

<https://newizv.ru/news/culture/05-05-2006/45860-zori-vse-eshe-tihie>. [29.04. 2019]

Slyshkin, G.G., Yefremova, M. A. (2004) Kinotekst (opyt lingvo-kulturologicheskogo analiza) [Cinematext (ALinguistic and Cultural Study)]. Moskva: Vodoley Publishers. 153 p., p. 37.

Hofstede, Geert. Hofstede's Insights.

<https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/> [30.04.2019].

<https://www.kinopoisk.ru/film/43395/reviews/> [29.04.2019].

For citation:

Nikolskaya, T. (2019) THE IMPACT OF NATIONALLY DETERMINED VALUE FILTERS ON THE PERCEPTION OF A FOREIGN MULTIMODAL TEXT. International Scientific-Pedagogical Organization of Philologists " WEST-EAST " (ISPOP). Scientific Journal WEST-EAST. Vol 2/1 N1 (October, 2019). pp. 109-113. doi: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-109-113>

Для цитирования:

Никольская, Т.Н. (2019) ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ МЕДИАТЕКСТ О СИБИРИ КАК ПОЛИКОДОВОЕ ЯВЛЕНИЕ // International Scientific-Pedagogical Organization of Philologists " WEST-EAST " (ISPOP) . Scientific Journal WEST-EAST. Vol 2/1 N1 (October, 2019). С. 109-113. doi: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-109-113>

Information about the author: Tatiana Nikolskaya - PhD, associate professor of the Department of Russian Language and Stylistics. Maxim Gorky Institute of Literature and Creative Writing. Moscow, Russian Federation.

e-mail: t.e.nikolskaya@gmail.com

Сведения об авторе: Татьяна Евгеньевна Никольская - канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Литературного института имени А. М. Горького.

e-mail: t.e.nikolskaya@gmail.com.

Manuscript received: 06/01/2019 Accepted for publication: 09/23/2019

DOI: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-113-117>

THE SPECIAL FEATURES OF CONTEMPORARY INTERVIEW FORMAT ON YOUTUBE CHANNEL

Tatiana Popova
Doctor of Philology, Professor
St. Petersburg state University
 (Saint Petersburg, Russia)
 e-mail: t.popova@spbu.ru

Abstract. A new phenomenon in the media sphere – the interview on YouTube channel is described in the article. Videoblog of Nicholay Solodnikov «Notpoznyet» is used as text material. The purpose of the study is to identify the special features of the new YouTube-interview format compared to the television format. The main method of research is the comparative method based on discourse analysis of texts. As a result of frame analysis of interviews with personality on television and in Videoblog, the author concluded that both interview formats are based on the frame «Personality, revealing in issues related to childhood, school, family, friends, art, preferences, plans, the future of the country. Compositional differences of these formats were identified: three - part compositions of interview is saved, but function of presentation of interlocutor in YouTube format is changed, the function of attracting the attention of users, as well as informative function - the presentation of feature interview topics- are presented in addition to self-characteristics. New communicative roles of participants in the interview are revealed. As an effect of increasing of the role of the personal nature the communication between the participants of interview in YouTube format tends to turn into interpersonal phatic communication which is reflected in the nature of the relationship of minimum dialogical units in the whole composition. The minimum dialogical units are linked not be logical relationships of conditionality and concurrent associativity, peculiar to fatic communication. In general, the identified features in YouTube interview-format shows the strengthening of interview role in the process of self-discovery process.

