
**ПСИХОЛИНГВИСТИКА, ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ
ЛИНГВИСТИКА, ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА
PSYCHOLINGUISTICS, EXPERIMENTAL LINGUISTICS,
TEXT LINGUISTICS**

*Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 93–106.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2024;(5(487):93-106.*

Научная статья

УДК 81'23

doi: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106

**ИНТЕРВЬЮ С РУКОВОДИТЕЛЕМ:
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
(на материале английской прессы)**

**Екатерина Юрьевна Ионкина¹✉, Оксана Александровна Евтушенко²,
Ольга Александровна Шестакова³**

¹Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, kattya_dzhandalie@mail.ru, 0000-0001-5667-5881

²Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, ksenja22@yahoo.com, 0000-0001-6280-473

³Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия, plyasun.ya@mail.ru

Аннотация. Представлен анализ текстов интервью с руководителями в рамках психолингвистического подхода для выявления характерных особенностей представления личности руководителя в англоязычных интернет-изданиях. Несмотря на предпринимаемые попытки изучения личности руководителя с различных научных ракурсов, специальных психолингвистических исследований его личности до сих пор не проводилось. Цель настоящей статьи — выявить индивидуально-психологические особенности личности руководителя на основе анализа психолингвистических маркеров в текстах интервью. В качестве материала послужили тексты интервью с руководителями из английских периодических изданий: The Economist, The Enterprise World, The Wired, Vizasa, Mckinsey и др. Исследование показало, что интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями и представлены тремя структурными типами: структурированный, полуструктурированный и нестандартизованный тип интервью. Данные типы различаются степенью шаблонности интервью, характером вопросов журналиста, их личной направленностью на конкретного собеседника. На первом этапе была исследована преддиалоговая часть интервью (заголовочный комплекс и лиды), поскольку именно в ней образ руководителя создается журналистом определенными языковыми средствами. Установлены основные отличия формата заголовков интервью с руководителями в зависимости от структурного типа интервью. Изучены лингвистические оценочные маркеры в текстах аннотаций к интервью, характеризующие личность руководителя. Методы психолингвистического анализа, дедукции и интерпретации использованы для выявления и соотнесения определенных языковых характеристик с индивидуально-психологическими свойствами личности руководителя. Составлен первоначальный портрет успешного руководителя англоязычного происхождения, который формируется через авторский взгляд журналиста на своего собеседника и состоит из набора конкретных профессионально-деловых качеств: увлеченность, мотивированность на успех, энергичность, новаторство, упорство. Исходя из различий в структурной организации интервью, обоснована необходимость использования качественно-количественных методов, интерпретативного психолингвистического анализа в сочетании с контент-анализом, как наиболее эффективной методики для последующего исследования диалогической части интервью с руководителями. Полученные результаты вносят вклад в практику журналистского творчества, теорию психолингвистики, лингвокультурологию.

Ключевые слова: психолингвистический подход, личность руководителя, структурированный/неструктурированный тип интервью, предисловие к интервью, индивидуально-психологические особенности, качественно-количественные методы

Для цитирования: Ионкина Е. Ю., Евтушенко О. А., Шестакова О. А. Интервью с руководителем: психолингвистические основы исследования (на материале английской прессы) // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (487). С. 93–106. DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106.

Original article

INTERVIEW WITH THE MANAGER: PSYCHOLINGUISTIC FOUNDATIONS OF THE STUDY (Based on the Material of the English Press)

Ekaterina Yu. Ionkina¹, Oksana A. Evtushenko², O. A. Shestakova³

¹Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, katya_dzhandalie@mail.ru, 0000-0001-5667-5881

²Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, ksenja22@yahoo.com, 0000-0001-6280-473

³Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia, plyasun.ya@mail.ru

Abstract. The article presents an analysis of the texts of interviews with managers by using a psycholinguistic approach to identify the characteristic features of the presentation of the manager's personality in English-language periodicals. Despite the attempts made to study the personality of the manager from various scientific perspectives, special psycholinguistic studies of this personality have not yet been conducted. The goal of this article is to identify the individual psychological characteristics of the leader's personality based on the analysis of psycholinguistic markers in the interview texts. As a material the texts of interviews with managers from English periodicals are used: "The Economist", "The Enterprise World", "The Wired", "Vizaca", "Mckinsey", etc. The study showed that interviews with managers differ in compositional and structural features and are represented by three structural types: structured, semi-structured and non-standardized interview type. These types differ in the degree of interview stereotypeness, the standardization of the journalist's questions, and their personal focus on a particular interlocutor. At the first stage of the research the pre-dialog part of the interview is studied since the image of a leader is created by a journalist using certain linguistic means. The main differences in the format of headings for interviews with managers were found depending on the structural type of the interview. Linguistic evaluative markers in the texts of interview annotations, characterizing the personality of the leader, are analyzed. Psycholinguistic analysis, deduction and interpretation methods are applied to identify and correlate certain linguistic characteristics with the individual psychological features of the leader's personality. An initial portrait of a successful English leader is compiled, which is formed through the journalist's view of his interlocutor and consists of a set of specific professional and business qualities: enthusiasm, motivation for success, dynamics, innovativeness, perseverance. Based on the differences in the structural organization of the interview, the importance to use qualitative and quantitative methods is justified. The combination of interpretative psycholinguistic analysis with content analysis reveals itself as the most effective methodology for further researching the dialogical part of interviews with managers. The results obtained contribute to the practice of journalist's work, the theory of psycholinguistics and cultural linguistics.

Keywords: psycholinguistic approach, manager's personality, structured/unstructured type of interview, preface to the interview, individual psychological characteristics, qualitative and quantitative methods

For citation: Ionkina EYu, Evtushenko OA, Shestakova OA. Interview with the Manager: Psycholinguistic Foundations of the Study (Based on the Material of the English Press). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2024;(5(487)):93-106. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2024-487-5-93-106.

Введение

На сегодняшний день психолингвистический подход широко применяется при исследовании проблем, связанных с языком и речью. Психолингвистика изучает «соотношение личности со структурой и функциями речевой деятельности, с одной стороны, и языком как главной "образующей" образа мира человека, с другой» [19, с. 28]. Именно выявление индивидуальных свойств личности по ее речевым проявлениям в рамках психолингвистического подхода становится всё более актуальным направлением. Исследования в области психолингвистики счита-

ются наиболее перспективными и незаменимыми с точки зрения рассмотрения любого аспекта дискурсивной деятельности, так как они дают объяснение и решение различных проблем относительно функционирования дискурса [27].

