

Коммуникативные стратегии интервьюера Юрия Дудя: взгляд лингвиста на медийный феномен массовой культуры

О. С. Иссерс

*Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского
Омск, Россия*

Аннотация

Рассматриваются приемы построения диалога в интервью популярного видеоблогера и журналиста Юрия Дудя, ставшего в 2020 г., по версии Forbes Life, главным героем культурной жизни России. Для определения его индивидуального стиля проведен анализ стратегий коммуникативного поведения. К наиболее значимым параметрам описания стратегий интервьюирования автор относит: тематический репертуар и тематические доминанты разговора; приемы запроса / выведывания информации; приемы интерпретации и оценки сказанного собеседником; выбор языкового кода. Эмпирическую базу исследования составили интервью Ю. Дудя с различными собеседниками – журналистами, телеведущими, деятелями культуры и шоу-бизнеса, политиками и другими публичными персонами, размещенные на видеохостинге YouTube в период 2017–2020 гг. Материал включает более 40 программ и позволяет наблюдать широкий спектр приемов журналиста в зависимости от «фактора адресата».

Установлены ключевые темы, регулярно обсуждаемые в интервью, в том числе и темы, нарушающие этические табу. Выявлены характерные для журналистского стиля Ю. Дудя приемы запроса и выведывания информации: иллюкутивное вынуждение аргументации («почему-вопросы»), уточняющие вопросы, переформулирование, ролевое моделирование отношений с гостем, где журналист нередко берет на себя роль дилетанта.

Выбор языкового кода свидетельствует о «дискурсивной адаптации» журналиста к своему собеседнику и позволяет интервьюеру раскрыть для массовой аудитории его личность, в том числе и ее речевые характеристики.

Автор приходит к выводу о том, что интервью Ю. Дудя являются ярким образцом трендов современной интернет-журналистики, а реализуемые им коммуникативные стратегии позволяют увидеть перспективы развития жанра.

Ключевые слова

журналистика, интервью, медиа, коммуникативная стратегия, Юрий Дудь, массовая культура, интернет-журналистика, диалог

Благодарности

Исследование проведено при финансовой поддержке гранта Санкт-Петербургского государственного университета (проект № 75254082 «Моделирование коммуникативного поведения жителей российского мегаполиса в социально-речевом и прагматическом аспектах с привлечением методов искусственного интеллекта»).

Для цитирования

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии интервьюера Юрия Дудя: взгляд лингвиста на медийный феномен массовой культуры // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 263–277. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-263-277

Communicative Strategies of an Interviewer Yury Dud: A Linguist's View of the Media Phenomenon in Mass Culture

O. S. Issers

*Dostoevsky Omsk State University
Omsk, Russian Federation*

Abstract

Purpose. The article examines the methods of building dialogue in interviews conducted by the popular video blogger and journalist Yury Dud, who is named the main hero of Russian cultural life in 2020 by Forbes Life. To determine his individual style, the author analyzes strategies of communicative behavior. The following parameters are the most significant for the description of interviewing strategies: thematic repertoire and thematic dominants of the conversation; methods of requesting/extracting information; methods of interpreting and evaluating what the interlocutor said; the choice of language code. The empirical basis of the study contains interviews by Yu. Dud with various interlocutors – journalists, TV presenters, cultural and show business figures, politicians, and other public figures, uploaded on the YouTube video hosting service in the period of 2017–2020. The analysis of more than 40 programs allows observing a wide range of techniques of a journalist, depending on the “addressee factor”.

Results. The key topics that are regularly discussed in interviews are identified, including those that violate ethical taboos (about sex, bad behavior, and bad habits, judgments and hot takes on colleagues and senior officials, etc.). The thematic repertoire is considered as a deliberate communicative choice of a journalist, conditioned by the dramaturgy of public dialogue addressed to a mass audience and the tasks of portrayal.

The author reveals the distinctive methods of requesting information and eliciting facts, which is inherent to the journalistic style of Yu. Dud: illocutionary forcing reasoning (“why-questions”), clarifying questions, reformulating, role modeling of relations with a guest, where the journalist often pretends being dilettante. Interpretation and evaluation of the interlocutor's statements are based on the clearest identification of their position for the mass addressee by an explication of ideas expressed by the guest implicitly, “delegation of opinion”, and the effects of “insight”.

The choice of the language code indicates the “discursive adaptation” of the journalist to his interlocutor and allows the journalist to reveal to the mass audience their personality, including their speech characteristics. The dynamism of the dialogue is due to the setting to dramatize the conversation scenario: this is manifested not only in the choice of somewhat unexpected topics of conversation, but also in the expression of one's attitude to the statements of the interlocutor, explicit/implicit assessments, and the choice of the speech code.

Conclusion. It is concluded that Dud's interviews are a vivid example of the trends of modern Internet journalism, and the communicative strategies he implements allow us to see the prospects for the development of the genre.

Given the popularity of the genre in traditional and new media, the author notices that the interview not only reflects the features of social communications of the 21st century but is also a powerful factor of shaping modern mass culture.

Keywords

journalism, interviews, media, communication strategy, Yury Dud, mass culture, online journalism, dialogue

Acknowledgements

The presented research was supported by Saint Petersburg State University, project № 75254082 “Modeling of Russian megalopolis citizens' communicative behavior in social, speech and pragmatic aspects using artificial intelligence methods”.

For citation

Issers O. S. Communicative Strategies of an Interviewer Yury Dud: A Linguist's View of the Media Phenomenon in Mass Culture. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism, p. 263–277. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-263-277

Введение

Жанр интервью был и остается одним из самых популярных и востребованных в печатных и электронных СМИ. По мнению тележурналиста Андрея Максимова, ведущего программ «Ночной полет», «Наблюдатель» и др., «говорящие головы – это вообще самое интересное на телевидении. Вопрос в том, как они говорят» [Рюрикова, 2018. С. 57].

Изучение различных аспектов этого жанра журналистики отражено в многочисленных исследованиях как в России, так и за рубежом (см. [Голанова, 1996; Ильченко, 2019; Попова, 2002; Стрельникова, 2018; Цвик, 2015; Broersma, 2008] и др.). От традиционного жанра пе-

чатной прессы на протяжении XX в. интервью эволюционировало и на рубеже веков заняло едва ли не ведущее место среди жанров радио- и телевизионной журналистики.

Интернет-технологии XXI в. открыли новые, несравнимо более широкие возможности для актуализации и трансформации традиционного журналистского жанра. Одной из основных медийных площадок стала платформа YouTube, где многие журналисты, как имеющие опыт работы в печатных СМИ и на телевидении, так и без него, открыли собственные видеоканалы. Как считают представители медиаиндустрии, ключевым отличием интервьюера в социальных медиа от журналиста, работающего на ТВ, является то, что это человек без редакторского «уха» (на языке телевизионщиков так называется связь с редакторской группой за кадром). Это дает журналисту максимальные возможности для самовыражения, не отвлекает от собеседника. Успех сетевых проектов, построенных в жанре интервью, особенно блогеров-«миллионщиков», является предметом активных обсуждений как в профессиональной среде, так и вне ее ¹.