Keywords: interview with person, YouTube format, structural, semantic, communicative special features

ОСОБЕННОСТИ ФОРМАТА СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРВЬЮ
НА YOUTUBE-КАНАЛЕ

Татьяна Игоревна Попова
Доктор филологических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный университет
(Санкт-Петербург, Россия)
e-mail: t.popova@spbu.ru

Аннотация. В статье рассматривается новое явление в медиапространстве – интервью на YouTube-канале. В качестве материала исследования привлекается видеоблог Николая Солодникова «Ещенепознер». Цель исследования – выявить характерные особенности нового YouTube-формата интервью в сравнении с телевизионным форматом. Основным методом исследования является сравнительно-сопоставительный метод на основе дискурсивного анализа текстов. В результате фреймового анализа интервью с личностью на телевидении и в видеоблоге автор пришел к выводу, что в основе обоих форматов интервью лежит фрейм «Личность», что проявляется в тематике вопросов, касающихся детства, школы, семьи, друзей, творчества, пристрастий, планов, будущего страны. Были выявлены композиционные различия данных форматов: при сохранении трехчастной композиции интервью в YouTube-формате меняется функция представления собеседника, помимо самохарактеристики собеседника, присутствуют функция привлечения внимания пользователей, а также информативная функция – представление тематики интервью. Выявлены новые коммуникативные роли участников интервью. В силу возрастания роли личностного начала характер общения между участниками интервью в YouTube-формате стремится к переходу в межличностное интеллектуальное фатическое общение, что отражается в характере взаимосвязи минимальных диалогических единиц в композиционном целом. Минимальные диалогические единицы связаны между собой не логическими отношениями обусловленности, а параллельной ассоциативной связью, характерной для фатического общения. В целом выявленные особенности интервью в YouTube-формате свидетельствуют об усилении роли интервью в процессе самопознания личности.

Ключевые слова: интервью с личностью, YouTube-формат, структурные, семантические, коммуникативные особенности

ВВЕДЕНИЕ. Интервью с личностью, интервью-портрет, неизменно на протяжении конца XX – начала XXI веков сохраняет лидирующие позиции в дискурсе экзистенциальных ценностей. С развитием интернета усилилась роль данного жанра как способа самоидентификации в условиях многополярного мира. Культурологи отмечают роль YouTube в процессе индивидуализации производства и передачи информации (медиаации). Индивидуализация касается как процесса потребления информации в интернете («сейчас каждый из нас в YouTube имеет свой персональный список видео, рекомендованные списки видео, кроме того, пользователи, своими действиями в YouTube, можно сказать, реализовывают давние утопические идеи возможного социалистического предназначения медиа, когда каждый должен стать манипулятором или активным агентом, монтажером, должен сменить статус принимающей инстанции на статус производителя/передатчика» (Konstantyuk 2012)), так и процесса производства информации: «You + Tube, ты и твой собственный канал (труба), или ты сам и есть канал» (там же). Таким образом, YouTube рассматривается как способ медиаации (опосредования) между социальным и индивидуальным. В этих новых условиях формат интервью подвергается изменениям на структурном, семантическом и коммуникативном уровнях. Цель данной статьи – проследить взаимосвязь между телевизионным интервью и интервью на YouTube канале, выделить отличительные черты нового формата интервью, обусловленные каналом связи и изменившимися целями и условиями общения.

В качестве материала исследования привлекается видеоблог Николая Солодникова «Ещенепознер», который выходит еженедельно с октября 2018 года. Количество просмотров каждого выпуска достигает 100 - 400 тысяч. В интервью порталу «Бумага» Николай Солодников так объясняет причину создания нового видеоблога: «Идея сделать шоу на ютьюбе появилась давно. Мне представляется, что сегодня ютьюб окончательно победил телевизор. Он предоставляет уникальную возможность для высказывания в самых разных форматах. И мне показалось, что то, что мы хотим сделать, на ютьюбе пока не представлено. Герои «Ещенепознера» — совсем не ютьюбовские персонажи. По крайней мере, не были такими до недавнего времени. Оказалось, что интервью с Михаилом Пиотровским могут посмотреть почти сто тысяч человек (89 тысяч просмотров за месяц — прим. «Бумага»), а интервью с Александром Сокуровым — больше 300 тысяч (318 тысяч просмотров за месяц — прим. «Бумага»). Большому количеству людей такие герои интересны — поэтому мы решили их “ютьюбизировать”» (Chigin 2018).