В настоящем исследовании мы обращаемся к интервью как к публицистическому жанру медиадискурса, как к способу представления информации в СМИ, для которого характерна диалогическая форма подачи информации. Интервью — жанр непринужденной коммуникации между интервьюером и определенным лицом на социально значимую тему, предназначенную

для СМИ [9]. Текст интервью, являющийся результатом этой беседы, включается в оборот текстов СМИ, публикуется в печатном издании или выходит в устный эфир. Свообразие интервью в текстовом формате обусловлено сочетанием в нем признаков, свойственных одновременно дискурсу СМИ и диалогической форме коммуникации.

Возросший в последние десятилетия лингвистический интерес к организационной культуре способствовал проникновению психолингвистического подхода в исследование речевого поведения руководителя и сотрудников той или иной организации [33; 34; 35; 37]. Нужно отметить, что интервью нередко становится объектом рассмотрения для выявления психологических особенностей той или иной личности [13; 23], однако исследований личности руководителя на материале интервью до сих пор не проводилось. Вместе с тем интервью как метод сбора качественных данных приобретает всё большую популярность и используется с целью получения эмоционально-психологической информации о респондентах с последующим анализом и статистической обработкой собранных данных [31; 36].

В свете растущего интереса к личности руководителя **актуальность** настоящей статьи объясняется 1) отсутствием на данный момент специальных психолингвистических исследований личности руководителя, практические результаты которых позволили бы определить ее значимые индивидуально-психологические характеристики; 2) возможностью использования текстов интервью как жанра журналистского творчества для составления психологического портрета руководителя на основе психолингвистического подхода.

В отечественной науке уже предпринимались попытки изучить личность руководителя, при этом феномен руководства, как многогранное явление, анализировался с различных научных ракурсов: психологии, лингвистики, социологии, прагматики, психолингвистики. Исследовались, например, коммуникативные качества руководителей, а также психологические детерминанты уровня развития этих качеств [24], статусные и личностные особенности руководителя современной организации [26]; коммуникативная личность руководителя [4]; особенности речевого поведения руководителя и модели речевого поведения сотрудников инженерно-строительных компаний [2]; лидерские качества руководителя организации и уровень развития этих качеств [1]; языковая личность руководителя [15].

Вместе с тем личность руководителя остается недостаточно исследованной и требует более пристального внимания, например, с точки зрения национально-культурной специфики [14], а также проявления индивидуально-психологических особенностей и профессионально-деловых качеств в речевом поведении. **Целью** данной статьи является анализ текстов интервью с руководителем на основе психолингвистического подхода для выявления индивидуально-психологических особенностей его личности. Согласно поставленной цели предполагается решить следующие **задачи**: 1) изучить структурные особенности интервью и выделить его типы; 2) проанализировать авторскую часть интервью (заголовки, лиды) на предмет наличия в них психолингвистических маркеров, характеризующих личность руководителя; 3) определить соответствующие методы, подходящие для анализа текста, продуцированного руководителем — участником интервью.

Диалогическая форма общения является приоритетной по сравнению с другими формами речевой коммуникации. В текстах интервью личность руководителя раскрывается наиболее полно: во-первых, через взгляд журналиста на своего собеседника, во-вторых, через самопрезентацию героя интервью непосредственно в основной/диалогической части текста. Исходя из того, что журналисту принадлежит ведущая роль в организации беседы, его авторский взгляд на собеседника обнаруживается уже в преддиалоговой части интервью. Следовательно, данная часть интервью играет важную роль для составления первоначального психологического портрета руководителя.

Материалы и методы исследования

В качестве **материала** исследования послужили тексты интервью с руководителями организаций различных отраслей промышленности, бизнеса и предпринимательской сферы деятельности. Тексты интервью отбирались методом сплошной выборки из известных английских периодических изданий, размещенных в открытом доступе в сети интернет: the Economist, the Enterprise World, the Wired, Entrepreneur Interviews на платформе Vizaca.com, Mckinsey.com и др. Данные тексты интервью рассчитаны на восприятие широкой аудитории (как массового читателя, так и узких специалистов руководящей сферы). Для первичной обработки полученного материала использовались **методы наблюдения, психолингвистического анализа и интерпретации**.

Результаты исследования и их обсуждение

I. Композиционно-структурные особенности интервью

Интервью — неделимое коммуникативное действие, основанное на последовательном вопросно-ответном диалоге между журналистом и респондентом с целью обмена социально значимыми мнениями, идеями, представляющими интерес для общества [17].

По своему социальному положению руководитель — это официальное лицо, которое интересует журналиста не столько как личность, но как источник информации о деятельности подвластной ему организации или учреждения. Однако в качестве личной информации журналиста могут интересовать стратегии принятия решений, способность руководить коллективом, умение выстраивать профессиональные отношения в конкретной сфере занятости, а также выходить из проблемных (кризисных) ситуаций. Нужно отметить, что такой тип интервью, как интервью с руководителем, нельзя считать чисто информационным интервью, цель которого — получение только фактических сведений от компетентного источника информации. На фоне сообщаемой фактической информации журналист стремится получить некоторое представление и о личности собеседника, раскрыть его черты и особенности именно как руководителя. Полагаем, что тип интервью с руководителями по характеру получаемой информации относится к информационно-личностному интервью, в котором преобладает или фактическая, или личная информация о руководителе. Кроме того, интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями, то есть имеют различные формы подачи материала. Взяв за основу классификацию интервью по степени стандартизации [16], рассмотрим каждый вид более подробно.

1. *Структурированный, или стандартизованный* тип интервью. Этот тип часто применяется в беседах с официальными лицами и по форме напоминает опрос. При таком интервью журналист использует заранее подготовленный шаблон, установленный порядок вопросов и практически не отходит от их первоначальной формулировки. Поскольку журналист заранее намечает темы для беседы, интервью выстраивается из самостоятельных тематических блоков, что не позволяет значительно отклоняться от темы и дает возможность проводить более качественное исследование. Последовательность тем определяется характером смысловых связей.

Как показывает анализ материала, в одном и том же электронном издании интервью с разными героями (руководителями) строятся по одному одинаковому принципу. Приведем пример вопросов журналиста из интервью с Селестой Фралик — главным инженером и специалистом по обработке данных в ведущей компании, занимающейся разработкой антивирусного программного обеспечения McAfee:

1. *Tell us about the company.*
2. *What are the products or services the company focuses on? How are your services different from those in the market?*
3. *Please tell us about your team.*
4. *Please brief us about your professional experience.*
5. *What are the key achievements of your business journey?*
6. *Any client experience you would like to highlight?*
7. *Which one is your favorite quote?*¹

Как видно из данного примера, журналист просит собеседника сообщить достаточно общую информацию о компании, об отличительных особенностях продукции данной компании, о сотрудниках. В качестве личной запрашивается информация о профессиональном опыте, достижениях руководителя. Структурированные интервью строятся по принципу вопрос—ответ, интервьюер не выражает свое личное мнение, свою позицию, лишь получает ответы на поставленные вопросы. При этом каждый вопрос, по сути, инициирует отдельную, самостоятельную тему. Эти темы не имеют строгой композиционной связи между собой, а значит, их последовательность может варьироваться. Этот тип интервью представляет собой эффективный способ сравнения респондентов при подборе руководящего персонала в рекрутинговых агентствах, при условии, что им будут заданы одинаковые вопросы по одному шаблону.

