Василиса Александровна Бейненсон

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

beynenson@eduthon.ru

**Журналистские проекты на YouTube как продолжение традиций авторской тележурналистики**

Рассматривается развитие профессиональных журналистских проектов на YouTube как новый сегмент авторской журналистики. Для проектов характерны основные признаки традиционных авторских произведений и использование жанров тележурналистики. YouTube обеспечивает дополнительный потенциал их воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: авторская тележурналистика, авторский проект, YouTube.

Отечественная авторская телевизионная журналистика имеет богатые традиции. Из телепрограмм, возникших в советскую эпоху, необходимо вспомнить легендарные передачи «Здоровье», «Клуб кинопутешественников», «Эстафета новостей», «От всей души», «Очевидное-невероятное», «Что? Где? Когда?» и др. Несмотря на идеологическую заданность советского телевидения, личность автора и ведущего на экране оставалась ключевой составляющей программы. Всплеск интереса к авторскому телевидению пришелся на конец 80-х – 90-е годы, когда возникли такие разные по своим жанровым и тематическим характеристикам проекты, как «Итоги», «Музыкальный ринг», «Намедни», «Пока все дома», «Я сама», «Антропология» и др. Появилась возможность для экспериментов с форматами, ценилась свобода выражения авторской позиции. В нынешнем веке телепроекты, которые можно отнести к авторским, в большей степени стали подвержены конъюнктурным требованиям: коммерческой успешности, соответствию концепции и информационной политике канала. Ключевая характеристика – «формальное и содержательное своеобразие, оригинальность, очевидная непохожесть на существовавшие ранее передачи» [3] – отходит на второй план. Эта зависимость от каналов дала импульс к поиску новых площадок.

2017 год стал точкой отсчета в развитии целого направления авторской журналистики на платформе YouTube. После коммерческого успеха канала Ю. Дудя данная площадка стала перспективной средой для развития авторских журналистских проектов. В 2017 – начале 2018 активно развивались проекты в жанре интервью («Нежный редактор» Т. Мингалимовой, «А поговорить?» И. Шихман, «The Люди» А. Лядова, «Русские норм!» Е. Осетинской и др.) как наименее рискованные с точки зрения затрат на производство. Но уже с конца 2017 года жанровая палитра расширилась за счет более сложных и ресурсоемких жанров: очерка («ВДудь», «The Люди», «Съедобное-несъедобное», «Ещенепознер», «А поговорить?»), обозрения (каналы Л. Парфенова, Г. Пьяных, С. Минаева, Е. Киселева и др.), ток-шоу («Агент-шоу», «Бар в большом городе», «Культурный папа») и др. [1]. Отдельно нужно отметить авторский проект А. Пивоварова «Редакция» с наиболее разнообразной парадигмой жанров: интервью, беседа, очерк, обозрение, обзор СМИ, эпитафия и др. При этом необходимо отметить использование классических жанров телевизионной журналистики, предполагающих в своей основе возможность трансляции авторской позиции и строящихся вокруг личности автора.

Категория авторской журналистики не имеет четких границ и критериев, однако большинство из обозначаемых исследователями признаков авторских телепрограмм обнаруживаются и в журналистских YouTube-проектах: новаторский подход к подаче материала, постоянный автор-ведущий, эффект участия, единство в реализации концепции несмотря на смену жанров, узнаваемая драматургия, адресность, частое использование имени автора в названии [2, 3].

Популярность проектов авторской журналистики на YouTube может быть обусловлена подспудным стремлением аудитории защититься от информационного шума, тем и мнений, не соответствующих интересам пользователя; выбрать фигуру автора, вызывающего доверие и близкого по взглядам, и перепоручить ему оценку и толкование текущих событий; окружить себя единомышленниками – подписчиками канала; ощущать себя частью большого медиапроекта и высказывать собственное мнение в комментариях.

Формат авторского YouTube-канала имеет высокий потенциал воздействия на аудиторию в силу регулярности обращения автора к подписчикам; просмотра на «дистанции доверия»; повышенной эмоциональности высказываний без оглядки на телевизионные форматы; ослаблению критического восприятия сообщений автора, принятого в круг «своих»; репутации YouTube как территории свободного творчества по контрасту с традиционными СМИ.

Таким образом, в условиях сегментации аудитории YouTube предоставляет перспективную площадку для создания многообразных авторских проектов с хорошими возможностями для монетизации.

Литература

1. Бейненсон В.А. Развитие журналистских жанров и форматов в видеоблогах // Век информации. 2019. Т. 7. № 1. С. 82–93.

2. Каширин А.А. Авторские телепрограммы как объект коммуникативно-прагматического исследования // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. №7 (172). С. 151–155.

3. Шестерина А.М. Авторское телевидение: проблема конкретизации границ // Современные проблемы журналистской науки. Воронеж, 2008. С. 17–23.