Чем объяснить желание миллионов наблюдать за диалогами двух сидящих друг против друга людей? Ведь нередко они длятся более полутора-двух часов... О чем должны беседовать журналист и интервьюируемый, чтобы удержать внимание своей аудитории? Что нового в содержание и форму диалога «наедине со всеми» привнесла сетевая специфика? Наконец, как трансформация жанра интервью влияет на массовое сознание и какие тренды массовой культуры обнаруживаются в нем? Поиск ответов на эти вопросы невозможен без учета технологий современной медийной коммуникации в контексте массовой культуры.

Большинство определений массовой культуры базируются на такой ее характеристике, как широкое распространение в обществе [Swingewood, 1977; Шапинская, 2017]. Несмотря на то что обсуждение феномена *mass culture* (массовой культуры) имеет почти полувековую историю, наиболее яркие ее проявления и их научное осмысление стали возможны именно в интернет-эпоху, открывшую несопоставимые с предшествующими периодами возможности для распространения тех или иных элементов культуры.

«Народная журналистика» вовлекла в создание контента миллионы пользователей Интернета, количество просмотров и лайков рассматривается как показатель успеха и социального одобрения, а видеоблогер стал героем сегодняшнего дня. Среди традиционных журналистских жанров, актуальных для новых медиа, особое место занимает интервью. Наиболее популярными интервьюерами становятся те журналисты, которые «попадают в народ», делают свои программы для тех, кого *много*. И хотя достижение такого результата, вероятно, является мечтой любого создателя сетевого контента, удастся это далеко не каждому.

Именно поэтому феномен успеха рассматривается, что называется, под микроскопом, а вопросы «Почему он?», «Как ему это удастся?» гораздо более многочисленны, чем аргументированные ответы на них ². Попробуем ответить на них и мы.

Метод и материал исследования

Коммуникативное поведение собеседников в процессе интервью является предметом пристального внимания как в плане научного анализа стратегий диалога, осуществляемого в заданных обстоятельствах, так и в аспекте профессионального обучения молодых журналистов. В большинстве случаев исследования строятся на выявлении жанрообразующих

¹ См., например: 20 молодых и перспективных: герои завтрашнего дня // РБК: сайт. URL: <https://www.rbc.ru/magazine/2017/06/59244df59a79473f95994195> (дата обращения 30.07.20); Новиков И. Десять видеоблогеров России, которые зарабатывают на рекламе больше всех // Hello Blogger: сайт агентства. URL: <http://helloworld.ru/journal/10-videoblogerov-rossii-kotoryezarabatyvayut-na-reklame-bolshe-vseh/> (дата обращения 22.08.2020); Чубенко И. Что ждет блогосферу в 2018–2019 годах: Как устроен рынок Инстаграма, Ютьюба, текстовых блогов и как работа на этих платформах изменится в будущем? // Hello Blogger: сайт агентства. URL: <http://helloworld.ru/journal/chto-zhdet-blogosferu-v-2018-2019-godah/> (дата обращения 30.07.2020).

² Так, на портале The question представлено более сотни вопросов и мнений по поводу успехов Юрия Дудя. URL: <https://thequestion.ru/topic/b64:0Y7RgNC40Lkg0LTRg9C00Yw/yurii-dud>.

признаков и изучении приемов ведения интервью [Вахтель, Муртафа, 2001; Каминская, 1999; Кантор, 2001; Попова, 2002; Стрельникова, 2001; Цвик, 2015]. К ним, в частности, относятся стратегии и приемы (тактики) интервьюирования, которые реализуют глобальную цель интервью, поскольку это запланированный акт персуазивной коммуникации, где поведение коммуникантов определяется их неречевыми задачами. В стратегию интервьюера как инициатора общения входит задача представить своего собеседника в той или иной ипостаси (роли, статусе) и в том образе, которые задаются целями интервью, позициями его участников, самим характером взаимодействия (кооперативное либо конфликтное, провокативное общение) и особенностями целевой аудитории (о разновидностях интервью см., например: [Иванова, 2009; Колесниченко, 2008; Сахнова, 2013]³).

Задачу раскрыть собеседника, получить от него наиболее полные и точные ответы можно считать наиболее важной, но не единственной. В некоторых случаях замешательство собеседника, выведение его из состояния равновесия, эмоциональное воздействие не менее важны для достижения поставленной интервьюером цели (о провокационном интервью см.: [Иссерс, 2009; Лукина, 2012; Степанов, 2003]). Для определения специфики интервьюирования, индивидуального стиля журналиста информативным является анализ стратегий его коммуникативного поведения. К числу наиболее значимых параметров описания стратегий и тактик интервьюирования мы относим следующие:

- 1) тематический репертуар и тематические доминанты разговора;
- 2) приемы запроса / выведывания информации;
- 3) приемы интерпретации и оценки сказанного собеседником;
- 4) выбор языкового кода.

Эмпирическая база исследования сформирована из фрагментов интервью видеоблогера и журналиста Юрия Дудя, размещенных на его YouTube-канале в период 2017–2020 гг.⁴ Выбор этого материала не случаен: по состоянию на февраль 2021 г. YouTube-канал «вДудь» имеет более 8,7 млн подписчиков, каждое интервью стабильно собирает миллионы просмотров, которых к настоящему моменту более 1,3 млрд. Уже после первого года существования его программы известный тележурналист Сергей Доренко утверждал: «Сейчас время Дудя. Его смотрят миллионы. Дудь сегодня легко покрывает половину телевизионной аудитории, а влияет на своих зрителей сильнее, чем телевидение. Исключительно за счет нецензурированных вопросов, интересных собеседников и внутренней свободы. <...> Дудь – пионер жанра. Скоро в этом жанре будут работать десятки» [Доренко, 2018]. С другой стороны, далеко не все верили в перспективы неожиданно «выстрелившего» проекта: на исходе первого года ток-шоу Дудя журналист Олег Кашин скептически высказывался о перспективах программы: «Дудь сорвал банк, но это тот банк, который вот-вот попадет под санацию, и победителю еще придется постараться сделать так, чтобы выигранные деньги не превратились в никому не нужные разноцветные фантики»⁵.

Однако спустя три года, в 2020 г., по итогам голосования на сайте Forbes Life Юрий Дудь стал главным героем культурной жизни России⁶. За прошедшие четыре года собеседниками журналиста были представители различных сфер – бизнеса, политики, культуры, медиа – те, кто находится в поле общественного внимания и в разной степени является публичной фигурой. В исследовании использованы фрагменты интервью с журналистами Л. Парфеновым, А. Венедиктовым, В. Познером, К. Собчак, телеведущим Д. Киселевым, продюсером А. Роднянским, актерами М. Ефремовым, Д. Нагиевым, бизнесменом М. Ходорковским, дизайне-

³ См. также: Fisher A. 16 different media interview formats and how to handle them. URL: <https://www.mediafirst.co.uk/blog/16-different-media-interview-formats-and-how-to-handle-them> (дата обращения 12.12.2019).