2. Структурированный тип интервью может переходить в формат *полуструктурированного интервью*, при котором журналист, имея общий шаблон, способен варьировать последовательность вопросов, перефразировать. Интервьюер имеет большую инициативу и может задавать дополнительные вопросы в ответ на значимые высказывания респондента, более приспособившись к его личности. Далее приведем пере-

¹ McAfee — Saviour of Your Data and Privacy! URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

чень вопросов из интервью с предпринимателем и экспертом по недвижимости Дэвидом Малькольмом — президентом организации Cal West Apartments в Сан-Диего.

1. *After a long successful career in the real estate industry, what keeps you motivated?*

2. *What makes you different from other professionals in your field?*

3. *You've been an active member of the San Diego community for decades with a track record of helping others, whether it's advising a non-profit organization or through a personal financial donation to a worthy cause. How do you balance your philanthropic endeavors with your responsibilities as the President of Cal West Apartments?*

4. *What would you say has been the most important part of your professional journey?*

5. *What takes up too much of your time? What do you wish you had more time for?*

6. *What three pieces of advice would you give to college students/new startup business owners who want to become entrepreneurs?*

7. *Is there an individual or company that has impressed you most with what they've accomplished?*

8. *How should people connect with you?*¹

Как видно из данного примера, этот шаблон интервью (полуструктурированный тип) несколько отличается от предыдущего (структурированного типа) как большей распространенностью вопросов, так и личной направленностью конкретно на «этого» собеседника. Шаблон структурированного типа интервью может быть использован для интервьюирования разных руководителей, тогда как в полуструктурированном типе интервью вопросы 1 и 3 ориентированы на личность конкретного руководителя, что ограничивает применение данного шаблона для опроса других респондентов.

3. *Неструктурированный, или нестандартный тип интервью.* Этот тип интервью по форме напоминает беседу, которая может иметь неформальный характер при определенной степени доверия между коммуникантами. В таком интервью журналист не придерживается шаблонного списка вопросов и строгого порядка следования тем, а только намечает круг предполагаемых для обсуждения вопросов, подбираемых с учетом особенностей и уникальности личности респондента. Этот вид интервью отли-

¹ Interview with San Diego based Entrepreneur David Malcolm — President of Cal West Apartments. URL: <https://www.vizaca.com/interview-with-david-malcolm/> (дата обращения: 20.06.2023).

чается большей свободой и предоставляет широкую инициативу журналисту, который имеет возможность получить незапланированную информацию, отступать от намеченных тем, формулировать вопросы по ходу интервью. С другой стороны, такое интервью требует высокой профессиональной квалификации журналиста, поскольку от него требуется заранее выстраивать драматургический стержень будущей беседы и иметь четкий план в отношении поставленной цели интервью [16, с. 57]. Собеседнику также предоставляется большая степень свободы для самовыражения, презентации своих коммуникативных навыков, поскольку цель журналиста, не только получение информации, но и само общение.

Приведем пример вопросов из интервью в издании Americas Quarterly с Джавьером Оливаном, вице-президентом компании Facebook.

AQ 1: How will Internet.org change the lives of users in Latin America and elsewhere? Where are you seeing the biggest gaps in usage?

Javier Olivan: We've rolled out free basic services to more than 500 million people around the world, and the results are encouraging: Nearly 7 million people are connected who previously weren't (...).

AQ 2: Where does Facebook see the highest growth potential for connectivity in our region?

AQ 3: What are the challenges to Facebook's reach and connectivity in the region? Do privacy or cybersecurity represent concerns? And how are Latin Americans using the service now?

AQ 4: Social media has largely been viewed as a tool for those who are already computer literate, such as urban residents, students, young professionals, among others. How can social media reach a broader and more rural population?

*AQ 5: Peter Thiel, one of the early Facebook funders, thinks that regulation is preventing us from having real technological breakthroughs ("We wanted flying cars and we got 140 characters" is his famous phrase). Do you agree?*²

В данном отрывке интервью заданные журналистом вопросы связывает одна тематическая линия — развитие и функционирование социальной сети Facebook в Латинской Америке, сложности

² Interview: Javier Olivan, Facebook. URL: <https://americasquarterly.org/fulltextarticle/interview-javier-olivan-facebook/> (дата обращения 10.07.2023). Ресурс внесен в реестр сайтов, содержащих информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено, по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ.

Таблица 1
Table 1**Структурные типы интервью с руководителями в англоязычных интернет-изданиях**
Structural types of interviews with managers in English-language online publications

Структурный тип интервью	Название интернет-изданий
Структурированный тип	Vizaca (44); The Enterprise World (9)
Полуструктурированный тип	Vizaca (12); The Enterprise World (3)
Неструктурированный тип	Mckinsey (28); Americas Quarterly (5); The Economist (3); The Wired (3), The Entrepreneur (3), The CEO Magazine (5)

и перспективы. Журналист желает получить максимум информации по данной теме, о чем свидетельствуют его распространенные вопросы, которые произвольно возникают по ходу беседы. Интервьюер хорошо подготовлен и осведомлен, позволяет себе некоторые отступления, предваряющие последующие вопросы, ссылается на мнение третьих лиц, не используя при этом однотипных шаблонных вопросов. Этот структурный тип интервью в большей степени ориентирован на личность конкретного руководителя и его точку зрения как эксперта в деловой сфере.

Анализ общего количества интервью с руководителями из различных англоязычных источников показал, что в пределах одного интернет-издания используются один или два из названных структурных типов интервью, однако только один тип становится приоритетным. При этом, если сравнивать шаблонные интервью, то содержание и структура вопросов различаются в зависимости от типа издания. В выборку материала вошли около 115 текстов интервью с руководителями, которые находятся в открытом доступе в сети интернет. Так, в изданиях Vizaca и The Enterprise World более часто встречаются примеры структурированных интервью, тогда как количество полуструктурированных интервью значительно меньше. В издании Mckinsey публикуются только неструктурированные интервью. В других изданиях интервью с руководителями встречаются не так часто и относятся к неструктурированному типу. Общее количество обнаруженных интервью конкретного структурного типа приведено в табл. 1).

