

УДК 81

## РЕАЛИЗАЦИЯ ТАКТИКИ РЕЧЕВОЙ ПРОВОКАЦИИ В ХОДЕ ИНТЕРВЬЮ КСЕНИИ СОБЧАК С СЕРГЕЕМ ПЕНКИНЫМ

Осенняя О.В.<sup>1</sup>, студент гр. УЭсо 2-6, II курс

Научный руководитель: Нечепуренко М.Ю.<sup>1</sup>, к.фил.н., доцент

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования «Южный федеральный университет»  
г. Ростов-на-Дону

**Введение.** Сфера журналистики отличается необходимостью ее специалистов создавать материал, который не просто несет в массы информацию, но и должен завоевать внимание зрителей, читателей или слушателей. Интервьюеры для привлечения интереса аудитории используют в своей работе прием речевой провокации. Это, несомненно, делает их проект захватывающим. Но остается вопрос, каким же образом применение речевых провокаций влияет на восприятие людьми материала, представленного интервьюером?

Таким образом, **актуальность исследования** заключается во все более частом использовании приема речевых провокаций интервьюерами в их работе на сегодняшний день, что становится практически обязательным явлением для тех интервью, которые претендуют на успех.

Главной **целью статьи** является исследование степени влияния используемых интервьюером речевых провокаций в интервью на респондента через анализ диалога Ксении Собчак с Сергеем Пенкиным.

**Основной материал.** Для начала следует определить, что же такое интервью и по каким принципам оно существует.

*Интервью* — это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес.

В интервью выделяют несколько способов получения интервьюером информации. Мы поговорим о таком способе как *диалог*, который, в свою очередь, подразумевает получение информации в ходе разговора двух лиц.

Из имеющихся видов интервью в данном исследовании будут рассмотрено *интервью-портрет*, раскрывающее индивидуальность респондента перед аудиторией.

В таких интервью обычно принимают участие люди, достигшие значительного социального статуса и высокой степени общественной известности. Такие профессионалы вызывают интерес СМИ как личности, как лидеры мнения. И потому журналиста при беседе с ними могут

интересовать не только факты и сведения из их жизни и карьеры, но и суждения по конкретным вопросам жизни города, региона, страны.

Чтобы диалог между интервьюером и респондентом оказался успешным, выделяют несколько тактик, которые специалисты обычно преследуют в ходе работы. Из них:

- Честность;
- Осведомленность о респонденте и использование подготовленного заранее списка вопросов;
- Опора на заранее подготовленные вопросы, но умение грамотно расширить их, используя дополнительные и второстепенные вопросы;
- Разговор с респондентом до интервью, определяющий тему диалога и те сферы, которые бы оппоненту хотелось избежать.

Эти тактики направлены на обеспечение наиболее комфортного, последовательного диалога для респондента. Но не все интервьюеры придерживаются этих основ. Другие, не целя личного пространства гостей, намеренно нарушая границы дозволенного, применяют *тактику речевых провокаций*.

Применительно к портретному интервью Ионкина Е.Ю. и Тихаева В.В. дают следующее определение тактики коммуникативной провокации: это намеренный, осознанный, манипулятивный прием речевого воздействия, имеющий негативный подтекст и используемый для получения «скрытой», «нежелательной», «незапланированной» информации о собеседнике на фоне его психологической дестабилизации.

То есть, в процессе реализации журналистом стратегии *презентации собеседника*, интервьюер пытается спровоцировать респондента, вывести его на эмоции, чтобы тот рассказал какую-либо личную информацию или мысль, которая затем будет опубликована как сенсация. Несомненно, такая тактика работы считается нечестной и бесчеловечной по отношению к собеседнику. Но в мире журналистики самой важной этической составляющей таких интервью является поиск правды, потому что провокации, осуществляемые с этой целью, имеют смысл.

Стратегия презентации респондента осуществляется через тактику речевых провокаций, тогда как тактика реализуется через единицы более низкого порядка - коммуникативные ходы.

