

УДК 811.112.2; 303.623+81'42

DOI: 10.17223/19986645/71/6

Е.Ю. Ионкина, В.В. Тихаева

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ТАКТИКИ ПРОВОКАЦИИ В ИНТЕРВЬЮ-ПОРТРЕТЕ: ОСНОВНЫЕ СЦЕНАРИИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ АДРЕСАТА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ)

Рассматривается применение тактики провокации как одного из наиболее эффективных приемов речевого воздействия в портретном интервью. Выделяются базовые сценарии речевого поведения адресата в провокационных ситуациях интервью, позволяющие говорить о полном / частичном успехе или неуспехе тактики провокации. На основе прагматического анализа типов реакций адресата на провокацию и методики количественного подсчета делается вывод о степени эффективности данной тактики применительно к интервью-портрету.

Ключевые слова: интервью-портрет, тактика провокации, провоцирование, реакция адресата, сценарии речевого поведения, кооперация / конфликт, коммуникативная неудача, эффективность провокации

Постановка проблемы

В своей профессиональной деятельности журналист неизбежно сталкивается с основной проблемой – удовлетворением читательского или зрительского спроса на определенный информационный продукт через средства массовой информации. Интервью как одна из самых активных и востребованных форм коммуникации представляет собой сферу публичной речи, вызывая, как правило, живой интерес потенциальной аудитории. Журналист всегда несет основную ответственность за успех того или иного интервью, который во многом определяется его коммуникативной компетенцией, умением задавать вопросы и использовать различные тактики коммуникативного взаимодействия с собеседником. Чтобы интервью получилось незаурядным, журналист вынужден прибегать к определенным приемам, среди которых особое место занимает тактика провокации. В средствах массовой информации, в том числе и в печатных, проблема эффективного использования того или иного коммуникативного приема представляет большой исследовательский и практический интерес. Не является исключением и портретное интервью, которое выделяется среди других видов жанра интервью большинством исследователей в области радио- и тележурналистики [1–3]. Интервью-портрет, или персональное интервью, сфокусировано на одном герое, при этом психологические, эмоциональные характеристики личности выступают на первый план. «Это продолжительное общение журналиста с собеседником, целью которого как раз и является раскрытие его индивидуальности перед аудиторией» [1. С. 26]. Ситуация интервью-

портрета становится структурообразующим элементом, поскольку важную смысловую нагрузку несут детали быта, одежды, интерьера, особенности речи героя. Формальный стиль общения в интервью-портрете нередко приобретает характер «дружеской беседы», если собеседник и интервьюер давно знакомы и находятся в близких доверительных отношениях. Интервью-портрет как институциональный тип публичного диалога широко используется в немецкой печатной прессе и ее электронных изданиях.

Феномен провокации и провокационное воздействие изучаются в разных областях гуманитарного знания – лингвистики, журналистики, конфликтологии, прагма- и психолингвистики, социологии, педагогики, юриспруденции. Так, немецкий социолог Р. Парис в статье «Короткое дыхание провокации» («Der kurze Atem der Provokation» (1989)) определил провокацию как социальный процесс. Провокация – это «намеренно вызванное и непредвиденное отклонение от нормы, вовлекающее другого участника в открытый конфликт, вызывая у него реакцию, которая, в свою очередь, делает этого участника в глазах третьих лиц дискредитированным и разоблаченным [4. С. 33]. Ключевыми элементами данного определения являются интенциональность, неожиданность и нарушение норм. По мнению исследователя, провокация идет вразрез с «обычным» диапазоном ожиданий в конкретной ситуации, следовательно, она разоблачает провоцируемого или наносит ущерб его личности, что часто ассоциируется с неуважением и презрением.

В лингвистике провокация рассматривается как особый тип дискурса, «провокативный дискурс», состоящий из определенных провокативных речевых жанров [5. С. 21], или как «провокационная речь», целью которой является выведывание или «выпытывание» информации, которую собеседник по какой-то причине не желает сообщать [6. С. 38]. Как коммуникативно-речевое явление провокация подробно рассматривается О.С. Иссерс, которая трактует данный феномен применительно к публичному диалогу. Большое значение исследователь уделяет преднамеренности речевого действия как основному критерию выявления речевой провокации. Другими важными критериями являются осознанность и манипулятивный характер поведения субъекта провокации, что и приводит к негативным последствиям для адресата, вовлеченного в провокационную ситуацию [7. С. 93].