Все три рассмотренных структурных типа относятся к классическому интервью, в котором участвуют только два лица — интервьюер и интервьюируемый, при этом журналист выступает лишь посредником между интервьюируемым и аудиторией. Компетентный журналист не вмешивается в ответы своего респондента, не должен комментировать, дополнять ответы или высказывать свое мнение. Тем не менее, как считает

Е. Б. Сахнова, читатель формирует «эмоционально-психологическое восприятие» респондента в зависимости от желания журналиста представить своего героя тем или иным образом, а также на основании вопросов, которые он освещает [25, с. 99].

В классическом интервью традиционно выделяют следующие структурные части: зачин, основная часть и концовка. Также в структуру интервью помимо основного текста входит заголовок, подзаголовок, предисловие (лид, врезка), которые в своей совокупности образуют «монологическую часть» печатного текста интервью — краткая информация журналиста, предшествующая диалогу [10]. Создание образа героя интервью начинается именно с заголовочного комплекса, который содержит эксплицитную или имплицитную оценку журналистом своего собеседника [25].

Как известно, заголовок любого печатного издания вводит тему, призван привлечь внимание читателя к данному материалу. Проанализировав заголовки интервью с руководителями разных структурных типов из интернет-изданий, приведенных в табл. 1, мы выделили основные характерные отличия.

Заголовки структурированных и полуструктурированных интернет-интервью с руководителями являются информативными по содержанию и номинативными по форме. Такой формат заголовка был обнаружен нами в изданиях Vizaca и The Enterprise World, что составляет более 60 примеров выборки материала.

Заголовок может давать общую информацию: имя героя интервью, его род деятельности, должность, также содержать оценочную характеристику героя.

*Neeti Dewan — An Author, An Entrepreneur, And A Dynamic Business woman*¹

¹ Neeti Dewan — An Author, An Entrepreneur, And A Dynamic Businesswoman. URL: <https://theenterpriseworld.com/neeti-dewan-a-dynamic-businesswoman/> (дата обращения: 23.06.2023).

*Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements*¹

*Racquel R. Jenkins, CEO of THE Strategic Connection*²

*Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author*³

Другой вариант заголовка — представление компании (организации), в которой занят герой интервью, с использованием стилистически окрашенной лексики, метафор:

*McAfee — Saviour of your Data and Privacy*⁴

*IEC Telecom Group — Connecting The World!*⁵

Заголовки неструктурированных интервью обычно носят тематический характер, что подтверждается анализом более 40 примеров в выборке материала. Они представляют собой заголовки-мнения, в которых, как правило, называется и герой интервью и тема, о которой в основном пойдет речь. Такой формат заголовка характерен, например, для изданий Mckinsey, The Entrepreneur:

*Kevin Hostetler of Rotork on accelerating growth*⁶

*MassMutual's Roger Crandall on disrupting your own industry*⁷

*Entrepreneur First CEO Matt Clifford on early stage talent investing*⁸

*The Importance of Individuality and Sleep: An Interview with Arianna Huffington*⁹

С этой же целью — дать дополнительную информацию о предмете дискуссии, раскрыть тему

¹ Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: <https://www.vizaca.com/chase-campbell-founder-of-size-up-supplements/> (дата обращения: 15.10.2023).

² Racquel R. Jenkins, CEO of THE Strategic Connection. URL: <https://www.vizaca.com/racquel-r-jenkins-ceo-of-the-strategic-connection/> (дата обращения: 07.10.2023).

³ Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author. URL: <https://www.vizaca.com/exclusive-interview-with-maolal/> (дата обращения: 15.10.2023).

⁴ McAfee — Saviour Of Your Data And Privacy! URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

⁵ IEC Telecom Group — Connecting The World! URL: (дата обращения: 10.07.2023).

⁶ Kevin Hostetler of Rotork on accelerating growth. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

⁷ MassMutual's Roger Crandall on disrupting your own industry. URL: (дата обращения: 20.06.2023).

⁸ Entrepreneur First CEO Matt Clifford on early stage talent investing. URL: (дата обращения: 16.12.2023).

⁹ The Importance of Individuality and Sleep: An Interview with Arianna Huffington. URL: <https://www.entrepreneur.com/leadership/the-importance-of-individuality-and-sleep-an-interview/310383> (дата обращения: 15.01.2024).

интервью — могут использоваться и подзаголовки. Однако в интервью исследуемого типа они встречаются достаточно редко.

Другой вариант заголовка, характерный для неструктурированных интервью, — это авторский назывной заголовок, который только описывает материал, передает общее представление журналиста, его ассоциации с героем интервью, но не дает конкретных сведений о нем. Часто в таких заголовках используются метафоры, характерные для дискурса СМИ, придавая заголовкам больше образности. Метафора помогает выразить замысел адресанта более точно, при этом акценты и выводы адресанта отражают его оценочно-эмоциональное отношение к предмету [7]. Приведем примеры метафорических заголовков, встречающихся в издании Mckinsey:

*One CEO's journey to becoming a business builder*¹⁰

*Voices of CEO excellence: Morgan Stanley's James Gorman*¹¹

*Opening doors for women leaders: An interview with Caroline Feeney*¹²

Специфической особенностью неструктурированного интервью является цитатный заголовок, когда в качестве заголовка выносятся наиболее яркое, запоминающееся, символическое, возможно, парадоксальное высказывание собеседника. Такая цитата может отражать как весь смысл текста интервью, так и один из его выразительных компонентов. Журналист, прибегая к цитированию, использует средства прямой речи респондента, тем самым выражая свое мнение относительно затронутых в беседе вопросов [10]. Анализ материала показал лишь единичные случаи использования заголовка такого типа, например, в интернет-издании The Economist:

«You've got to hedge your bets»

*An Interview with Peter Munk*¹³

Помимо заголовков во всех интервью используются лиды, в которых дается самая важная информация, суть материала, для того чтобы

¹⁰ One CEO's journey to becoming a business builder. URL: (дата обращения: 16.12.2023).

¹¹ Voices of CEO excellence: Morgan Stanley's James Gorman. URL: (дата обращения: 10.07.2023).

¹² Opening doors for women leaders: An interview with Caroline Feeney. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/opening-doors-for-women-leaders-an-interview-with-caroline-feeney> (дата обращения: 25.06.2023).

¹³ You've got to hedge your bets. URL: <https://www.economist.com/schumpeter/2014/04/29/youve-got-to-hedge-your-bets> (дата обращения: 20.06.2023).

привлечь внимание читателя, вовлечь в дальнейшее чтение. Лид выполняет функцию аннотации к интервью, в которой журналист выражает свое отношение к респонденту, приводит какие-либо сведения из его биографии, влияющие на оценку личностных качеств этого человека читателем. Лид — короткое сообщение об основных данных человека, например о его регалиях, достижениях, занятиях. При помощи лида журналист дает некоторое пояснение читателю о выборе героя для интервью [8, с. 78]. В интервью с руководителями лиды могут иметь различный текстовый объем — от нескольких строчек до половины одного экрана текста. Приведем пример.

Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements

Chase Campbell is an American entrepreneur and is the founder and CEO of Size Up, a leading supplement and apparel brand. With 8 stores in the United States and founded in 2011, the company has surely come a long way but at the initial stages, Chase went through a lot of problems and challenges. We sat down with him to talk more about his life, his beginning and lessons that many entrepreneurs can relate with¹.

II. Образ руководителя в предисловии к интервью

Как показывает анализ материала, образ руководителя — героя интервью создается журналистом уже в предисловии к интервью. При этом мнение журналиста, представленное в предисловии, формируется как до проведения интервью на основе фоновых знаний журналиста о своем собеседнике, так и в процессе непосредственного общения с собеседником и уже в окончательном виде будет представлено в аннотации к интервью при подготовке к печати в открытых интернет-изданиях [18, с. 309]. В лиде как части журналистского произведения авторский взгляд на собеседника проявляется в выборе тех выразительных языковых средств, которые он использует при описании руководителя.

В отобранных нами текстах интервью с руководителями можно встретить следующие описания их должностных и руководящих позиций: chairman, Head of Marketing & Communications, Director-Marketing, Senior Principal Engineer, a co-founder and board director, Vice President, Entrepreneur, President, the Chief Executive Officer, the Chief Financial Officer.

Основная задача журналиста в презентации героя интервью — показать его успех, состоятель-

¹ Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

ность как профессионала своего дела, грамотность в ведении бизнеса, уникальность его работы в конкретной сфере. Руководитель предстает одновременно и как основатель бизнеса, и как знаток-профессионал в определенной области, и как идейный вдохновитель начинающих предпринимателей.

Успех руководителя неразрывно связан с многолетним профессиональным опытом, исключительными навыками и репутацией, на что чаще всего и указывает автор интервью:

— *Ron Cardenas is a human resources expert with over three decades of professional experience².*

— *With his keen sense of innovation and years' worth of experience expanding across different industries, Mao Lal is one of the most successful entrepreneurs in the field of blockchain technology³.*

— *Philip Butler has gained vast experience and developed unique skills in a variety of challenging academic and work environments⁴.*

Кроме того, успешность руководителя может, например, позиционироваться через успех компании, производящей те или иные продукты и услуги:

— *Some entrepreneurs leave their mark in the world by introducing unique and unmatched products and services⁵.*

Подчеркивается ведущая роль руководителя, его уникальный подход в становлении и развитии компании, которая в итоге занимает лидирующие позиции в определенном секторе. Компания-лидер отождествляется с руководителем-лидером:

— *Chase Campbell is an American entrepreneur and is the founder and CEO of Size Up, a leading supplement and apparel brand⁶.*

— *In less than a decade, Empower has grown into the second-largest US retirement services company.*

² A Conversation with Ron Cardenas: Vice President of Human Resources at Gavilon Agriculture Holdings. URL: <https://www.vizaca.com/interview-with-ron-cardenas-gavilon/> (дата обращения: 15.12.2023).

³ Exclusive interview with Mao Lal: An Entrepreneur, Investor & Author. URL: <https://www.vizaca.com/exclusive-interview-with-maolal/> (дата обращения: 15.10.2023).

⁴ Philip Butler: Entrepreneur and Business Leader. URL: <https://www.vizaca.com/philip-butler-entrepreneur-and-business-leader/> (дата обращения: 15.12.2023).

⁵ McAfee — Saviour Of Your Data And Privacy! 2021. URL: <https://theenterpriseworld.com/mcafee-saviour-of-your-data-and-privacy/> (дата обращения: 20.06.2023).

⁶ Chase Campbell: Founder of Size Up Supplements. URL: (дата обращения: 15.10.2023).

*Ed Murphy, the company's leader since day one, offers an experienced perspective on M&A success*¹.

При описании личности руководителя в лидах доминируют следующие эпитеты: *an established businessmen/businesswomen, an accomplished businessman, an innovative business leader, a versatile and a dynamic entrepreneur, a tenacious and enthusiastic executive, a leading talent investor, a financial innovator, a charismatic personality, an exceptional leader, a successful entrepreneur.*

Перечисленные лингвистические оценочные маркеры были выделены нами на основе психолингвистического анализа текстов аннотаций к интервью. С помощью данного анализа и метода дедукции названные характеристики руководителя были соотнесены со следующими индивидуально-психологическими свойствами его личности: увлеченность, мотивированность на успех, энергичность, новаторство, упорство. Именно эти качества формируют образ успешного руководителя через взгляд журналиста на своего собеседника. Профессиональный опыт, талант и исключительные навыки дополняют портрет руководителя. Этот перечень, безусловно, не является окончательным и может быть продолжен уже на основе анализа диалогической части интервью.

III. Методы исследования диалогической части интервью

Диалогическая часть интервью является второй, после монологической, значимой композиционно-структурной частью письменного текста интервью. Каждая из этих частей, по мнению Е. А. Гончаровой, так или иначе соотносится по содержанию и форме выражения с тремя дискурсивными фазами интервью: 1) стратегического и тактического (предтекстового) планирования хода беседы; 2) речевой реализации непосредственного живого диалога интервьюера с интервьюируемым; 3) компоновки печатного текста [10, с. 137]. До того как интервью приобретет текстовый формат и будет представлено на страницах глобальной сети, материал должен быть собран, расшифрован и отредактирован. Являясь письменной фиксацией устного обмена вопросно-ответными репликами между журналистом и респондентом, журналистское интервью в то же время явля-

ется эффективным методом качественных исследований.

В эмпирической психологии подчеркивается значимость неструктурированного или «слабоструктурированного» интервью [28] для проведения качественных исследований и получения качественных данных. При этом «качественное интервьюирование» противопоставляется структурированному интервью как методу количественных исследований, так как в качественном интервью проявляется больший интерес к мнению интервьюируемого собеседника [6, с. 18]. Качественное интервью отличается своей гибкостью и непосредственным реагированием на интервьюируемого в процессе интервью, тогда как структурированное интервью имеет жесткую конструкцию, поскольку нуждается в стандартизации ответов респондента. Задача слабоструктурированного интервью, по мнению Л. В. Трубицыной, получить как можно более полное описание явления, а не распространенные ответы [28, с. 79].