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ. Исследователи СМИ 90-х годов XX века отметили важные сдвиги в информационном обществе. На фоне массового «лично-биографического эксбиционизма», как определила эту тенденцию тогдашних СМИ культуролог Т.Чередниченко (Cherednichenko 1999), усилилась роль ведущего, появилась авторская журналистика, личностная журналистика. Изменения массового сознания в конце XX века определили ведущую роль познающего субъекта в представлении объективной реальности (Mansurova 2002). В условиях нарастания индивидуализации общества журналистика стала средством коммуникативной саморегуляции общества и средством самодетерминации личности. В этих изменившихся условиях телеинтервью с известными людьми помогало «ориентироваться в мире и соответственно строить свою

деятельность» (Rozhdestvenskij 1999). Таким образом, в 90-е годы XX века ярко проявилась тенденция к превращению интервью из чисто информационного жанра в жанр публицистический и вхождению его в дискурс экзистенциальных ценностей индивидуального субъекта с его типичным тематическим содержанием: поступками человека, его поведением, отношениями с другими людьми, являющимися лишь поводом для их осмысления и формирования личного отношения к ним (Popova 2002).

Современный этап развития медиа отличается еще большей индивидуализацией, говорят о возвращении авторской журналистики (Timchenko 2017). По мнению журналиста Андрей Мирошниченко, «журналистика всё меньше и меньше сможет зарабатывать на обезличенной информации. СМИ сегодня продают обществу не информацию, а ориентиры. Именно поэтому, кстати, сейчас наиболее востребованная специальность внутри журналистики—вовсе не репортёр, а колумнист. Всё дело в том, что любую индустриальную модель и её продукт можно скопировать. Нельзя скопировать только авторство. Тексты копируют, а авторство—оно неотчуждаемо» (там же). Блогосфера дает для развития авторской журналистики неограниченные возможности. Видеоблогинг выполняет функцию «ориентира» в информационном пространстве, подавая эту информацию в лично-ориентированной форме.

В настоящее время ведутся исследования по систематизации и изучению жанровых особенностей видеоблогов. Специалисты определяют специфику видеоблогинга как формата видеоконтента, сочетающего в себе основные функции телевидения и интернет-пространства (Lushchikov, Terskih 2018). Основной спецификой интервью на ютубе, по мнению авторов, является отсутствие цензуры: «не существует запретных тем, идеологических установок или запрета на нецензурную лексику, кроме тех случаев, если сам автор или его команда ставят табу на что-либо» (там же). Думается, что это не единственное отличие телевизионного интервью и интервью на ютубе. К анализу этих отличительных черт перейдем в следующей части.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Основным методом исследования является сравнительно-сопоставительный метод на основе дискурсивного анализа текстов телевизионных интервью и интервью на ютубе. На основе фреймового анализа выделяются основные тематические блоки интервью, проводится композиционное членение расшифровок интервью на минимальные диалогические единицы (далее МДЕ), определяются ведущие функционально-семантические типы МДЕ. Описываются коммуникативные роли участников интервью. В качестве исходных данных используются результаты исследования телевизионных интервью, полученные в ходе работы над докторской диссертацией (Popova 2012). Материалом исследования послужили интервью с режиссером Звягинцевым (Solodnikov- Zvyagincev 2018).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ. Сравнительный анализ композиционной структуры телевизионного интервью и интервью на ютубе показал, что они имеют ряд общих и отличительных черт. Типичная трехчастная композиция в интервью на ютубе сохраняется, но реализация композиционных частей изменяется. В качестве представления гостя используется нарезка ключевых высказываний гостя, характеризующих тематические линии интервью. Заключительная часть видеоблога «Ещепознер» формально присутствует, но тематически не связана с основными линиями интервью, как в традиционном телевизионном интервью. Она, скорее, представляет собой развлекательную часть - гадание на книге Егора Летова.

