и сравнение) методы исследования.

Результаты

На платформу русскоязычного сегмента видеохостинга YouTube Ксения Собчак пришла значительно позже своих коллег. К январю 2019 г. среда платформы уже стала достаточно конкурентной, в таких условиях у канала «Осторожно: Собчак» совершенно не было времени на поиск каких-либо новшеств, которые позволили бы сделать выпуски более насыщенными, интересными и конкурентноспособными. Автор канала начала действовать с самого первого выпуска, применять абсолютно все составляющие «смотрибельного интервью» и постепенно видоизменять формат и подстраивать его под авторский стиль.

Канал «Осторожно: Собчак» с самого начала объединил все форматообразующие находки, которые уже были на тот момент на медиарынке: использование графических элементов, закадровых съемок и диалогов, видеоряд с лучшими моментами интервью в начале выпуска, привлечение экспертов для большего раскрытия темы либо знакомых интервьюируемого, включение игровых элементов, большое количество мест съемок и многое др.

Обратимся к наиболее ярким особенностям и приемам, выявленным при анализе контента канала «Осторожно: Собчак».

Важная особенность, на которую стоит обратить внимание, заключается в том, что автор канала записывает подводку, в которой сама рассказывает о госте, о выборе места съемок или об инфоповоде, который послужил причиной записи данного интервью, также используется нарезка с отрывками интервью в начале выпусков. Подобные признаки представлены в интервью с режиссером Квентином Тарантино¹, с актерами Александром Петровым² и Милошем Биковичем³.

Предполагаем, что именно такой подход к работе перенасыщает первые выпуски сменой мест и активностей, возникает ощущение нехватки

самого разговора с гостем, которому не предоставили достаточного количества времени в одной из локаций, чтобы по-настоящему настроиться для открытого разговора.

Видеоряд с самыми яркими моментами интервью в самом начале выпуска не является отдельным элементом, он синтезирован с графическими элементами и переплетен с видеорядом закадровых съемок. Так, в первые 2 минуты выпуска зрители наблюдают сразу три формообразующих элемента, оформленных в один: яркие отрывки интервью с дублированием на экране цитат в виде графики, смонтированные с закадровыми съемками, которые производят впечатление «подглядывания» за героями. Особенно ярко данные признаки проявляются в интервью с телеведущей Мариной Мурашкиной⁴ и с блогером Мариной Нигай⁵.

Выбор локации всегда характеризует интервьюируемого – это его дом, квартира с личными вещами, на которые тоже обращает внимание журналист. Плюсом являются места, тесно связанные с героем, обязательны съемки в автомобиле, поезде или самолете, если до этого места необходимо добраться. Выбор только одной локации становится инструментом характеристики гостя как закрытого человека.

Подавляющее большинство интервью Ксении Собчак записаны в разных локациях, это можно заметить начиная с первого выпуска – разговор с футболистом Фёдором Смоловым записан в студии, на стадионе в момент тренировки, в раздевалке, машине, в локациях тренировочной базы⁶. Интервью с журналистом Леонидом Парфеновым⁷ записано в самолете, а также на улицах Санкт-Петербурга и в автомобиле.

Вставка дополнительных комментариев знакомых героя выпуска интервью либо экспертов – еще один инструмент, который применим в интервью канала «Осторожно: Собчак». Это позволяет дополнительно

¹ Тарантино и Собчак: о сексе в Голливуде, Мединском в Кремле и выборах в Мосгордуму. *YouTube*. 11.09.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oRkbbwZP1Iw> (дата обращения: 12.12.2025).

² Саша Петров – как отказал Серебренникову, ревновал к Козловскому и полюбил Бастрыкина. *YouTube*. 24.10.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=skIQIN6NqJs> (дата обращения: 12.12.2025).

³ Милош Бикович: о русском мире, сексе и Михалкове. *YouTube*. 18.03.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2ETLOU-RdHw> (дата обращения: 12.12.2025).

⁴ Карина Мурашкина: новая звезда русского мира. *YouTube*. 04.03.2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Mb2JKi2TrNo> (дата обращения: 22.12.2025).