В дискурсивной психологии как одной из методологий качественных исследований частично структурированные и неструктурированные интервью являются основными методами создания материала в противоположность методам анкетного опроса или структурированного интервью. В дискурсивной психологии интервью выступает формой социального взаимодействия между интервьюером и респондентом, при этом интервьюер более активно вмешивается в процесс данного взаимодействия, чем в структурированных интервью. Следовательно, при анализе интервью оба коммуниканта расцениваются как равные. Согласно дискурсивной психологии в ее представлениях об отношениях между языком, значением и психологическим состоянием людей, значение всегда «вплетено» в речь, и поэтому необходимо исследовать речь для анализа значения [30, с. 192]. В центре внимания дискурсивной психологии находится вопрос о том, как участники диалога гибко позиционируют себя в различных дискурсах и какие риторические стратегии для подтверждения или опровержения своих идей о мире используют [30, с. 260]. Дискурсивная психология исследует лингвистические особенности дискурса, такие как местоимения и модальности, а также то, как дискурсы, содержащие определенную лексику, используются в социальном взаимодействии.

Исходя из того, что в пределах одного неструктурированного интервью респондент артикули-

¹ One CEO's journey to becoming a business builder. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/one-ceos-journey-to-becoming-a-business-builder> (дата обращения: 16.12.2023).

рует различные дискурсы, отражающие не только его понимание определенных вопросов, но и скрывающиеся за этим пониманием личные и деловые качества, то дискурсивная психология как методология может быть положена в основу вербального диагностирования личности по тексту.

К текстам неструктурированных и полуструктурированных интервью с руководителями, на наш взгляд, следует применять качественные способы анализа, то есть такие формы анализа текста, которые сосредоточены не на подсчете и статистическом обобщении конкретных единиц текста, а на интерпретации, сравнении и обобщении их содержательной составляющей [29]. Интерпретативный анализ выступает наиболее подходящим способом качественного анализа текста, предполагающим работу исследователя с собранными данными и их глубокое толкование. В ходе данного анализа необходимо выделить лексические и синтаксически значимые единицы (фразы, темы, метафоры), а затем обобщить и сопоставить их с уже имеющимися теоретическими знаниями.

В основе глубинного интерпретативного анализа текста интервью должен лежать, на наш взгляд, психолингвистический подход, поскольку конечной целью нашего исследования является установление закономерностей в организации и содержании речи руководителей, соотносимых с определенными психологическими свойствами их личности. Среди подходов к анализу и интерпретации текстов психолингвистический подход оказывается наиболее информативным, на что указывают исследователи различных типов дискурса: политического [22], научного [12; 20], художественного [21], диалогического [3]. С точки зрения психолингвистического подхода речевая деятельность рассматривается как отражение психологических характеристик личности. При этом, говоря о личности руководителя, его индивидуально-психологические особенности напрямую соотносятся с профессионально-деловыми качествами. Собственно лингвистический анализ текста интервью имеет своей целью описание лексико-грамматических и синтаксических особенностей высказываний собеседников, установление языковых паттернов и дискурсивных маркеров. Тогда как психологический анализ позволяет рассматривать лингвистические параметры текста не изолированно, а как некую составляющую личности руководителя.

Вместе с тем некоторые исследователи отмеча-

ют всё большую популярность количественного подхода при анализе лингвистического материала, поскольку он дает возможность обработки больших текстовых фрагментов с помощью лексико-статистического метода [11; 21]. По мнению Д. А. Горбуновой, использование современных численных методов в рамках психолингвистики дает сегодня возможность изучить лингвистически значимые единицы с точки зрения их «психологической наполненности» [11, с. 56].

Анализ текстов интервью, на наш взгляд, следует проводить с помощью качественно-количественных методов исследования, что предполагает и математический подсчет полученных данных, и их качественную интерпретацию. В этом отношении наиболее подходящим методом анализа текста интервью будет выступать контент-анализ — метод качественно-количественного анализа текстов [32; 5]. Применение метода контент-анализа позволит определить категории, соответствующие задачам исследования и лингвистические единицы текста (например, слово, предложение, суждение, тема), которые являются индикаторами изучаемых явлений (категорий) в тексте интервью, а также осуществить процедуру подсчета полученных данных. Полагаем, что сочетание интерпретативного психолингвистического анализа с методом контент-анализа представляет собой наиболее эффективную методику исследования диалогической части интервью для выявления индивидуально-психологических особенностей личности руководителя англоязычного происхождения.

Заключение

Проведенное исследование текстов интервью с руководителями позволило сделать следующие основополагающие выводы.

1. Интервью с руководителями отличаются композиционно-структурными особенностями, что проявляется в большей или меньшей шаблонности интервью, в характере и типе вопросов журналиста, в степени его инициативы и, как следствие, в степени свободы личностного самовыражения руководителя. В различных интернет-изданиях могут использоваться разные структурные типы интервью: структурированный, полуструктурированный или нестандартизованный тип, однако только один тип преобладает в каждом конкретном издании.

2. Монологическая часть интервью, состоящая из заголовочного комплекса и лида, играет важную роль в формировании первоначального обра-

за руководителя через взгляд журналиста на своего героя. Анализ преддиалоговой части интервью показал, что автор использует определенные эмоционально-оценочные языковые средства для характеристики героя интервью, наличие которых позволяет составить первоначальный психологический портрет руководителя уже на данном этапе исследования.

3. Поскольку мы имеем дело с интервью, представленными разными структурными типами, то не представляется возможным ограничиться только качественными или количественными методами исследования в отдельности. В основу исследования диалогической части интервью должны быть положены качественно-количественные

методы сбора данных для диагностирования личности руководителя. Методика исследования диалогов-интервью с руководителями должна включать глубинный интерпретативный анализ текстов интервью в сочетании с методом контент-анализа.

Данная статья представляет собой только первый этап исследования интервью с руководителями, дальнейшей перспективой которого является проведение психолингвистического анализа непосредственно диалогической части интервью с использованием выше обозначенных методов для формирования целостного психологического портрета личности руководителя англоязычного происхождения.

