

Интервьюирование как средство формирования имиджа блогера

Научный руководитель – Иншакова Наталия Григорьевна

Фахрутдинова Амелия Эльмировна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: kizolla@bk.ru

Интервью всегда было востребованным жанром. но в последнее десятилетие, благодаря развитию социальных сетей, превратилось не только в самостоятельный вид журналистской деятельности, но и в обязательный элемент имиджевой презентации блогера.

Интервью берут все и у всех, поэтому блогеру нужно найти своих героев, обсуждать свои темы. Не менее чем содержание вопросов важна манера ведения беседы, образ блогера в кадре, обстановка. Все это формирует имидж медийной персоны, делает ее заметной в конкурентном медийном поле

Виктория Молдавская, представительница фэшн-индустрии, основательница успешных брендов украшений и одежды, номинант рейтинга «30 самых перспективных россиян до 30 лет», инфлюенсер и блогер. Общая численность ее аудитории около 300 тысяч человек, что достаточно много при такой направленности тематики.

Первая из особенностей ее интервью на канале «Вика Бизнес Чика» (68,3 тысячи подписчиков) – приглашение в качестве собеседниц только женщин. При этом она ведет разговор преимущественно с женщинами, у которых есть свой бизнес. Это отличие позволяет ей взаимодействовать с определенной целевой аудиторией и выделяет среди множества других интервьюеров.

Темы, которые обсуждаются, также избирательны, что делает этот контент даже уникальным: это история бренда, делегирование обязанностей в бизнесе, возможность сочетать работу с семейными обязанностями, стратегия маркетинга. и перспективы развития. Видео длятся не более двух часов, Блогер всегда полностью раскрывает заданную тему, не уходит от неё.

В. Молдавская спокойно реагирует на ответы гостей, не перебивает их, не задает острых вопросов. И это тоже важная характеристика ее образа в ситуации, когда провокационные вопросы, намеки, эпатаж стали почти обязательной частью интервью. Все это в целом подчеркивает деловой характер беседы, ее серьезность и основательность.

Съемка чаще всего проходит в светлом помещении, вся атрибутика пастельных тонов. Внешний вид блогера собранный, строгий, у нее приятный тембр. голоса.

Неоднозначно можно оценить речевую манеру блогера, но она придерживается ее во всех своих медиаформатах. И это тоже становится своеобразной имиджевой характеристикой. В разговоре с гостями Виктория совмещает сниженную лексику, бизнес-термины, молодежный сленг. Можно также наблюдать небольшие отклонения от языковых норм.

Анализ особенностей ведения интервью блогером позволяет выстроить его имидж, понять причины популярности, определить тенденции формирования контента и выявить влияние различных факторов на восприятие информации аудиторией.

Источники и литература

- 1) Вика Бизнес Чика - «Партнеры мечты Как правильно разделять обязанности в компаниях ? Даша Самкович и Диля Хасамова» URL : https://youtu.be/ok_QkkEgtM0?si=axEqVzjHR4qMF14X

- 2) Темнова Л.В., Тадевосян М.Г. Механизмы формирования имиджа медийной личности в новых медиа // Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. 2024. Т. 8, вып. 4. С. 427–441
- 3) Гришина В.А., Кормильцына М.А. Интервью как имиджеобразующий жанр на современной визуальной платформе «YouTube» // Саратов 2022. URL : http://elibrary.sgu.ru/VKR/2022/42-03-02_037.pdf