⁵ Карина Нигай: от фитнес-инструктора до главного модного блогера. *YouTube*. 18.12.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rX0iSVgURaE> (дата обращения: 22.12.2025).

⁶ Смолов, Осторожно, Собчак | Первое интервью после того пенальти. *YouTube*. 28.01.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5KSJLLcBAew> (дата обращения: 22.12.2025).

⁷ Ютуб для взрослых. Блоггер Леонид Парфенов в «Осторожно, Собчак». *YouTube*. 10.04.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QuWlcqkRXlg> (дата обращения: 22.12.2025).

увеличить хронометраж выпуска, а также сделать разнообразным разговор с главным героем.

В интервью с певицей Алсу⁸ Ксения Собчак вместе с героиней отправились в Уфу, а затем в деревню Уяндык (место рождения отца Алсу). Выпуск украшен народными татарскими танцами, выступлением народных ансамблей. Разговор записан с момента поездки из Уфы в деревню Уяндык – в автомобиле, в студии и во время прогулки по окрестностям. Интервью с Анастасией Волоцковой⁹ записано в доме балерины: в процессе общения ведущая смогла побыть в каждой комнате дома, посмотреть и обсудить гардероб, а также сходить в баню с героиней.

Можно отметить, что одна локация в интервью встречается очень редко. Например, интервью с Кареном Шахназаровым¹⁰ записано только в одном месте – в рабочем кабинете режиссера. Даже электронные часы на стене говорят о том, что сам разговор продлился именно столько же, сколько и сам выпуск – 1 час 45 минут (хронометра) и 2 часа записи. Это значит, что в выпуске при монтаже было минимальное количество склеек и практически весь рабочий материал вошел в итоговую версию интервью.

Использование игровой рекламы (игровых видеороликов) – одна из находок канала и особенностей, влияющих на формат интервью. Главную роль в рекламном кино – а рекламная интеграция в данном формате у Ксении Собчак действительно напоминает фильм – всегда играет автор, также привлечены актерские составы и профессиональные сценаристы. Например, в выпуске с Леонидом Парфеновым Ксения Собчак и якобы ее водитель рекламируют автомобильную марку Audi, а также компанию, занимающуюся бесконтактной мойкой автомобилей.

Однако со временем такой рекламы становится значительно меньше, это может быть связано с тем, что рекламодатели стали отдавать предпочтение рекламе в форме презентации – объективно это значительно дешевле в производстве.

Другая форматная особенность интервью на канале «Осторожно: Собчак» – игровые элементы,

они использовались с самого начала работы канала. Например, «Суперигра» и «Правда или действие» являлись формообразующими для канала и использовались в конце каждого выпуска.

С блогером и телеведущей Идой Галич¹¹ Ксения Собчак играет в «Правду или действие». Такая игра это не только возможность задать резкий провокационный вопрос гостю, но и увидеть, насколько некомфортно интервьюируемому на него отвечать (в случае отказа герой должен выполнить действие, весьма нежелательное для него).

Со временем от этих элементов автор канала отказалась и прибегает к ним в исключительных случаях. Такие провокационные вставки порой были необходимы и находились именно в конце выпуска, т. к. они демонстрируют, насколько откровенен герой во время интервью. Зачастую в такие игры выносятся именно те вопросы, на которые интервьюируемый не мог дать конкретного и четкого ответа во время записи.

Другая особенность канала – интервью с большим количеством гостей. В центре разговора – провокационная, неоднозначная и острая тема, которая разделяла участников встречи на две противоположные группы. Споры и столкновение взглядов порой перерастают в переход на личности и даже оскорбления.

«Высший свет против девушек в купальниках»¹² – интервью, набравшее 5,3 млн просмотров. Ксения Собчак в этом выпуске столкнула лбами представительниц «тяжелого люкса» (Снежанну Георгиеву, Викторию Шелягову и Наталью Якимчик) и представительниц блогосферы (Викторию Короткову, Дарью Коновалову и Викторию Одинцову).