Основная часть интервью со Звягинцевым строится на традиционном фрейме «Личность», беседа развивается вокруг тем: детство, школа, семья, друзья, творчество, пристрастия, планы, будущее страны. Границы МДЕ в интервью на ютубе часто обозначаются заставкой блога «Ещепознер», новые темы внутри МДЕ подчеркиваются невербальным компонентом (фотография, историческая справка), также используются отрывки из фильма, выполняющие функцию передачи эмоционального состояния собеседника (например, при рассказе о детстве Звягинцева в качестве фона используется фрагмент из фильма «Нелюбовь»).

Интерес представляет тематическое оглавление интервью с таймером.

О чем это интервью:

[1:18](#) что важнее для Звягинцева - семья или работа?

[2:21](#) кем работает жена Звягинцева?

[5:12](#) «Тачки» или «Возвращение»?

[5:55](#) надо ли показывать детям классику советского кино?

[6:30](#) Норштейн и Миядзаки

[8:46](#) какой фильм Тарковского любимый у Звягинцева?

[10:29](#) смотрит ли мама Звягинцева его фильмы?

[14:28](#) что читает сын Звягинцева? (Solodnikov- Zvyagincev 2018)

В оглавлении показаны тематические линии интервью на уровне содержательно-фактуальной информации, они помогают ориентироваться в объектах беседы, но не дают никакой информации о модальном плане интервью, которое составляет основное содержание интервью, представленное в ответах.

Большинство МДЕ в интервью со Звягинцевым представляют собой оценочные (характеризующие) МДЕ. Вводные реплики-стимулы часто включают в себя позицию (мнение) журналиста: «Вот у нас в доме моя Катя очень ругает меня за то, что что я нашим детям / я приучаю смотреть классику советского кино. А Вы как смотрите на это?» – «Ну, мне кажется, можно. Вот я показал / ну, во-первых, он/ года 2 ему было/ затер до дыр сказку сказок, и ясное дело, Ежика в тумане».

Много идентифицирующих МДЕ, представляющих собой самохарактеристику (характеристику взаимоотношений с отцом): «на кого вы больше похожи: на маму или на папу?» - «А я просто не знаю отца, практически не знаю. А внешне ... Мне было 4-5 лет (...) Помню только сцену расставания. Она такая была

кинематографической. (...) Один раз еще одна сцена, которой мне не хочется даже вспоминать. А третий раз он просто проезжал через Москву".

Диалог строится по принципу подхватывающих реплик (а у меня- а у меня, а я – я тоже): «У меня отец умер в 2014 году/ и вот/ я не поехал на похороны» - «Я тоже не поехал на похороны». Беседа представляет собой диалог-унисон равноправных собеседников. Спокойный тон способствует развитию таких типов речи, как объяснение. Так, Звягинцев объясняет свой поступок: «Я представил себе эту картину. Люди, которых я не знаю. Совсем. Ну то есть мы не общались никогда. (...) И я сразу понял, что я там просто будучужой какой-то элемент».

Основу характеризующих и оценочных высказываний собеседника составляют высказывания с я-темой и характеризующей рематической доминантой: «Для меня работа очень важна, она не просто часть моей жизни, я без нее просто не могу дышать. Вот это определяющая основа моей жизни. Ну, то есть без работы, без творчества, без сомнений этих, без всех этих тревог и счастливых минут ... (перебивает) Семья страдает от этого?».