Список источников

1. Аксеновская Л. Н. Сотериологическая методика оценки уровня развития лидерских качеств // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. 2017. Т. 6, № 1 (21). С. 38–53.
2. Андреев В. М., Купфер Л. В. Языковые особенности клиентоориентированного поведения // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. № 19 (2): Филология. С. 79–89. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-2-79-89
3. Бабаян В. Н. Дискурсивное пространство терциарной речи. Психолингвистические особенности диалогической речи в присутствии молчащего третьего лица. Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co, 2011. 385 с.
4. Березовская Я. Л. Руководитель как профессионал (на примере коммерческих организаций Челябинска) // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2011. Вып. 57, № 24 (239). С. 195–198.
5. Богомолова Н. Н., Стефаненко Т. Г. Контент-анализ. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. 62 с.
6. Браймен А. Интервью в качественных исследованиях // Социология власти. 2007. № 4. С. 15–32.
7. Варзапова В. Ю., Хрущева Т. В. Метафора в заголовке сетевого англоязычного медиатекста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 14 (6). С. 1823–1828. DOI: 10.30853/phil210285
8. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2005. 215 с.
9. Голанова Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия. М., 2002. С. 427–453.
10. Гончарова Е. А. Содержание и выражение диалогических отношений в текстах печатного интервью // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2018. № 8. С. 133–145.
11. Горбунова Д. А. О чем говорит психотип: функциональное распределение прагматических маркеров в речи интровертов и экстравертов // Коммуникативные исследования. 2021. № 8 (1). С. 55–69. DOI: 10.24147/2413-61829
12. Давыдов Д. Г., Логинов В. В. Психолингвистический анализ научного дискурса // Инновации в образовании. 2013. № 12. С. 97–111.
13. Давыдова И. О. Сравнительный психолингвистический анализ речевой манеры американских телеведущих (на примере телешоу Опри Уинфри и Ларри Кинга) // Научный вестник Южного института менеджмента. 2018. № 2. С. 87–91. DOI: 10.31775/2305-3100-2018-2-87-91
14. Евтушенко О. А., Ионкина Е. Ю., Шестакова О. А. Психолингвистический аспект анализа языковой личности английского руководителя // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Том 16, вып. 9. С. 3057–3062. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20230478>.
15. Евтушенко О. А., Ионкина Е. Ю., Янкина Е. В. Языковая личность руководителя: перспективы и потенциал исследования // Современный ученый. 2022. № 2. С. 19–24.

16. Енина Л. В., Зыков В. Ф. Практика журналистского общения : учебное пособие. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. 76 с.
17. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, «Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. 236 с.
18. Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2016. 400 с.
19. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. М. : Лань, 2003. 287 с.
20. Миргородская А. Ю. Коммуникативно-прагматические аспекты научного дискурса // Вестник Луганского государственного педагогического университета. 2021. № 2 (56). С. 110–115.
21. Мухин М. Ю. Психолингвистические аспекты лексико-статистического анализа текста // *Cognitive Neuroscience — 2020* : материалы международного форума, 11–12 декабря 2020 г., Екатеринбург. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. С. 37–42.
22. Нестерова О. А. Психолингвистический анализ мотивационных ориентиров языковой личности как инструмент выявления социально-политических взглядов говорящего (на примере публицистического дискурса В. П. Астафьева) // *Политическая лингвистика*. 2015. № 3 (53). С. 220–225.
23. Попова О. В. Тип личности как детерминанта вербального поведения политика (на материале англоязычного политического дискурса) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2020. 28 с.
24. Пузиков В. Г. Коммуникативные качества руководителей : дис. ... канд. психол. наук. СПб., 1995. 173 с.
25. Сахнова Е. Б. Жанр интервью и его модификации // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер. Филология. Журналистика*. 2013. Т. 13, вып. 4. С. 98–103.
26. Смирнов Е. А. Руководитель современной организации: управленческий статус и личностные особенности // *Личность. Культура. Общество*. 2001. Т. III, вып. 4 (10). С. 99–127.
27. Терентий Л. М. Дискурс как объект психолингвистического исследования // *Вопросы филологии*. 2009. № 3 (33). С. 27–33.
28. Трубицына Л. В. Слабоструктурированное интервью как метод качественного исследования в психологии // *Теоретическая и экспериментальная психология*. 2019. Т. 12, № 3. С. 72–84.
29. Улановский А. М. Качественные исследования: подходы, стратегии, методы // *Психологический журнал*. 2009. Т. 30, № 2. С. 18–28.
30. Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. Харьков : Гуманитарный центр, 2004. 336 с.
31. Baxter J. Is it all tough talking at the top? A post-structuralist analysis of the construction of gendered speaker identities of British business leaders within interview narratives // *Gender and Language*. 2008. Vol. 2.2. P. 197–222. DOI: 10.1558/genl.v2i2.197
32. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe : IL., Free Press, 1971. 220 p.
33. Brunzel J. Linguistic cues of CEO personality and its effect on performance // *Managerial and decision economics*. 2023. № 44 (1). P. 215–243. DOI: <https://doi.org/10.1002/mde.3676>.
34. Chen J., Qiu L., Ho M.-H. R. A meta-analysis of linguistic markers of extraversion: Positive emotion and social process words // *Journal of Research in Personality*. 2020. № 89, Article 104035. DOI:10.1016/j.jrp.2020.104035.
35. Myskin S. V. Introduction to Organizational Psycholinguistics // *Journal of Psycholinguistic Research*. 2022. № 51 (3). P. 437–453. DOI: 10.1007/s10936-021-09785-0
36. Oen V. D., Svihus J., Solberg S. H. R., Harris A., Eid J. Crisis leadership in COVID-19: A qualitative study of Norwegian business leaders // *Frontiers in Psychology*, 2022. № 13. P. 1–13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.937935
37. Shymko V. Psycholinguistics of Organizational Phenomena: A Case of the Managerial Culture Study // *Psycholinguistics*. 2022. № 31 (1). P. 173–186. DOI: 10.31470/2309-1797-2022-31-1-173-186.

References

1. Aksenovskaya LN. Soteriological technique of assessing the heads leadership qualities level. *Izvestiya Sarat. un-ta. Novaya seriya. Seriya Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = Bulletin of Saratov State University. A new series. The Acmeology of Education series. Developmental psychology*. 2017;6(1):38-53. (In Russ.)
2. Andreev VM, Kupfer LV. Language Features of Client-oriented Behavior (On the Example of Corporate Texts of Modern Engineering and Construction Organizations). *Vestnik NSU. Series: History and Philology =*

Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, philology. 2020;19(2):79-89. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-2-79-89. (In Russ.).

3. Babayan VN. Diskursivnoe prostranstvo tertsiarnoy rechi. Psicholingvisticheskie osobennosti dialogicheskoy rechi v prisutstvii molchashchego tret'ego litsa = Discursive space of tertiary speech. Psycholinguistic features of dialogic speech in the presence of a silent third person. Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co; 2011. 385 p. (In Russ.).

4. Berezovskaya YaL. A leader as a professional (based on the example of commercial organizations in Chelyabinsk). *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie = Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art history.* 2011;57(24):195-198. (In Russ.).

5. Bogomolova NN, Stefanenko TG. Kontent-analiz = Content analysis. Moscow; 1992. 62 p. (In Russ.).

6. Braymen A. Interviews in qualitative research. *Sotsiologiya vlasti = Sociology of Power.* 2007;(4):15-32. (In Russ.).

7. Varzapova VY, Khrusheva TV. Metaphor in Headline of Online English-Language Media Text. *Filologicheskie nauki Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice.* 2021;(14(6)):18231–1828. DOI: 10.30853/phil210285. (In Russ.).

8. Galkin SI. Tehnika i tehnologija SMI: Hudozhestvennoe konstruirovaniye gazety i zhurnala = Media technique and technology: Artistic design of a newspaper and magazine. Moscow; 2005. 215 p. (In Russ.).

