

Интервью с интервьюером: этапы трансформации медийного образа

Романенко Мария Сергеевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия

E-mail: romans1201@mail.ru

В современном медиапространстве наблюдается рост количества телеинтервью, где в рамках одной передачи взаимодействуют две медийные персоны (популярные интервьюеры): один является ведущим, а другой респондентом. К тому же, всё чаще на экранах встречаются интервью, респондентом в которых выступает один и тот же журналист, профессиональный интервьюер - известная медийная персона. Медийность, с одной стороны, подразумевает насыщенность информационного поля сообщениями о персоне, её деятельности и событиях, с ней связанных, с целью моделирования определенного знания о данной персоне у широкой аудитории через средства массовой информации. С другой стороны, медийность можно определить и как высокую степень известности личности широкой аудитории, узнаваемый образ, и, следовательно, как некий капитал доверия (недоверия), симпатии (антипатии) зрителей. Залогом успешного интервью с медийной личностью становится поиск инициатором интервью нераскрытого или изменившегося аспекта деятельности респондента.

В глубоком экранном интервью с медийной личностью можно наблюдать изменения поведения респондента, а следовательно, и трансформацию привычного аудитории образа. Как нам представляется, такого рода процессы нужно всесторонне исследовать. Это позволяет подробно изучить характер изменений респондента в зависимости от структуры интервью, методики его ведения и построения вопросов, а также от цели интервью и способов взаимодействия интервьюера и интервьюируемого. Анализ такого типа интервью дает возможность выявить творческие стили, стратегию поведения обоих участников, что активно способствует формированию образа медиаперсоны. Трансформация образа имеет большое значение для практики журналистики. Желая открыть уже привычный для аудитории образ с другой стороны, журналисты прикладывают немало усилий, разрабатывая тактику беседы, выстраивая вопросы в определенной последовательности, стремятся сделать свою беседу отличной от других. Большую роль играет поиск нераскрытого или изменившегося аспекта деятельности респондента.

Проанализируем трансформацию образа героя на примере телепередач «Познер», «Мишаев Live», «Школа злословия». Выбранные выпуски вышли в эфир весной 2012 года, они являются не только примером трансформации героя, но и наглядно отражают сложности взаимодействия с профессиональным интервьюером. Гостем эфира стала телеведущая, общественный деятель, член Общественной палаты РФ, популярная медийная персона - Тина Канделаки. Фактором, определяющим приглашение Тины сразу в несколько передач с периодичностью в несколько дней, стало ее резонансное интервью в авторской программе В. Познера (6.02.2012). Следовательно, мы можем говорить о том, что точкой изменения образа была как сама Тина, так и передача «Познер».

Познеру удалось трансформировать светский образ Тины. В начале интервью он предложил респонденту оценить собственный образ, созданный в СМК. Журналист «дирижирует» ходом интервью, отслеживает ответы собеседника, логику его мысли. Ведущий использует тактику перефразирования, он зачитывает отрывки из различных интервью Канделаки, демонстрируя, что он обнаружил в них противоречия и даже, долю неправды. На основе этих противоречий Познер формулирует неудобные вопросы: «Почему вы ходите на митинги то на Болотную площадь, то на Поклонную гору?», «Хотите ли вы

понравиться Путину?»

Познер неоднократно спрашивал героиню и о личной жизни. Ему удалось поставить Тину в неловкое положение, и, чтобы выйти из этой ситуации, ей приходилось постоянно оправдываться. Канделаки, изменяя собственному обычному напору, заметно нервничала, и всякий раз заискивающе обращалась к мэтру: «Можно я скажу?», много и грубо льстила Познеру, очень хотела ему понравиться.

Прослеживается нежелание героя изменить свой образ, утвердить тот, что она уже создала. Ведущий задает много закрытых вопросов, ожидая «да» или «нет». Канделаки выбирает открытые ответы, игнорируя конкретику Познера. В таком случае он переходит к жесткому стилю ведения интервью и тактике провокации, с помощью которой достаточно эффективно изменяет привычный образ. В итоге энергичная словоохотливая Тина предстает перед зрителями в образе оправдывающейся, неубедительной, нелогичной, неконкретной и некоторой мере «лживой» медийной персоной.

В ходе такого рода интервью происходят изменения в восприятии аудиторией медийного образа героя. В различных медиапространствах образ журналиста раскрывается по-новому, этому способствуют отличающиеся методы построения интервью и стратегии раскрытия личности. За счет разных стилей ведения интервью, уже сложившийся в обществе образ, может ломаться, превращаясь в другой, еще не известный публике. Такого рода трансформация предполагает выявление у героя новых, до этого момента, ещё не известных аудитории аспектов его медийной личности. Модификации, влияющие на изменения оценки персоны, складываются в зависимости от стиля интервьюера, хода ведения интервью, метода построения списка вопросов и манеры их задавания, типа взаимодействия «автор-герой», драматургии беседы, степени доверия в интервью, цели беседы.