В целом можно сделать вывод о возрастания роли личностного начала в общения между участниками интервью в YouTube-формате. Это общение стремится к переходу в межличностное интеллектуальное фатическое общение, что отражается в характере взаимосвязи минимальных диалогических единиц в композиционном целом. Минимальные диалогические единицы связаны между собой не логическими отношениями обусловленности, а параллельной ассоциативной связью, характерной для фатического общения. Выявленные особенности интервью в YouTube-формате свидетельствуют об усилении роли интервью в процессе самопознания личности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В своем интервью платформе «Бумага» Николай Солодников говорит: «Мне важно, чтобы у нас с героем получился доверительный разговор на равных, у меня нет задачи спровоцировать собеседника. Это не интервью в чистом виде, я хочу, чтобы мы с человеком друг друга услышали. Я доверяюсь самому разговору и тому, куда он приведет.

Я могу во многом не соглашаться с людьми, с которыми общаюсь, но четко понимаю, что мы друг другу не враги. Нет ни одной более или менее серьезной причины ненавидеть друг друга, как бы мы по-разному ни относились к Путину, Кадырову, искусству и так далее. Это я и хочу сообщить зрителю» (Chirin 2018).

Это высказывание как нельзя лучше характеризует цель автора видеоблога «Ещенепознер» - организовать доверительный разговор на равных. Отсутствие четкой логической заданности вопросов интервьюера, их естественное появление в продолжение разговора создает атмосферу беседы двух равноправных личностей. В данном формате меньше игры на публику, больше погружения в собственные размышления. Это демонстрация возможности говорить на равных, уважительно, без истерик и провокаций.

LIST OF REFERENCES

- Cherednichenko T. (1999) Rossiya 1990-hvsloganah, rejtingah, imidzhah/ Aktual'nyjleksikonistoriikul'tury. [Russia of the 1990s in slogans, ratings, images/ Actual lexicon of the history of culture]M.: Novoeliteraturnoeobozrenie. 416 p.
- Chirin V. (2018) Avtorshou «Eshchenepozner» Nikolaj Solodnikov — o «neyut'yubovskih» geroyahirazniceproekta s «vDudem» i «Dialogami». [The author of the show "Notyetposner" Nicholas Solodniki — on "not YouTube" heroes and difference project with the "vDud" and "Dialogues"//] [https://paperpaper.ru/avtor-shou-eshenepozner-nikolaj-solo\[27.04.2019\]](https://paperpaper.ru/avtor-shou-eshenepozner-nikolaj-solo[27.04.2019])
- Konstantyuk V.A. (2012) YuoTube: zhelanie v media iserijnost'. [YouTube: Desire in Media and Seriality]. Mezhdunarodnyjzhurnalissledovaniijkul'tury. 3 (8) (p.p. 42-51)
- Lushchikov V. A., Terskih M. V. (2018) Zhanrovo-tematicheskiesobennostivideoblogov[Genre and thematic features of video blogs]VestnikTambovskogouniversiteta. Seriya: Obshchestvennyenauki.. T.4. №14.(p.p.57-75).
- Mansurova V. D. (2002) Zhurnalistskayakartinamirakakfaktorsocial'nojdeterminacii. [Journalistic picture of the world as a factor of social determination.] Barnaul: Izd-voAltajsk. gos. un-ta, , 237 p.
- Popova T.I. (2012) Teleinterv'y u v kommunikativno-pragmaticheskomaspekte. [TV Interview in communicative and pragmatic aspect.] Sankt-Peterburg: Filologicheskijfakul'tetSPbGU. 220 p.
- Rozhdestvenskij YU.V. Teoriyaritoriki. [Theory of rhetoric](p. 372) 2-e izd. M.: Dobrosvet, 1999. 597 p.
- Solodnikov N.- Zvyagincev, (2018) Eshchenepozner[Notyetposner][https://flash-player.net/video/Nbx8iw7JHqQ/zvyagincev-lichnaya-zhizn-brodskij-«tacki»-putin-eschenepozner.html\[12.11.2018\]](https://flash-player.net/video/Nbx8iw7JHqQ/zvyagincev-lichnaya-zhizn-brodskij-«tacki»-putin-eschenepozner.html[12.11.2018])
- Timchenko I. (2017). Vozvrashchenieavtorskojzhurnalistik. [The return of the author's journalism.]Zhurnalist(3) [https://jrnlst.ru/vozvrashchenie-avtorskoj-zhurnalistik\[14.03.2017\]](https://jrnlst.ru/vozvrashchenie-avtorskoj-zhurnalistik[14.03.2017])