⁴ вДудь. https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hluA (дата обращения 12.12.20).

⁵ Кашин О. Дудь-2017 – человек не из будущего, а из нашего застоя // Дождь: сайт телеканала. URL: https://tvrain.ru/teleshov/kashin_guru/oleg_kashin_o_zhurnaliste_goda-454355/ (дата обращения 20.10.2020).

⁶ Журналисты Forbes впервые включили Ю. Дудя в свой рейтинг // UVAO: бизнес новости Москвы. URL: <http://uvao.ru/finances/8374-zhurnalisty-forbes-vpervye-vklyuchili-yu-dudya-v-svoy-reyting.html> (дата обращения 30.07.20).

ром А. Лебедевым, кинокритиком А. Долиным, экономистом С. Гуриевым, писателем Д. Глуховским, музыкантами С. Шнуром и А. Моргенштерном и др., проведенные в 2017–2020 гг. (всего более 40 программ). Все интервью размещены на платформе YouTube ⁷.

Отбор материала определялся задачей представить наиболее широкий спектр приемов журналиста в зависимости от «фактора адресата», а это, в свою очередь, потребовало включения в выборку интервью с представителями разных сфер деятельности – бизнесменами, политиками, представителями шоу-бизнеса, журналистами, причем различных политических взглядов (как близких Ю. Дудю, так и таких, которые он явно не разделяет). Кроме того, в качестве значимого для выбора стратегии рассматривалось соотношение статусов собеседников. Также были изучены особенности коммуникации с представителями разных поколений – от рэп-исполнителя А. Моргенштерна и телеведущей А. Ивлеевой до патриархов российской культуры и тележурналистики В. Познера, Н. Михалкова и др. Такой отбор материала, на наш взгляд, позволяет экстраполировать результаты анализа на другие интервью, не попавшие в выборку.

Результаты и обсуждение

1. Тематический репертуар и тематические доминанты разговора.

Стиль любого интервьюера формируется за счет многих факторов, среди которых одним из базовых является допустимый репертуар тем и приоритетное внимание к некоторым из них. Тема является одним из основных реквизитов диалога вообще и журналистского интервью в частности. Через тему интерпретируется связь текста не только с его денотатом (отражаемой реальностью), но и с его субъектом (автором). Таким образом, через предлагаемую для обсуждения тему можно понять замысел интервьюера, его коммуникативное намерение.

Одной из причин популярности Юрия Дудя журналисты информационного агентства REGNUM считают то, что он «не стесняется задавать неудобные, а порой даже неприличные вопросы, которые вряд ли пропустили бы в эфир ТВ». А вот отсутствие провокационных вопросов приводит интервьюера к неудаче, как, например, произошло, по мнению авторов агентства, в интервью с Александром Петровым: «...банальная беседа о карьере, съемках, поэзии и подобных вещах мало интересует подписчиков блогера» ⁸.

Тележурналист Андрей Максимов так характеризует «детабуирующую» стратегию Юрия Дудя: «Нельзя задавать в интервью вопрос, на который твой собеседник имеет право ответить “не ваше дело” ⁹. <...> Но Дудь эти табу уничтожает»; «оказывается, можно беседовать без каких-либо моральных ограничений: позволительно залезать гостю в трусы, в бумажник, куда угодно, и ты даже не получишь за это в морду. <...> но справедливости ради должен заметить, что залезает он туда “по-доброму”, без напора и агрессии. <...> Ему на все наплевать, кроме интереса зрителей» [Рюрикова, 2018. С. 57–58].

Однако установка на массового адресата своей программы не является чем-то специфическим исключительно для журналистской манеры Ю. Дудя: любой профессионал медиа понимает, для кого он работает, и стремится расширить свою аудиторию. В то же время у Ю. Дудя есть набор «фирменных» ключевых тем, которые так или иначе присутствуют в большинстве его интервью.

Несмотря на значительные различия в статусе, профессиональной деятельности, личностных особенностях собеседников, Юрий Дудь обязательно включает в диалог **темы заработка и источников дохода**. Этот интерес – дань менталитету, сформировавшемуся у россиян в советское время и не утраченному в постсоветские годы, когда доходы субъекта не рас-

⁷ вДудь. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA (дата обращения 12.09.2020).

⁸ Юрий Дудь: Провокация как путь к успеху. URL: <https://regnum.ru/news/2357985.html> (дата обращения 15.11.2020).

⁹ Именно так ответил В. Познер на вопрос Ю. Дудя «Чем вы зарабатываете на жизнь?», однако все-таки ответил на него.

сматривались как сфера «личного пространства», напротив, «народ хочет знать...». Учитывая, что практически все собеседники Ю. Дудя – люди небедные, эта тема является одной из ключевых у журналиста.

Ю. Д. – Дмитрию Нагиеву¹⁰: Когда вам предлагают рекламировать мирамистин или средство от потенции – это сколько? Плюс нолик?

Ю. Д. – Ксени Собчак: «Форбс» оценил твой заработок в 2 100 000 долларов.

К. С.: Имеет право на существование эта цифра.

Ю. Д. – Семену Слепакову: Сколько ты тратишь, чувак? *Такой вопрос я задаю всем...*

Как видим, вопрос может быть прямым или формулироваться как предложение согласиться или опровергнуть имеющуюся информацию – по сути, это иллюкативное вынуждение [Баранов, Крейдлин, 1992]. Отметим, что интерес к финансовому состоянию своего собеседника, как правило, является не просто данью человеческому любопытству. Во многих случаях для интервьюера это может быть поводом к более глубокому раскрытию личности своего визави. Типичный коммуникативный ход, развивающий эпизод обсуждения доходов, – вопрос о «переживании богатства».

Ю. Д. – С. Слепакову: По моей информации, твой ежегодный доход – от 1 млн долларов до 2 млн долларов. Что происходило в твоей голове, когда ты получил доступ к таким деньгам? Я точно знаю, что бабки часто меняют сознание и мутируют организм <...>.

Ю. Дудя понимает, что интерес аудитории к «лакированным» персонам, приглашенным на интервью, минимален: людям интересны противоречия личности, неоднозначно оцениваемые поступки, которые делают героя интервью похожим на них. Именно поэтому, на наш взгляд, типичными являются **вопросы о каких-либо неблагоприятных действиях**, в том числе о высказываниях, за которые, по мнению журналиста, его собеседнику должно быть стыдно или неловко.

Ю. Д. – Владимиру Познеру: Какие наркотики, кроме марихуаны, Вы пробовали?

В. П.: Никаких.

Ю. Д.: Только марихуану?

В. П.: Да.

Ю. Д. – Михаилу Ефремову: Вы бухаете?