В некоторых случаях конфликт выходил за рамки выпуска и затем еще продолжительное время обсуждался в социальных сетях. Сама Ксения Собчак не раз писала посты в своем телеграм-канале с пояснением авторской позиции, а также вступала в дискуссии и споры. Однако данный формат многоголового интервью продлился не долго, вышло всего 6 выпусков.

⁸ Алсу: Первое откровенное интервью о «Голосе» и Микелле. *YouTube*. 19.02.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EnZFHD-vqWc> (дата обращения: 22.12.2025).

⁹ Анастасия Волоцкова | Шпагаты, интриги, расследования | Осторожно, Собчак. *YouTube*. 03.04.2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NXOUrURzGf0> (дата обращения: 22.12.2025).

¹⁰ Карен Шахназаров: «Я рос в СССР, мне ничего не страшно». *YouTube*. 30.05.2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vNHd1eVuws0> (дата обращения: 22.12.2025).

¹¹ Ида Галич: об Ивлеевой, Бузовой и гей-парадах. *YouTube*. 05.02.2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bS2kZH1BGbY> (дата обращения: 22.12.2025).

¹² Инстаграмщицы | Высший свет против девушек в купальниках. *YouTube*. 29.05.2019. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5LP3q6Pb_8Q (дата обращения: 22.12.2025).

Приветствие, рассказ о герое и месте съемок – еще один элемент, который стал для канала «Осторожно: Собчак» фирменным. Ксения Собчак в подавляющем большинстве интервью в самом начале выпуска лично рассказывает о том, что послужило причиной, информационным поводом для встречи с героем и почему съемки разговора происходят именно в выбранном месте. Это уже в самом начале дает аудитории возможность уловить важные темы, о которых пойдет разговор в интервью.

Таким образом, выделим основные особенности интервью, влияющие на его эволюцию как сетевого медиаформата, в интересующие нас периоды.

Период начала развития сетевого диалогического медиаформата (2018–2019 гг.). Основная тенденция этого времени: использование разных стилевых решений формата интервью. Видеоряд в начале выпуска сдержан либо ограничивается использованием закадровых съемок моментов подготовки к съемкам. «Упаковка продукта» достаточно резкая, яркая и прямо транслирующая специфику канала. На данном этапе развития сетевого медиаформата интервью хронометраж выпусков является телевизионным (25–50 минут). Такой выбор легко объясняется тем, что нельзя сразу отпугнуть еще не привыкшую к автору и его стилю аудиторию.

Наличие мультимедийных вставок дозировано, они используются только в титрах при представлении гостя и ведущего, иногда для справочной информации. Отсутствует акцентирование внимания на ключевых моментах разговора, т.е. в раннем периоде графические элементы не являются инструментом воздействия на восприятие аудитории. Локации записи интервью в этот период малочисленны, в основном – студия.

Период расцвета формата (2020–2021 гг.). Прослеживается интенсивное увеличение применения формообразующих элементов. Начало выпуска вбирает в себя все, что может заинтересовать и удержать зрителя – отрывки ярких моментов интервью, закадровые съемки, закадровые диалоги перед официальным мотором, графические элементы, дублирующие речь собеседников, отрывки из новостей, телевизионных программ, любительских видео с участием гостя.

Графические вставки становятся инструментом воздействия на восприятие контента зрителем. С одной стороны, это вносит разнообразие в видеоряд, а с другой – дает определенный угол зрения, под которым необходимо воспринимать интервью.

Для данного периода также характерен переход от телевизионного хронометража к неограниченному. Частая смена локации за один выпуск становится еще одной характерной чертой развития интервью как сетевого медиаформата.

Рекламные интеграции в этот период высокотехнологичные, с прописанными сценариями, высокобюджетными видеороликами, съемками которых занимается отдельное видеопроизводство.

Период «новой реальности» (2022–2024 гг.) – время, когда автор канала нашел свой стиль и придерживается выбранной концепции. Дополнительные элементы при съемках или монтаже используются только в том случае, если это вписывается в рамки канала. Время, когда выпуск перенасыщали различными мультимедийными элементами, прошло.