В недавнем исследовании И.К. Айтеновой, Л.А. Балобановой (2016), посвященном речевому поведению радиоведущего в ситуации коммуникативного дискомфорта, отмечается эффективность использования стратегии провокации и ее влияние на собеседника с точки зрения успешности / неуспешности [8]. Однако такие работы единичны, и зачастую провокация рассматривается с позиции ее инициатора в коммуникативном акте, тогда как об эффективности данного приема следует судить, исходя из конкретных образцов речевого поведения адресата. Это и определило актуальность проведенного нами исследования. В настоящей статье предпринимается попытка рассмотреть тактику провокации как один из наиболее действенных приемов, использующихся в диалоге-интервью, и оценить

эффективность ее функционирования в жанре интервью-портрет. Объектом исследования стали фрагменты ситуаций немецких портретных интервью, в которых реализуется тактика провокации. Предметом исследования являются типы реакций адресата в ответ на провокационные речевые действия журналиста. Цель настоящей работы заключается в выявлении сценариев речевого поведения адресата в ситуациях успешного / неуспешного использования тактики провокации. Поставленная цель предполагает решение следующих задач: уточнить понятие «провокация» применительно к диалогу-интервью; выявить структурно-семантические и прагматические особенности реализации тактики провокации в портретном интервью; описать случаи успешного / неуспешного применения данной тактики в интервью и оценить эффективность ее использования.

Материал и методы исследования

Материалом исследования послужили тексты портретных интервью, размещенные в современных немецких электронных изданиях¹. Героями интервью являются известные личности, имеющие достижения в различных профессиональных сферах (спортсмены, писатели, телеведущие, актеры, режиссеры, художники и т.д.), «просто» интересные люди и «звезды». Среди видов портретного интервью выделяется событийное, биографическое, юбилейное, политическое интервью [3. С. 296]). В поле нашего зрения попадают преимущественно портретные событийные интервью, представляющие собой мини-портретные зарисовки, построенные на еженедельных опросах газеты, а также более развернутые биографические портретные интервью, поводом для которых может стать яркий эпизод из жизни героя. «Если основной задачей портретного событийного интервью является показ человека через событие, то в основе биографического портретного интервью лежит биография. Обратившись к ней, журналист может получить разнородные сведения о наиболее значимых для человека этапах жизни, о его жизненном опыте, смене социальных статусов, жизненных приоритетах и целях и т.п.» [3. С. 298]. Кроме того, большой интерес представляет для нас тип интервью со «звездами», который также выделяется в ряду портретных интервью. «Звездное» интервью может быть максимально приближено к беседе, включать многие элементы этого жанра, но всегда более структурировано, имеет более жесткую концепцию и ориентировано на результат, что отражается на манере беседы с интервьюируемым [9. С. 9]. Было проанализировано 150 интервью, общий объем материала исследования составил около 400 страниц (25 п.л.).

Для выявления и рассмотрения ситуаций провокационного воздействия мы использовали следующие методы. Метод контекстуального анализа позволяет установить содержание провокации в исходных репликах интер-

¹ Spiegel Online, Focus Online, Neue Osnabrücker Zeitung (NOZ), Berliner Zeitung, Playboy, die Welt, die Zeit, planet-interview.de.

вьюера и, соответственно, выделить данные провокационные тактики среди всего потока тактических ходов журналиста в интервью. Прагматическая интерпретация высказываний во взаимодействии с элементами метода конверсационного анализа используется нами с целью выявления повторяющихся образцов поведения участников речевого взаимодействия в интервью-портрете. Конверсационный анализ представляет собой продуктивную базу для анализа любого разговора, в частности интервью, поскольку ориентирован на тщательную работу с эмпирическим материалом и дает возможность сделать вывод об успешности коммуникативной ситуации, складывающейся в ходе диалогического взаимодействия. В данном случае речь идет о провокационной ситуации. На заключительном этапе метод количественного подсчета позволяет установить степень эффективности применения тактики провокации в портретном интервью.