Вопрос может быть сформулирован не только прямо, но и косвенно, при помощи приема «наведения темы» (см. об этом в [Иссерс, 2009]):

Ю. Д. – Дмитрию Глуховскому: Еще одна странная часть твоей биографии – это работа с Константином Рыковым...

Приемом стимуляции ответа на подобные провокационные вопросы может стать собственная история журналиста:

Ю. Д. – С. Слепакову: Когда ты последний раз делал г...о? (Пауза.) Я расскажу, как я сделал г...о.

Запрос информации нередко осуществляется при помощи **тактики «поймать на противоречии»** – как правило, через констатацию несовпадения мнений собеседника в разные периоды или в различных ситуациях: «В таком-то году / в такой-то ситуации вы сказали / сделали то-то... а позже говорили то-то». Так же, как и при обсуждении доходов, тактика вопроса формируется как имплицитно вынуждающий запрос на опровержение / объяснение / оправдание противоречия.

Ю. Д. – Сергею Гурьеву: Пенсионная реформа... В 2011 г. вы сказали, что пенсионная реформа неизбежна, иначе деньги кончатся. А в 2019-м сказали, что это не реформа – это изъятие денег...

¹⁰ Здесь и далее реплики журналиста обозначены Ю. Д., имя и фамилия интервьюируемого при первом упоминании указываются полностью.

В качестве любимого приема, нацеленного на эмоциональную дестабилизацию собеседника, Ю. Дудя использует вопросы из табуированной во всех христианских культурах **сферы сексуальных отношений**. Можно по пальцам пересчитать собеседников, которые были «помиллованы» и избежали этой темы (например, В. Познер, А. Роднянский, А. Долин).

Ю. Д. – Алексею Венедиктову: Когда у Вас был последний секс?

А. В.: Охренеть!

Ю. Д. – Д. Нагиеву: Приходилось ли вам пользоваться этим (виагрой. – *О. И.*)?

Д. Н.: Ну, пробовал... Кроме красных ушей и головных болей – ничего. Но если у вас есть в загашнике, я не откажусь.

Ю. Д. – Леониду Парфенову: Секс или алкоголь?

Л. П.: Ты еще спроси, маму или папу я больше люблю!

Степень открытости собеседников и их готовности обсуждать указанные темы варьируется от полной откровенности до шутки либо отказа, возмущения (см. об этом в [Иссерс, 2018]), однако сам факт включения их в диалог свидетельствует об изменении социальных норм публичного общения и использовании журналистом этого сдвига в целях портретирования своего героя.

Обязательные провокационные темы в интервью Ю. Дудя – **об отношении к коллегам по цеху и оценке тех или иных политических деятелей**. Провокативность этих вопросов подтверждается ответами интервьюируемых.

Ю. Д. – Владимиру Познеру: В интервью на «Дожде» Вы сказали, что есть люди, из-за которых в России нет журналистики. Вы не назвали ни одной фамилии. Входят ли в этот список Владимир Соловьев и Дмитрий Киселев?

В. П.: У меня есть правило: о людях, которые работают в моей профессии, не говорю ни хорошо, ни плохо. Просто у меня такой принцип.

Вопрос об оценке профессиональной деятельности коллег в ряде случаев содержит стимул для обсуждения сложившегося мнения – это своего рода **тактика запроса на опровержение стереотипов**.

Ю. Д. – Сергею Гуриеву: Как Вы относитесь к Чубайсу и Гайдару? Насколько правильно было винить Гайдара, Чубайса в нищете России 1990-х?

Как правило, в каждом интервью содержится запрос об отношении к президенту.

Ю. Д. – К. Собчак: Путин – красавчик? ¹¹

Ю. Д. – Д. Нагиеву: Оказавшись перед В. В. Путиным, что вы ему скажете?

В то же время нам представляется крайне прямолинейным вывод о том, что феномен популярности журналиста обусловлен исключительно его обращением к табуированным темам. Вопреки сложившейся традиции трактовать его стратегию именно в этом ключе, хотелось бы обратить внимание на то, что в его беседах всегда затрагивается **тема «простого человеческого счастья»**. И это не случайно: в диалогах с состоявшимися в профессиональном плане собеседниками ему важно не только продемонстрировать их достижения, но и выявить личностную доминанту – то, что позволяет человеку достичь многого.

Ю. Д. – Л. Парфенову: Что нужно делать, чтобы оставаться счастливым?

Ю. Д. – С. Гуриеву: Можно ли быть счастливым вдали от дома?

Ю. Д. – Антону Долину: Сколько лет вы вместе со своей женой?

А. Д.: 20 лет.

Ю. Д.: Как?

В этом смысле можно рассматривать интервью Ю. Дудя не только как трансляцию сложившихся норм и ценностей массовой культуры, но и в аспекте воздействия на его целевую

¹¹ Этот вопрос на протяжении нескольких лет был стандартным во всех интервью, однако в 2019–2020 гг. Ю. Дудя стал прибегать и к другим формулировкам вопроса об отношении к президенту.

аудиторию – как предлагаемые для осмысления истории и мотивы личностного роста¹². Вопросы типа «В чем смысл жизни?», «В чем сила?» и подобные, несмотря на то что они задаются регулярно, служат стимулом для очень разных ответов, кратких либо развернутых. По замыслу журналиста (как мы позволим себе предположить), именно эти ответы существенны для понимания героя интервью.

На основании наблюдений за тематическим репертуаром интервью Ю. Дудя можно констатировать, что стратегию интервьюера характеризует ряд ключевых тем, актуальных для массовой аудитории, в том числе и нарушающих некоторые социальные табу. С точки зрения драматургии провокационный вопрос вносит в ход интервью элемент интриги, непредсказуемости, придает ему динамизм. Осмелится ли интервьюер выйти за рамки кооперативного общения, нарушив планомерное течение беседы? Как отреагирует его собеседник на это нарушение норм? Готов ли он к ответу на провокационный вопрос, сможет ли совладать с эмоциями?

Таким образом, тактику нарушения тематических / этических табу можно интерпретировать как часть коммуникативной стратегии Ю. Дудя. Частотность информативных ответов на провокационные вопросы позволяет рассматривать эти приемы как отражающие изменение некоторых этических норм в рамках русской лингвокультуры и как ответ на запрос массовой аудитории.

2. Приемы запроса / выведывания информации

Одной из существенных жанровых характеристик интервью является его двойственный адресат: журналист беседует со своим гостем, и в то же время его целевой аудиторией является массовый зритель / слушатель / читатель (см. [Иванова, 2009; Лукина, 2012] и др.). При этом получение информации далеко не всегда является беспрепятственным процессом – во многих случаях запрос оказывается неудовлетворенным в силу разных причин: интервьюируемый не склонен делиться информацией, считает ее невыгодной для собственного имиджа либо неактуальной для массового адресата и т. д. [Иссерс, Плотникова, 2010]. В этом смысле мастерство журналиста проявляется в искусном балансировании между желанием раскрыть своего собеседника даже вопреки его желанию и чувству такта. Приемы выведывания информации строятся как на прямом, эксплицитном, так и на имплицитном запросе. Если собеседник отвечает расплывчато, уходя от конкретного ответа, Ю. Дудь использует **тактику уточнения**, позволяющую получить максимально четкий и полный ответ на запрос (заметим в скобках, что эта стратегия не всегда бывает результативной, но сами попытки являются его характерными приемами ведения интервью).