For citation:

Popova, T. (2019) THE SPECIAL FEATURES OF CONTEMPORARY INTERVIEW FORMAT ON YOUTUBE CHANNEL. International Scientific-Pedagogical Organization of Philologists “ WEST-EAST ” (ISPOP). Scientific Journal WEST-EAST. Vol 2/1 N1 (October, 2019). pp. 113-117. doi: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-113-117>

Для цитирования:

Попова, Т.И. (2019) ОСОБЕННОСТИ ФОРМАТА СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРВЬЮ НА YOUTUBE-КАНАЛЕ // International Scientific-Pedagogical Organization of Philologists “ WEST-EAST ” (ISPOP) . Scientific Journal WEST-EAST. Vol 2/1 N1 (October, 2019). С. 113-117. doi: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-113-117>

Information about the author: Tatiana Popova –Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian as a foreign language and its teaching methods of St Petersburg State University, Russia

e-mail: t.popova@spbu.ru

Сведения об авторе: Татьяна Игоревна Попова – Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания Санкт-Петербургского государственного университета, Россия

e-mail: t.popova@spbu.ru

Manuscript received: 05/26/2019 Accepted for publication: 09/23/2019

DOI: <https://doi.org/10.33739/2587-5434-2019-2-117-122>

**POLYCODE TEXT IN INTERNET COMMUNICATION
(BASED ON THE MEDICAL ACCOUNTS INSTAGRAM)**

Evgeniya Vladimirovna Volkova
Head of Russian Language Testing Center, postgraduate student,
Department of Russian Language, School of Core Engineering,
National Research Tomsk Polytechnic University
(Tomsk, Russia)
e-mail: evolkova@tpu.ru

The reported study was funded by RFBR according to the research project № 17-29-09132.

Abstract. The paper deals with the communicative and pragmatic potential of the polycode text in medical Internet communication. The material is media texts of a new type - posts of professional doctors' accounts in the social network Instagram. The choice of material is due to the specifics of the technological tools of the mobile application, as well as the popularity of using the social network for personal and professional communication on the Internet. The processes of construction and perception of different types of polycode texts are analyzed, the ways of complex influence on the mass addressee of language, visual, graphic, audial means in the media text are identified. It is established that the multimedia and interactive features of the social network Instagram allow representatives of the medical community to successfully implement professional Internet communication strategies and effectively influence the target audience through a combination of verbal and non-verbal components in a polycode text.

Keywords: polycode text, media text, Internet communication, Instagram, medical communication.

**ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИЦИНСКИХ АККАУНТОВ INSTAGRAM)**

Евгения Владимировна Волкова
Заведующий Центром тестирования иностранных граждан,
аспирант отделения русского языка Школы базовой инженерной подготовки,
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
(Томск, Россия)
e-mail: evolkova@tpu.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 17-29-09132.

Аннотация. В статье рассматривается коммуникативно-прагматический потенциал поликодового текста в медицинской интернет-коммуникации. В качестве материала выступили медиатексты нового типа – посты профессиональных аккаунтов врачей в социальной сети Instagram. Выбор материала обусловлен спецификой технологических инструментов мобильного приложения, а также популярностью использования социальной сети для личного и профессионального общения в Интернете. Анализируются процессы конструирования и восприятия поликодовых текстов разного типа, выявляются способы комплексного воздействия языковых, визуальных, графических, аудиальных средств на массового адресата. Устанавливается, что мультимедийные и интерактивные возможности социальной сети Instagram позволяют представителям медицинского сообщества успешно реализовать стратегии профессиональной интернет-коммуникации и