Большой хронометраж выпуска выбирается только при условии, если это действительно требуется. Нет искусственного растягивания выпуска за счет большого числа локаций или вставок игровых рекламных видеороликов. Рекламная интеграция становится сдержанной и имеет презентационный вид, а вовсе не игровой или развлекательный, как было ранее.

Выбор эксклюзивного гостя уже перестает быть приоритетной задачей в технологии создания интервью, т.к. формообразующие элементы диалогического медиаформата могут сделать продукт интересным, насыщенным и зрелищным, несмотря на не совсем удачный выбор интервьюируемого.

Во все периоды неизменным остается приветствие, рассказ о герое и месте съемок.

Заключение

В результате исследования эволюции сетевого медиаформата интервью были сделаны следующие выводы:

1. *От телевизионной адаптации к нативной цифровой форме.* В период 2018–2019 гг. формат находился в прямой зависимости от классического телевидения. Хронометраж (25–50 минут), сдержанный видеоряд и студийные локации диктовались необходимостью не отпугнуть аудиторию, привыкшую к традиционным СМИ. К 2022–2024 гг. зависимость исчезла: хронометраж стал гибким и определяется исключительно смысловой нагрузкой разговора, а не заранее заданными рамками или страхом потери внимания зрителя.

2. *Трансформация функции монтажа и графики.* Если на раннем этапе мультимедийные вставки были дозированными и выполняли лишь справочную функцию (титры гостя), то в 2020–2021 гг. они

превратились в активный инструмент управления восприятием. Графика начала дублировать речь, задавать нужный тон восприятия и эмоциональный фон. Однако к современному этапу развития наблюдается осознанный минимализм: элементы используются только тогда, когда это органично вписывается в концепцию канала, что говорит о взрослении формата и отказе от визуального шума ради удержания внимания.

3. *Изменение драматургии вступления.* Начало выпуска прошло путь от простого приветствия до сложной монтажной конструкции из ярких фрагментов, закадровых диалогов и архивных видео. Это было продиктовано высокой конкуренцией за внимание пользователя в ленте рекомендаций. На зрелом этапе вступление снова упрощается, но сохраняет свою главную функцию – задать контекст беседы.

4. *Эволюция рекламной интеграции.* Наблюдается переход от простых упоминаний продукта к высокотехнологичным постановочным роликам со своим бюджетом и производством и последующий возврат к сдержанной, презентационной рекламе. Современный формат больше не маскирует рекламу под развлекательный контент, делая ее прозрачной частью диалога.

5. *Смена парадигмы ценности контента.* Ключевой сдвиг произошел в отношении героя интервью. В начале эксклюзивность гостя была главным драйвером просмотров. К 2022–2024 гг. формообразующие элементы (монтаж, стиль ведущего, глубина тем) стали важнее самой медийности собеседника. Качественно сделанное интервью способно удержать аудиторию даже при выборе не самого очевидного или «неудачного» героя, т. к. фокус сместился с личности гостя на личность автора-интервьюера и его метод работы.

6. *Институционализация фирменных элементов.* Наличие неизменных структурных блоков (личное вступление автора, место съемок) указывает на завершение этапа экспериментов и формирование

устойчивой концепции внутри канала. Эти элементы работают как маркер качества для аудитории, создавая предсказуемую и комфортную среду потребления.

Для современного сетевого интервью характерна концептуальная целостность, отказ от избыточности в пользу смыслов и перенос внимания с сенсационных инфоповодов на создание уникального авторского стиля.

Таким образом, интервью в сетевом медиаформате – это не просто перенесение классического понимания диалогического медиаформата в цифровую эпоху, это уникальный продукт, возникший в условиях особой культурной среды и специфического способа общения. Оно характеризуется инновационными подходами в отношениях между ведущим и гостями, широким диапазоном выбора тематики и стилей диалога, акцентом на эмоциональное воздействие, ориентацией на аудиторию и использованием множества технологических новшеств, которые в том числе способствуют созданию диалога со зрителями.