Ю. Д. – С. Гурьеву (о его лекции на телеканале «Дождь» про то, что «красивые и высокие получают больше, чем другие»): Ну Вы понимаете, что евгеникой и фашизмом от этой лекции разит?

С. Г.: <...>

Ю. Д.: А, ну Вы воспринимаете это как несправедливость?

Ю. Д. – К. Собчак: То есть он помогал ему (Анатолию Собчаку, отцу К. Собчак. – *О. И.*) уйти от следствия? Да или нет: он помогал ему уйти от следствия и покинуть территорию России?

К. С.: Он помог сделать так, чтобы травля моего отца была закончена... <...>

Ю. Д.: Человек помог твоему отцу... Как после этого ты будешь с ним конкурировать, не критикуя?

«Он профессионально вытаскивает из собеседника то, что в том спрятано», – считает тележурналист Андрей Максимов. <...> Дудю удается «достать» из гостя все необходимое, задавая простые вопросы, не перегруженные его личной позицией» [Рюрикова, 2018. С. 58]. По мнению Андрея Максимова, существенным признаком стиля Ю. Дудя является способность добиваться ответа на любой свой вопрос, и при этом «никогда нет ощущения пошлости и мерзости». «Помогите мне вас раскрыть» – вот его посыл [Там же. С. 59]. Эффективной

¹² В связи с этим трудно согласиться с мнением Н. Н. Подосокорского: «Интернет-проект Дудя нарочито антипросветительский и по поднимаемым им темам (в основном они весьма приземлены и низменны), и по отбору гостей для участия в программе: среди нескольких десятков собеседников блогера нет ни одного ученого, сотрудника музея, вуза или библиотеки, благотворителя, правозащитника и т. п. ...» [Подосокорский, 2018. С. 158].

тактикой достижения этой цели являются короткие **«почему-вопросы»**, стимулирующие развернутую аргументацию собеседника.

Ю. Д. – А. Долину:

- Почему ты ушел из «Вечернего Урганта»?
- Почему ты считаешь, что двойное гражданство Брюлева – это ок?
- Почему Тарковский – величайший русский режиссер?
- Почему «Бесславные ублюдки» – худший фильм Тарантино?
- Почему Никита Михалков больше не снимает крутых фильмов, а Андрей Кончаловский еще в деле?

Ю. Д. – С. Гурьеву: Вы можете кратко объяснить, почему развалился Советский Союз?

Запрос информации может включать предлагаемую интерпретацию: как правило, это своего рода **подсказка** того направления, в котором журналист предлагает собеседнику поразмышлять:

Ю. Д. – А. Долину: Ты много лет работал на ВГТРК. Как ты это делал, начиная с 2014 г.? Я понимаю, до этого была компромиссная часть. *Вряд ли это было так токсично, как с 2014 г.* <...> Тебя раздрала рефлексия?

Одним из приемов, регулярно используемых Ю. Дудем, является **моделирование статусно-ролевых отношений**. В его интервью мы можем наблюдать различные соотношения ролей и статусов: его собеседник может быть коллегой по журналистскому цеху либо представителем шоу-бизнеса, сферы культуры, близким по возрасту, и тогда разговор идет на равных, как с А. Ивлеевой, К. Собчак, С. Слепаковым; мэтром – тогда диалог строится по принципу «пристройка снизу» (ср. интервью с В. Познером и Н. Михалковым), возможна и позиция «пристройка сверху», когда собеседник по жизненному опыту явно не равен журналисту (А. Моргенштерн). Типичная позиция для героя интервью, вызывающего уважение журналиста, – **роль эксперта**. Она предполагает не только оценку современной ситуации, но и прогноз. **Запрос на гипотезу** и оценка прогностических версий развития событий является одним из регулярно используемых Ю. Дудем приемов.

Ю. Д. – С. Гурьеву: Если ничего не менять, что будет с Россией через 10 лет?

Ю. Дудь активно использует игру на повышение адресата – «включает» у него роль «эксперта».

Ю. Д. – А. Долину: Я буду первым, кто честно скажет, что не разбираюсь (в кино. – *О. И.*). Люблю, но не разбираюсь. Советское кино – оно и правда великое?

<...> Александр Петров – хороший актер?

<...> Ты называл «Бриллиантовую руку» шедевром. Что ты имел в виду?

<...> Том Хэнкс тоже везде одинаковый... Когда я смотрю своим чайниковским взглядом...

Ю. Д. – С. Гурьеву: То есть, переводя на более понятный язык, на мой, чайниковский...

В стратегии «игры на повышение» Ю. Дудь пользуется приемом понижения собственного интеллектуального и образовательного статуса: в разговоре с профессионалами свои вопросы он называет «стыдными», тем самым подчеркивая избранную им позицию «любопытного невежды».

Ю. Д. – С. Гурьеву: Важнейший *стыдный вопрос*: что есть экономика России без газа и нефти?

Прием очевиден: журналист моделирует традиционную для стратегии игры на понижение роль профана, позиционируя себя как дилетанта, а своего собеседника – как эксперта. Эти предлагаемые позиции эксплицируются в ремарках типа «У нас разница в прочитанных книгах в десятки тысяч, а может, и в миллионы» (Ю. Д. – А. Долину).

Раскрытию собеседника с неожиданной стороны помогают вопросы об эксклюзивных / экстремальных событиях, фактах. Они поддерживают интерес к диалогу и нередко добавляют новые краски в палитру журналистского портрета.

Ю. Д. – Л. Парфенову: Самое невероятное предложение, которое поступало Вам по работе?

Ю. Д. – С. Слепакову: Самые необычные условия, в которых Вы придумывали (юмористические сценарии. – *О. И.*)?

Таким образом, как показывают наблюдения, Ю. Дудь регулярно использует следующие приемы запроса и получения / выведывания информации: иллокутивное вынуждение аргументации («почему-вопросы»), уточняющие вопросы, переформулирование, ролевые игры (Профан vs. Эксперт»), вопросы «про эксклюзив».

3. Приемы интерпретации и оценки сказанного собеседником

В целом выражение собственного мнения и оценка высказываний собеседника считается нежелательной в профессиональном интервью. «Если журналист говорит в интервью столько же или больше, чем собеседник, – это признак недостаточной квалификации [Колесниченко, 2008. С. 53]. «Я своим студентам всегда говорю о том, что вопрос не должен содержать в себе ответ, – замечает Андрей Максимов. – Дудь никогда не высказывает своего мнения – он делает ровно то, что должен делать хороший интервьюер, а именно – профессионально вытаскивает из человека то, что в нем спрятано» [Рюрикова, 2018. С. 58].