Также выделяются наиболее продуктивные приемы ее реализации: «прямое обвинение», «угроза», «выражение недоверия», «подозрение», «насмешка», «обвинение чужими устами», «нелицеприятный намек», «ирония».

Реплики провокации могут иметь форму уточняющего или восполняющего вопроса, а также утверждения с вопросительной семантикой, и представлены следующими типами:

– реплика, содержащая намек на определенные (негативные) черты характера, присущие собеседнику, или отрицающая его положительные качества;

- реплика, выражающая недоверие (сомнение) журналиста к позиции собеседника;
- реплика, содержащая прямую лексически выраженную негативную оценку собеседника;
- реплика, апеллирующая к собственному мнению собеседника как достоверному источнику информации. Это мнение требует уточнения, конкретизации, поскольку кажется неправдоподобным, нелогичным, не вписывается в общие представления о нем как о герое интервью;
- реплика, апеллирующая к слухам, общественному мнению, мнению СМИ. В ней дается прямая или косвенная характеристика интервьюируемому собеседнику, требующая подтверждения или опровержения;
- реплика, выражающая упрек собеседнику;
- реплика с прямым запросом информации, которая противоречит нормам этикета, выходит за «рамки приличий»;
- реплика ввода новой темы, «нежелательной» для собеседника.

Примеры таких реплик-provокаций часто можно встретить в проектах одного из самых скандальных интервьюеров нашей страны Ксении Собчак. Главная цель ее работ – создание резонанса в обществе для достижения высокого рейтинга. Она виртуозно владеет своей речью и умеет успешно применять ее, часто манипулируя гостем, желая получить от него ценную информацию или вывести на эмоции и подискутировать на неоднозначные темы. Каждый гость, имея уникальный психотип, выдает отличную от других реакцию на провокации Ксении Собчак. Одни вступают в активную полемику, другие проигрывают споры, третьим, чье число довольно невелико, удается противостоять напору интервьюера и отстоять свои личные границы и точку зрения. Одним из таких гостей является Сергей Пенкин.

В ходе интервью можно заметить реплику интервьюера, выражающую негативную оценку собеседника: «Потрясающие голосовые данные, мастерство, владение голосом, а хитов, с точки зрения, вот, музыки, почему-то нет», на что Сергей Пенкин ответил: «Это ты так думаешь». То есть, Собчак упрекнула артиста в том, что имея талант и все необходимые данные, зная секреты успеха, Сергей так и не смог написать популярные песни. Несомненно, респондент отстоял свою точку зрения, настаивая на собственном мнении, но интервьюеру удалось вовлечь артиста в свою игру и заключить пари, в итоге подписав данную часть интервью словами «Шок-контент! Спор с Пенкиным».

Ксения Собчак также использовала реплику, апеллирующую к слухам и новостям СМИ, затронув тему того, что Пенкин не съездил на международный музыкальный конкурс «Евровидение», несмотря на приглашение, но отметил, что в случае его участия, артист точно бы выиграл. В данном отрезке интервью Ксения использует провокацию забрасывания респондента вопросами, не давая ему возможности и времени на размышления, а требуя немедленного ответа – оправданий Сергея Пенкина к ее обвинениям, личного отношения к другим выступавшим артистам и ценной информации о том, кто ему предлагал участие в конкурсе и какую песню предлагали спеть.

*K: «Ты говорил, что если бы тебя пустили на «Евровидение, ты бы на сто процентов победил. С чем бы ты поехал? С какой песней? Это же конкурс песен, а не вокалистов и нужно иметь именно хит, с которым ты условно...»*

*C: «У меня был хит, у меня просто не было денег, это был 94-й год...»*

*K: «Какой хит?»*

*C: «Отбор был...Какую-то песню мне предложили.»*

*K: «Ну подожди, так не бывает, какую-то песню. Это не конкурс вокала, это конкурс хитов. Какой у тебя был хит?»*

*C: «Песню не для «Евровидения»»*

*K: «Кто предложил?»*

*C: «Был 94-й год...»*

*K: «Ну кто предложил?»*

*C: «Это так давно было...»*

*K: «Ты ее не спел в итоге?»*

Мы видим, что попытки Сергея Пенкина избежать прямых ответов прерываются бесконечными вопросами, продолжающимися, пока артист не даст тот ответ, которого ждет интервьюер. В итоге, Ксения добилась некоторых комментариев Сергея Пенкина к конкурсу «Евровидение».