Перспектива исследования видится в изучении коммуникативных стратегий и тактик ведения интервью, поскольку, как нам представляется, в этом направлении также происходит значительная трансформация содержания сетевого интервью.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

Литература / References

- Антонова Л. Г., Башловкина Ю. А. Коммуникативный инструментарий современной формы интервью на платформе YouTube. *Социальные и гуманитарные знания*. 2018. Т. 4. № 3. С. 185–190. [Antonova L. G., Bashlovkina Yu. A. Communicative toolkit of the modern form of the interview on YouTube platform. *Social and Humanitarian Knowledge*, 2018, 4(3): 185–190. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vajelo>
- Бейненсон В. А. Трансформация жанра интервью в YouTube: типология экспериментальных форматов. *Вопросы журналистики*. 2022. № 11. С. 54–70. [Beynenson V. A. The transformation of the YouTube interview

- genre: A typology of experimental formats. *Russian Journal of Media Studies*, 2022, (11): 54–70. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/26188422/11/3>
- Ганюта И. И. Трансформация жанра интервью в современных условиях. *Коммуникология*. 2024. Т. 9. № 2. С. 113–120. [Ganyuta I. I. Transformation of the interview genre in modern conditions. *Communicology*, 2024, 9(2): 113–120. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/mesdpo>
- Голев Н. Д., Ким Л. Г. Диктумно-модусный плюрализм виртуального диалогического дискурса (на материале интернет-комментариев). *Медиалингвистика*. 2023. Т. 10. № 1. С. 4–26. [Golev N. D., Kim L. G. Dictum modus pluralism in virtual dialogic discourse (based on Internet comments). *Medialinguistics*, 2023, 10(1): 4–26. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.101>
- Демидова Т. Д. Языковое представление жанра интервью в сетевом медиатексте (на материале курского интернет-журнала «Морс»). *Курское слово*. 2025. № 30. С. 79–83. [Demidova T. D. Language representation of the interview genre in network media text (based on the material of the Kursk online magazine "Mors"). *Kurskoe slovo*, 2025, (30): 79–83. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ibkknz>
- Дятлова А. Е., Ильченко С. Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития. *Неофилология*. 2023. Т. 9. № 4. С. 989–997. [Dyatlova A. E., Ilchenko S. N. Transformation of dialogic genres in the online space: Analysis and development prospects. *Neophilology*, 2023, 9(4): 989–997. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-989-997>
- Ерицын А. Е. Из газеты в интернет-СМИ: особенности жанра «интервью» в современных онлайн-изданиях. *Архивариус*. 2021. Т. 7. № 9. С. 15–17. [Ericyan A. E. From newspapers to online media: Features of the "interview" genre in modern online publications. *Arkhiarius*, 2021, 7(9): 15–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/baxqey>
- Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. СПб.: СПбГУ, 2016. 236 с. [Ilchenko S. N. *Interviews in journalism: How it's done*. St. Petersburg: SPbSU, 2016, 236. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jvdoov>
- Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2010. № 6. С. 42–51. [Kachkaeva A. G. Genres and formats of contemporary television. The consequences of transformation. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2010, (6): 42–51. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ncetyh>
- Колесниченко А. В. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2023. Т. 48. № 2. С. 3–22. [Kolesnichenko A. V. Multimedia genres in modern Russian media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2023, 48(2): 3–22. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2023.322>
- Куницына Н. В. Медиаформат как стилизованный облик современной журналистики. *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе*, отв. ред. А. Г. Пастухов. Орёл: ОГИК, 2013. Т. 11. С. 183–193. [Kunitsyna N. V. Media format as a stylistic outlook of modern journalism. *Genres and types of text in scientific and media discourse*, ed. Pastukhov A. G. Oryol: OSIC, 2013, vol. 11, 183–193. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sgkkeb>
- Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2010. № 6. С. 14–21. [Lazutina G. V. Genre and format in the terminology of contemporary media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2010, (6): 14–21. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ncetwj>
- Лаптиева Д. К. Визуальные особенности современных сетевых интервью. *Челябинский гуманитарий*. 2024. № 3. С. 117–123. [Laptieva D. K. Visual features of modern network interviews. *Chelyabinskii Gumanitarii*, 2024, (3): 117–123. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/1999-5407-2024-68-3-117-123>
- Магомедова М. А., Нурбагандова Л. А. Жанр интервью на платформе Rutube. *Вестник филологических наук. Philological Sciences Bulletin*, 2025, 5(6): 58–63. [Magomedova M. A., Nurbagandova L. A. The interview genre on the Rutube platform. *Philological Sciences Bulletin*, 2025, 5(6): 58–63. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lgvlpix>
- Миронов В. Д. Драматургия интервью в российском сегменте видеоблогинга (на примере YouTube-каналов «вДудь», «А поговорить?», «Нежный редактор», «Осторожно, Собчак», «Редакция»). *Журналистика: 58-я Междунар. науч. студ. конф. (Новосибирск, 10–13 апреля 2020 г.)* Новосибирск: НГУ, 2020. С. 48–49. [Mironov V. D. The dramaturgy of interviews in the Russian segment of vlogging (based on the YouTube Channels vDud, A to Talk?, Tender Editor, Cautious Sobchak, and Editorial Office). *Journalism: Proc. 58th Intern. Sci. Student Conf., Novosibirsk, 10–13 Apr 2020*. Novosibirsk: NSU, 2020, 48–49. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/avipyj>