На наш взгляд, личная позиция интервьюера все-таки обозначена в каждом интервью, но выражается она, как правило, имплицитно.

Ю. Д. – Д. Глуховскому: Можно ли писать про Россию, находясь в Барселоне?

Ю. Д. – Д. Нагиеву: Мультик про ракеты, которые могут долететь до Флориды, *Вам тоже отвратителен?*

Рэп-исполнитель Алишер Моргенштерн – о треке «Когда я буду президентом»: «Классные ребятки!»

Ю. Д. – А. Моргенштерну: Один из классных ребятков продвигал закон о митингах...

Приемом подтверждения собственной позиции является «**делегирование мнения**»: интервьюер предлагает собственную интерпретацию событий / фактов и передает инициативу собеседнику, который может согласиться с ней или опровергнуть. Этот прием формально строится на запросе понимания (*ты же понимаешь, что...?*), но его иллокутивная цель связана с запросом подтверждения предлагаемого мнения, позиции:

Ю. Д. – А. Моргенштерну: Ты же понимаешь, что, работая с таким человеком, ты работаешь на государство?

Отметим, что частотность использования этого приема варьируется в зависимости от собеседника журналиста: тот, чью позицию он разделяет и к кому испытывает уважение, чаще получает запросы на экспертное мнение типа «Почему...?», чем запросы на подтверждение / опровержение мнения типа «Ты же понимаешь...?». Так, ни Л. Парфенов, ни Д. Глуховский, ни В. Познер не получили подобных вопросов. В разговоре с этими персонами, скорее, можно ожидать иной коммуникативный прием: в ходе диалога журналист предлагает собственное видение ситуации, которое возникло непосредственно в момент беседы, – это как бы «**озарение**» простака, спровоцированное словами собеседника.

Ю. Д. – С. Гуриеву: Слушайте, все, что Вы говорите, иллюстрирует мысль, что если бы Путин ушел в 2008 году, он бы ушел великим президентом?

Предложение собственного мнения может быть реакцией на спорное высказывание собеседника и реализоваться в комплексе уточняющих вопросов и утверждений, стимулирующих дискуссию.

Ю. Д. – А. Долину: Почему ты считаешь, что двойное гражданство Брюлева – это ок?

А. Д.: Это самый простой вопрос на свете. <...> Я считаю, что шельмить любого гражданина в XXI веке за двойное гражданство – это смех, это бред!

Ю. Д.: Он не любой человек. Это человек, работа которого и капитал которого построены на том, что он учит тебя и меня, как надо родину любить. <...> это же не вопрос о том, что надо судить его. <...> Это важная информация для контекста. Это важно, чтобы люди это знали и обсуждали.

Таким образом, приемы интерпретации и оценки высказываний своего героя помогают интервьюеру достичь тех целей, которые соответствуют его коммуникативной стратегии в конкретном диалоге: продемонстрировать «экспертность», показать этическую несостоятельность, выявить личностные особенности.

4. Выбор языкового кода

Большинство рецензий, посвященных успеху канала «вДудь», затрагивают проблему выбора языкового кода. Журналисты отмечают, что он говорит не каким-то ««занафталиненным» языком», при этом некоторые авторы предполагают, что секрет успеха журналиста объясняется в том числе и нарушением норм приличий – использованием ненормативной лексики. «Дудь при этом не пытается выглядеть интеллектуалом и эрудитом, в нем нет и намека на интеллигентность, обценная лексика для него не средство усиления речи, а обыденность», – считает Н. Подсокорский [2018. С. 158].

«Если бы Дудь примерял с разными людьми разные маски, он рано или поздно сбился бы... Понятно, что с Роднянским он не будет ругаться матом, а со Шнуром – вполне себе, но в целом он проделывает одно и то же», – утверждает журналист Андрей Максимов [Рюрикова, 2018. С. 58].

Представляется, что этот взгляд несколько упрощает ситуацию: журналист Ю. Дудь обладает хорошим языковым чутьем и не просто «приправляет» речь с некоторыми персонами, известными своей «речевой свободой», матизмами, но достаточно точно настраивает свой выбор с учетом собственных коммуникативных задач и личности адресата. Нельзя не заметить варьирование речевого выбора в интервью с различными собеседниками. Так, в беседах с В. Познером, А. Роднянским, С. Гуриевым практически отсутствует ненормативная лексика, а в интервью с дизайнером А. Лебедевым, популярными музыкантами С. Шнуром и А. Моргенштерном, телеведущей А. Ивлеевой она используется настолько активно, что создает для части аудитории этические и эстетические препятствия, мешающие полноценному восприятию сути беседы. Однако нельзя не учитывать, что без этой идентифицирующей личность речевой характеристики портрет собеседника был бы недостаточно точным. Формат шоу, где собеседники говорят доверительно, в том числе и о многих проблемах из сферы личного, не допускает, на наш взгляд, резкого диссонанса с кодом собеседника. В этом случае беседа бы просто была обречена на провал.

Так, в интервью с писателем Д. Глуховским, которого трудно заподозрить в скромном лексическом запасе, оба коммуниканта используют ненормативные единицы, чаще всего в собственной им оценочной функции:

Ю. Д. – Д. Глуховскому (одобрительно): Ну что за п...ц ты придумал!

Д. Г. (задумчиво): Что за п...ц...

Отметим, что эта тема вообще не раз являлась предметом рефлексии в интервью Ю. Дудя, в том числе и с коллегами-журналистами.

Ю. Д. – В. Познеру: Последнее матерное слово, которое Вы произносили?

В. П.: Б...дь.

Ю. Д. – Л. Парфенову: Как относитесь к русскому мату?

Л. П.: Люди делятся на тех, кого группа «Ленинград» напрягает, и тех, для кого это часть великого русского языка.

Ю. Д.: Вас напрягает эта группа?

Л. П.: Нет.

Выбор языкового кода, соответствующего речевым предпочтениям адресата, касается также сленговых, жаргонных, профессиональных единиц.

Ю. Д. – А. Долину: У кого из наших авторов больше всего скилов¹³, чтобы оказаться в Голливуде?

¹³ От англ. skills – «умения, профессиональные навыки».

Ю. Д. – А. Моргенштерну: Когда ты понял, что стратегия фитóв ¹⁴ с очень популярными людьми может вознести еще выше, чем ты был?

– <...> Кислота была в твоей жизни? ¹⁵

Ю. Д. – С. Слепакову: Бабки часто мутируют организм не меньше, чем герыч ¹⁶...