Еще один прием провокации, которому часто следует Ксения Собчак «раздуть из мухи слона», который проявляется в том, что освещая какую-либо новость или слухи, она делает из них проблему, будто разоблачая гостя

интервью, заставляя его оправдываться и объяснять ситуацию. В разговоре о том, почему Сергей Пенкин никогда не выступал на Донбассе, она практически обвиняет его в двуличности, предполагая, что он пытается угодить сторонникам противоположных взглядов: *«Страна немножко разделилась на людей, которые оценивают те события, которые сейчас происходят в разной исторической перспективе «...» и в этом смысле кто-то едет на Донбасс, многие твои коллеги туда ездят и получают после этого звания, которые у тебя есть, а кто-то, наоборот, уезжают и находятся сейчас заграницей и дают концерты там. Вот тебе чья позиция ближе?»* На ответ Пенкина о том, что он старается не принимать никаких позиций, Ксения выдвинула предположение: *«Ты не едешь на Донбасс, потому что ты боишься, что тебе закроет это вообще какие-то двери на Запад, что подвергнешься санкциям?»* И, несмотря на то, что Собчак получила ответ гостя о его патриотической позиции, она все равно настаивала на своем, применив реплику, содержащую прямую лексически выраженную негативную оценку собеседника: *«Да, но у тебя уже здесь первым не получилось, ты здесь, увы, сложилось, что, как будто, здесь ты тоже не нужен, ты второсортный как будто бы здесь»*. Но, Сергей Пенкин не поддался провокациям и отстоял свою точку зрения, отметив, что с Ксенией он не согласен.

**Выводы.** На основании материала о речевых провокациях в интервью, а также анализе интервью Ксении Собчак с Сергеем Пенкиным, можно сделать выводы о том, что в современных интервью все чаще используются названные в статье речевые провокации, которые, действительно, повышают рейтинг интервью, создавая резонанс в обществе и СМИ. Изучение существующих речевых провокаций и способов их избегания может помочь не только специалистам гуманитарных наук, но и любому человеку, который может столкнуться с этим явлением в жизни.

### Список литературы

1. Дзялошинский И., Жолудь Р. Провокация в системе коммуникационных технологий [Текст] / Дзялошинский И., Жолудь Р. // Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 2,. — 2017. — № 2. — С. 20.
2. Иссерс О.С., Плотникова О.А. Провоцирующие речевые тактики в публичном интервью // Вопросы культуры речи: сб. статей / под ред. А.Д. Шмелева. Т. 10. М., 2011. С.334-340.

3. Ионкина, Е. Ю., Тихаева, В. В. Реализация коммуникативной тактики провокации в интервью-портрете: основные сценарии речевого поведения адресата (на материале немецкой прессы) [Текст] / Е. Ю. Ионкина, В. В. Тихаева // Вестник Томского государственного университета. Филология.. — 2021. — № 71. — С. 23.
4. Ильченко С.Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие. СПб. : СПб. гос. ун-т, 2016. 236с.
5. Лукина М.М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2003. 192 с.
6. Плотникова О.А. Стратегии контроля диалогического взаимодействия в интервью: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007. 23 с.
7. Вит Н., Харитонова М. Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телевизионном интервью: сборник научных статей по философии и филологии. Одесса, 2004. Вып. 6. С. 29-39.
8. Иссерс О.С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. - М., 2009. - № 2 (18). - С. 92-104
9. СЕРГЕЙ ПЕНКИН: О концертах на Донбассе, обиде на Михалкова и самом страшном в жизни // VK Видео URL: [https://vk.com/video-212451998\\_456239734](https://vk.com/video-212451998_456239734) (дата обращения: 28.03.2025).