- Онуприенко К. А. Семиотические аспекты новых медиаформатов. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2022. Т. 41. № 3. С. 463–472. [Onuprienko K. A. Semiotic aspects of new media formats. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2022, 41(3): 463–472. (In Russ.)] <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-3-463-472>
- Пастухов А. Г. Медиажанры и медиаформаты: к разграничению понятий. *Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. 2015. № 5. С. 148–153. [Pastuhov A. G. Media genres and media formats: Distinguishing concepts. *Scientific Notes of Orel State University. Series: Humanities and Social Sciences*, 2015, (5): 148–153. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uzdegv>
- Садькова Л. И., Шигабетдинова Г. М. Особенности жанра интервью в контексте современной интернет-журналистики. *Научные исследования современных ученых: XXXI Междунар. очно-заочн. науч.-практ. конф. (Москва, 15 июня 2023 г.)*. М.: Империя, 2023. Т. 1. С. 38–41. [Sadykova L. I., Shigabetdinova G. M. Features of the interview genre in the context of modern internet journalism. *Scientific research of modern scientists: Proc. XXXI Intern. Part-Time Sci.-Prac. Conf., Moscow, 15 Jun 2023*. Moscow: Empire, 2023, vol. 1, 38–41. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tmcwls>
- Суворова А. Ю. Новые медиа: к вопросу о категориально-понятийном аппарате. *Культура и цивилизация*. 2017. Т. 7. № 4А. С. 735–745. [Suvorova A. Yu. New media: On the question of the categorical-conceptual apparatus. *Culture and Civilization*, 2017, 7(4A): 735–745. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uwnczg>
- Турчанинова А. В. Стратегии трансформации интервью в эпоху мультимедиа. *Медиаспеда*. 2025. № 1. С. 35–39. [Turchaninova A. V. Interview transformation strategies in the multimedia era. *Mediasreda*, 2025, (1): 35–39. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47475/2070-0717-2025-1-1-35-39>
- Шестёркина Л. П., Булаева М. Н. Традиционные и специфические основы формирования системы жанров универсальной журналистики. *Гуманитарный вектор*. 2015. № 4. С. 129–136. [Shesterkina L. P., Bulaeva M. N. Traditional and specific principles of genre system formation in universal journalism. *Humanitarian Vector*, 2015, (4): 129–136. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vbierd>
- Яблоновская Н. В., Езык А. В., Мустафаева Н. Д. Жанр интервью на платформе русскоязычного сегмента YouTube: трансформации и медиатеchnологии. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки*. 2020. Т. 6. № 4. С. 225–238. [Yablonovskaya N. V., Ezyk A. V., Mustafaeva N. D. The genre of interview on the platform of the Russian-language segment of YouTube: Transformation and mediatechnology. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 2020, 6(4): 225–238. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qfadip>