Как показывают наблюдения, Юрий Дудь осознанно варьирует языковой код, руководствуясь двойственным адресатом своей программы. С точки зрения создания оптимальных условий для своего гостя он следует принципу коммуникативной целесообразности, а обращаясь к массовой аудитории, стремится показать собеседника с наибольшей точностью в совокупности всех его личностных особенностей, в том числе и речевых. На примере интервью Ю. Дудя мы можем убедиться в том, что прием «дискурсивной адаптации» является одной из ярких примет современной телевизионной и интернет-журналистики [Выровцева, 2019]. В этом смысле он так же способствует реализации драматургического замысла интервью, как и речевые характеристики героев художественных текстов.

Выводы

Анализ интервью Юрия Дудя позволил выявить ряд коммуникативных приемов ведения интервью, которые в совокупности определяют индивидуальный стиль журналиста. Это тематическая стратегия, стратегии запроса информации и ее интерпретации / оценки, а также стратегия выбора языкового кода.

Тематический репертуар интервьюера характеризует ряд ключевых тем (доходы и расходы, неблагоприятные действия / высказывания / вредные привычки интервьюируемого, отношения к коллегам по цеху и власти), в том числе и темы, нарушающие некоторые социальные табу. Однако, на наш взгляд, было бы упрощением толковать этот выбор исключительно запросами непритязательной многомиллионной аудитории – Дудя смотрят представители разных социальных групп, в том числе и с высоким уровнем образования. Его вопросы нередко предполагают стремление продемонстрировать не только внешние аспекты проблемы, но и рефлексии гостя по этому поводу («переживание» богатства, стратегии потребления, внутренние конфликты личности и др.), что позволяет рассматривать традиционный для интервью Юрия Дудя репертуар тем как его осознанный коммуникативный выбор, обусловленный драматургией публичного диалога и задачами портретирования. «Дудь открывает своих героев с той стороны, с которой к ним не подходил еще ни один журналист», – подметил один из зрителей.

Журналистский стиль Ю. Дудя отличают и приемы запроса и получения / выведывания информации: иллюкативное вынуждение аргументации («почему-вопросы»), уточняющие вопросы, переформулирование, ролевое моделирование отношений с собеседником (в частности, Эксперт vs Дилетант). Приемы интерпретации и оценки высказываний собеседника строятся на максимально четком выявлении его позиции для массового адресата путем экспликации идей, выраженных гостем не в явной форме, «делегирования мнения», эффектов «озарения».

Выбор языкового кода свидетельствует о «дискурсивной адаптации» журналиста к своему собеседнику и позволяет максимально объемно и точно раскрыть для массовой аудитории его личность, в том числе и ее дискурсивную доминанту.

Интервью Ю. Дудя, на наш взгляд, являются ярким образцом трендов современной интернет-журналистики, а реализуемые им коммуникативные стратегии позволяют увидеть перспективы развития жанра. По нашему мнению, они связаны с драматизацией сценария разговора («Мир любит слушать о борьбе», – как заметил Д. Карнеги), которая находит проявления в тематике разговора, эксплицитных и имплицитных оценках, выборе кода. Будучи

¹⁴ В рэпе сокр. от англ. featuring – «совместное исполнение».

¹⁵ О наркотиках.

¹⁶ О героине.

востребованным медийным «продуктом», жанр интервью не только отражает особенности социальных коммуникаций XXI в., но и является мощным фактором формирования современной массовой культуры.

Список литературы

- Баранов А. Н., Крейдлин Г. Е.** Иллокутивное вынуждение в структуре диалога // Вопросы языкознания. 1992. № 2. С. 84–99.
- Вахтель Н. М., Муртафа К. С.** Речевое поведение современного интервьюера // Профессиональная риторика: проблемы и перспективы. Воронеж: ВГУ, 2001. С. 69–71.
- Выровцева Е. В.** Дискурсивная адаптация интервьюера как современная тенденция // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: Сб. материалов Междунар. науч. форума: В 2 т. / Отв. ред. В. В. Васильева. СПб.: СПбГУ, 2019. С. 171–173.
- Голанова Е. И.** Устный, публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М.: Языки русской культуры, 1996. С. 427–452.
- Доренко С.** Ничего не изменится до 2036 года. Да и после // Собеседник. 2018. № 35 (1721).
- Иванова И.** Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2009. 28 с.
- Ильченко С. Н.** Интервью в журналистике: Учеб. пособие. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. 282 с.
- Иссерс О. С.** Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. М.: Наука, 2009. Вып. 18. С. 92–104.
- Иссерс О. С.** Грани «приличного / неприличного» в публичной коммуникации (на примере интервью Юрия Дудя) // Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации: Материалы Междунар. науч. конф. / Отв. ред. И. А. Шаронов. М.: Политическая энциклопедия, 2018. С. 94–103.
- Иссерс О. С., Плотникова О. А.** Провоцирующие речевые тактики в публичном интервью // Вопросы культуры речи / Отв. ред. А. Д. Шмелев. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2010. С. 334–340.
- Каминская Т. Л.** «Риторические утверждения» в интервью // СМИ в современном мире: Тез. науч.-практ. конф. СПб.: Факультет журналистики СПбГУ, 1999. С. 162–163.
- Кантор Ю. З.** Диалогический текст интервью в коммуникативном аспекте: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2001. 26 с.
- Колесниченко А.** Практическая журналистика: Учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 192 с.
- Лукина М. М.** Технология интервью: Учеб. пособие для вузов. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 2012. 192 с.
- Подсокорский Н. Н.** «Лицо с экрана». В чем секрет популярности ток-шоу «вДудь»? // Наука телевидения. 2018. № 14.3. С. 151–166.
- Попова Т. И.** Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. 220 с.
- Рюрикова С.** Поймать пересмешника // STORY. 2018. № 3. С. 54–59.
- Сахнова Е. Б.** Жанр интервью и его модификации // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2013. Т. 13, вып. 4. С. 98–103.
- Степанов В. Н.** Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики // Московский лингвистический журнал. 2003. Т. 6. № 2. С. 157–180.
- Стрельникова М. А.** Национальная специфика коммуникативного поведения российских и американских тележурналистов в процессе интервью // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития: Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 2018. С. 251–256.

- Цвик В. Л.** Телевизионная журналистика: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 496 с.
- Шапинская Е. Н.** Массовая культура. Теории и практики. М.: Согласие, 2017. 386 с.
- 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 Cultural Turn in the Study of Arts*. M. Kemperink, H. Hoen (eds). Leuven, Paris, Dudley, MA, Peeters, 2008, 214 p.
- Swingewood A.** The Myth of Mass Culture. Humanities Press, 1977, 146 p.