9. Golanova EI. Oral public dialogue: interview genre. In: *Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya = The Russian language of the late twentieth century.* Moscow; 2002. Pp. 427–453. (In Russ.).

10. Goncharova EA. Form and content of dialogic relations in the texts of published interview. *Nemetskaya filologiya v Sankt-Peterburgskom gosudarstvennom universitete = German Philology at St. Petersburg State University.* 2018;(8(1)):133-145. (In Russ.).

11. Gorbunova DA. What psychotype reveals: functional distribution of pragmatic markers in the speech of introverts and extraverts. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies.* 2021;8(1):55-69. DOI: 10.24147/2413-61829. (In Russ.).

12. Davydov DG, Loginov VV. Psycholinguistic analysis of scientific discourse. *Innovatsii v obrazovanii = Innovations in education.* 2013;(12):97-111. (In Russ.).

13. Davydova IO. Comparative psycholinguistic analysis of the communicative styles of the American TV presenters (on the example of TV shows by Oprah Winfrey and Larry King). *Nauchnyy vestnik Juzhnogo instituta menedzhmenta = Scientific Bulletin of the Southern institute of management.* 2018;(2):87-91. DOI: 10.31775/2305-3100-2018-2-87-91. (In Russ.).

14. Evtushenko OA, Ionkina EY, Shestakova OA. Psycholinguistic aspect of analyzing the language personality of an English leader. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice.* 2023;16(9):3057-3062. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20230478>. (In Russ.).

15. Evtushenko OA, Ionkina EYu, Yankina EV. Manager's linguistic persona: Prospects and research potential. *Sovremennyy uchenyy = Modern Scientist.* 2022;(2):19-24. (In Russ.).

16. Enina LV, Zykov VF. Praktika zhurnalistskogo obshheniya = The practice of journalistic communication. Yekaterinburg; 2016. 76 p. (In Russ.).

17. Il'chenko SN. Interv'ju v zhurnalistike: kak jeto delaetsya = Interview in journalism: how it's done. St. Petersburg; 2016. 236 p. (In Russ.).

18. Kim MN. Osnovy tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista = Fundamentals of creative activity of a journalist. St. Petersburg; 2016. 400 p.

19. Leont'ev AA. Osnovy psicholingvistiki = Fundamentals of psycholinguistics. Moscow; 2003. 287 p. (In Russ.).

20. Mirgorodskaya AYu. Communicative and pragmatic aspects of scientific discourse. *Vestnik Luganskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of Lugansk State Pedagogical University.* 2021;(2(56)):110-115. (In Russ.).

21. Mukhin MYu. Psycholinguistic aspects of lexical and statistical text analysis. In: *Cognitive Neuroscience — 2020. Materials of the international forum.* Yekaterinburg; 2021:37–42. (accessed 12.11.2023). (In Russ.).

22. Nesterova OA. Psycholinguistic analysis of the motivational guidelines of a linguistic personality as a tool for identifying the socio-political views of the speaker (on the example of the journalistic discourse of V. P. Astafiev). *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics.* 2015;(3(53)):220-225. (In Russ.).

23. Popova OV. Tip lichnostikak determinant verbal'nogo povedeniya politika (na material angloyazychnogo

politicheskogo diskursa) = Personality type as a determinant of a politician's verbal behavior (based on the material of English-language political discourse). Thesis Abstract. Moscow; 2020. 28 p. (In Russ.).

24. Puzikov VG. Kommunikativnye kachestva rukovoditeley = Communication skills of managers. Abstract. St. Petersburg; 1995. 173 p. (In Russ.).

25. Sakhnova EB. The interview genre and its modifications. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Ser. Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of the Saratov University. A New Series. Philology and Journalism series*. 2013;13(4):98-103. (In Russ.).

26. Smirnov EA. Head of a modern organization: managerial status and personal characteristics. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo = Personality. Culture. Society*. 2001;3(4):99-127. (In Russ.).

27. Terentiy LM. Discourse as an object of psycholinguistic research. *Voprosy filologii = Philology Issues*. 2009;3(33):27-33. (In Russ.).

28. Trubitsyna LV. Semi-structured interview as a method of qualitative research in psychology. *Teoreticheskaya i eksperimental'naya psikhologiya = Theoretical and experimental Psychology*. 2009;12(3):72-84. (In Russ.).

29. Ulanovskiy AM. Qualitative research: approaches, strategies, methods. *Psikhologicheskiy zhurnal = Psychological Journal*. 2009;30(2):18-28. (In Russ.).

30. Phillips LJ, Jorgensen MW. Diskurs analiz kak teoriya i metod = Discourse Analysis as Theory and Method. Kharkov; 2004. 336 p. (In Russ.).

31. Baxter J. Is it all tough talking at the top? A post-structuralist analysis of the construction of gendered speaker identities of British business leaders within interview narratives. *Gender and Language*. 2008;2.2:197-222. DOI: 10.1558/genl.v2i2.197

32. Berelson B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe: IL., Free Press; 1971. 220 p.

33. Brunzel J. Linguistic cues of CEO personality and its effect on performance. *Managerial and decision economics*. 2023;(44(1):215-243. DOI: <https://doi.org/10.1002/mde.3676>

34. Chen J, Qiu L, Ho M-HR. A meta-analysis of linguistic markers of extraversion: Positive emotion and social process words. *Journal of Research in Personality*. 2020;(89), Article 104035. DOI: 10.1016/j.jrp.2020.104035

35. Myskin SV. Introduction to Organizational Psycholinguistics. *Journal of Psycholinguistic Research*. 2022;(51(3):437-453. DOI: 10.1007/s10936-021-09785-0

36. Oen VD, Svihus J, Solberg SHR, Harris A, Eid J. Crisis leadership in COVID-19: A qualitative study of Norwegian business leaders. *Frontiers in Psychology*. 2022;(13):1-13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.937935

37. Shymko V. Psycholinguistics of Organizational Phenomena: A Case of the Managerial Culture Study. *Psycholinguistics*. 2022;(31(1):173-186. DOI: 10.31470/2309-1797-2022-31-1-173-186.

Информация об авторах

Е. Ю. Ионкина — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков.

О. А. Евтушенко — доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков.

О. А. Шестакова — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков.

Information about the authors

E. Yu. Ionkina — Cand. of Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

O. A. Evtushenko — Doctor of Sci. (Philology), Professor of the Department of Foreign Languages.

O. A. Shestakova — Cand. of Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages.

Статья поступила в редакцию 10.04.2024; одобрена после рецензирования 15.04.2024; принята к публикации 21.04.2024.

The article was submitted 10.04.2024; approved after reviewing 15.04.2024; accepted for publication 21.04.2024.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.