References

- Baranov A. N., Kreydlin G. E.** Illokutivnoe vynuuzhdenie v strukture dialoga [Illocutionary Constraint in the Structure of the Dialogue]. *Voprosy yazykoznaniiya [Issues of Language Studies]*, 1992, no. 2, p. 84–99. (in Russ.)
- 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 Cultural Turn in the Study of Arts*. M. Kemperink, H. Hoen (eds). Leuven, Paris, Dudley, MA, Peeters, 2008, 214 p.
- Dorenko S.** Nichego ne izmenitsya do 2036 goda. Da i posle [Nothing will change until 2036. Even afterwards]. *Sobesednik [Interlocutor]*. 2018, № 35 (1721). (in Russ.)
- Golanova E. I.** Ustnyi, publichnyi dialog: zhanr interv'yu [Oral, Public Dialogue: Genre of Interview]. In: *Russkii yaazyk kontsa XX stoletiyaa (1985–1995) [Russian Language in the End of the 20th Century (1985–1995)]*. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury publ., 1996, p. 427–452. (in Russ.)
- Ichenko S. N.** Interv'yu v zhurnalistike [Interview in Journalism]. Study Guide. Saratov, IPR Media publ., 2019, 282 p. (in Russ.)
- Issers O. S.** Strategiya rechevoi provokatsii v publichnom dialoge [The Strategy of Speech Provocation in the Public Dialogue]. In: *Russkii yazyk v nauchnom osveshhenii [Russian Language in the Scientific Light]*. Moscow, Nauka, 2009, iss. 18, p. 92–104. (in Russ.)
- Issers O. S.** Grani “prilichnogo / neprilichnogo” v publichnoi kommunikatsii (na primere interv'yu Yuriya Dudy) [The Verge of Acceptable / Non-acceptable in Public Communication (on the example of Yurii Dud's interviews)]. In: *Vezhlivost' i antivezhlivost' v yazyke i kommunikatsii [Politeness and Anti-politeness in the Language and in Communication]*. Proc. of International Scientific Conference. Ed. by I. A. Sharonov. Moscow, Politicheskaya entsiklopediya publ., 2018, p. 94–103. (in Russ.)
- Issers O. S., Plotnikova O. A.** Provotsiruyushchie rechevye taktiki v publichnom interv'yu [Provocative Speech Tactics in a Public Interview]. In: *Voprosy kul'tury rechi [Issues of the Culture of Speech]*. Ed. by A. D. Shmelev. Moscow, AST PRESS KNIGA publ., 2010, p. 334–340. (in Russ.)
- Ivanova I.** Zhanr interv'yu: formy bytovaniya i yazykovye osobennosti [Genre of Interview: Forms of Being and Language Features]. Dr. Phil. Sci. Abs. Diss. Astrakhan, 2009, 28 p. (in Russ.)
- Kaminskaya T. L.** “Ritoricheskie utverzheniya” v interv'yu [“Rhetoric statements” in Interview]. In: *SMI v sovremennom mire [Mass Media in the Contemporary World]*. Theses of Scientific and Training Conference. St. Petersburg, Faculty of Journalism in SPbSU Press, 1999, p. 162–163. (in Russ.)
- Kantor Yu. Z.** Dialogicheskiy tekst interv'yu v kommunikativnom aspekte [Dialogical interview text in communicative aspect]. Dr. Phil. Sci. Abs. Diss. St. Petersburg, 2001, 26 p. (in Russ.)
- Kolesnichenko A.** Prakticheskaya zhurnalistika [Practical Journalism]. Study Guide. Moscow, MSU Press, 2008, 192 p. (in Russ.)
- Lukina M. M.** Tehnologiya interv'yu [The Technology of the Interview]. Study Guide. 2nd ed. Moscow, Aspect Press, 2012, 192 p. (in Russ.)

- Podosokorskiy N. N.** “Litso s ekrana”. V chem sekret populyarnosti tok-shou “vDud”? [“A Face from the Screen”. Wherein Lies the Secret of the Popularity of the Talk Show “vDud”?]. *Nauka televideniya [The Science of TV Broadcast]*. 2018, no. 14.3, p. 151–166. (in Russ.)
- Popova T. I.** Teleinterv'yu v kommunikativno-pragmaticheskom aspekte [TV-interview in Communicative and Pragmatic Aspect]. St. Petersburg, Faculty of Philology, SPbSU Press, 2002, 220 p. (in Russ.)
- Ryurikova S.** Poymat' peresmeshnika [To catch a mockingbird]. *STORY*, 2018, no. 3, p. 54–59. (in Russ.)
- Sakhnova E. B.** Zhanr interv'yu i ego modifikatsii [Genre of Interview and its Modifications] *Izvestiya Samarskogo universiteta. Nov. ser. Ser. Filologiya. Zhurnalistika [Samara University Periodical. New Series. Philology Series. Journalism]*, 2013, vol. 13, iss. 4, p. 98–103. (in Russ.)
- Shapinskaya E. N.** Massovaya kul'tura. Teorii i praktiki [Mass Culture. Theories and Practices: Monograph]. Moscow, Soglasiye publ., 2017, 386 p. (in Russ.)
- Stepanov V. N.** Provokatsionnyi vopros s tochki zreniya pragmalingvistiki [Provocative Question from Pragmalinguistic Point of View]. *Moskovskiy lingvisticheskiy zhurnal [Moscow Linguistic Journal]*, 2003, vol. 6, no. 2, p. 157–180. (in Russ.)
- Strelnikova M. A.** Natsional'naya spetsifika kommunikativnogo povedeniya rossiyskikh i amerikanskikh telezhurnalistov v protsesse interv'yu [The National Peculiarities of Communicative Behavior of Russian and American Tv Journalists in the Interviewing]. In: *Lingvistika, lingvodidaktika, lingvokul'turologiya: aktual'nye voprosy i perspektivy razvitiya [Linguistics, Linguodidactics, Linguoculturology: Current Issues and Development Perspectives]*. Proc. 2nd International Scientific and Training Conference. Minsk, 2018, p. 251–256. (in Russ.)
- Swingewood A.** The Myth of Mass Culture. Humanities Press, 1977, 146 p.
- Tsvik V. L.** Televizionnaya zhurnalistika [TV Journalism]. Study Guide. 2nd ed. Moscow, YUNITI-DANA publ., 2015, 496 p. (in Russ.)
- Vakhtel N. M., Murtafa K. S.** Rechevoe povedenie sovremennogo interv'yuera [Speech Behavior of the Contemporary Interviewer]. In: *Professional'naya ritorika: problemy i perspektivy [Professional Rhetorics: Problems and Perspectives]*. Voronezh, VSU Press, 2001, p. 69–71. (in Russ.)
- Vyrovitseva E. V.** Diskursivnaya adaptatsiya interv'yuera kak sovremennaya tendentsiya [Interviewer's Discursive Adaptation as a Modern Trend]. In: *Media v sovremenom mire [Media in the Contemporary World]*. 58th St. Petersburg readings. Proc. of the International Scientific Forum. In 2 vols Ed. by V. V. Vasilyeva. St. Petersburg, SPbSU Press, 2019, p. 171–173. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Received
12.02.2021

Сведения об авторе

Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор, декан факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского (Омск, Россия)
isserso@mail.ru

Information about the Author

Oxana S. Issers, Doctor of Philological Sciences, Professor, Dean of the Department of Philology and Media, Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russian Federation)
isserso@mail.ru