Коммуникативная тактика провокации в интервью-портрете: структурно-семантические и прагматические особенности

Понятия коммуникативной стратегии и тактики становятся центральными при анализе любой формы диалогического взаимодействия, поскольку речевое поведение всегда подчинено определенному коммуникативному плану. В рамках прагматического подхода стратегия определяется как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Речевая тактика представляет собой единицу следующего коммуникативного уровня и выступает как одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии. Стратегия подчиняет себе речевую тактику, тогда как тактика реализуется через единицы более низкого порядка – коммуникативные ходы.

Поскольку традиционной формой организации интервью является вопросно-ответная форма взаимодействия, в журналистике наиболее часто провокационной тактикой ведения интервью считается провокационный вопрос. Провокационные вопросы задаются с целью разозлить собеседника, возбудить страсти, чтобы на волне вспышки эмоций получить открытый, импульсивный ответ [2. С. 51]. По мнению журналистов, прием провокаций является весьма действенным, но в то же время и коварным способом ведения интервью, поскольку здесь можно ожидать всех возможных последствий. Кроме того, данная тактика ведения интервью нежелательна с точки зрения этики [3]. Взаимосвязь провокации с соблюдением этических стандартов отмечает также М. Пальцевски, который рассматривает провокацию в журналистике как «публичный» метод получения «сенсационной» информации, ассоциируемый, главным образом, с уловкой и обманом. Самым важным из этических законов является поиск правды, поэтому только провокации, осуществляемые с этой целью, имеют истинный смысл [10. Р. 83].

В исследованиях, посвященных диалогическому взаимодействию, речь идет о конкретных речевых тактиках как о приемах речевого воздействия,

имеющих провокационный характер. Провоцирующая речевая тактика определяется как «конфликтогенная технология речевого воздействия» [11. С. 336], и выделяются наиболее продуктивные приемы ее реализации: «прямое обвинение», «угроза», «выражение недоверия», «подозрение», «насмешка», «обвинение чужими устами», «нелицеприятный намек», «ирония» [11. С. 337; 12. С. 18]. В.С. Третьякова относит провокацию к конфронтационным тактикам наряду с угрозой, издевкой, оскорблением, запугиванием, упреком, обвинением, колкостью, реализующим стратегию конфронтации [13. С. 8]. Н.Н. Кошкарлова рассматривает тактику провоцирования как одну из тактик конфликтного дискурса, которая с равным успехом может быть использована как интервьюером, так и интервьюируемым [14. С. 57]. Провокация также является главным механизмом речевого воздействия троллинга как одной из форм реализации стратегии дискредитации в рамках виртуального пространства [15. С. 30]), а также основной стратегией создания преднамеренного дискомфорта в радиокommunikации [8. С. 18]. Говоря о нежелательных последствиях для адресата, исследователи сходятся во мнении, что речевая тактика провокации имеет конфликтный характер. Однако поскольку интервью-портрет относится к институциональному типу публичного диалога, случаи некооперативного диалогического взаимодействия хоть и встречаются довольно часто, но имеют более «сдержанный характер» и не получают явного (эксплицитного) развития благодаря профессиональному опыту журналиста [16].

Применительно к портретному интервью мы даем следующее определение тактики 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. В данном случае речь идет о провокации позитивной самопрезентации героя, поскольку с помощью данного приема журналист реализует основные тактические задачи: проникнуть в личное или коммуникативное пространство героя интервью, «раскрыть» собеседника, показать его «истинное лицо», уличить в чем-либо, заставить признаться. Конечная цель провокации – вывести собеседника из психологического равновесия и получить яркую эмоциональную, часто неконтролируемую реакцию.

В контексте портретного интервью тактика провокации способствует реализации основной коммуникативной стратегии журналиста, *стратегии презентации* собеседника, которая заключается в удовлетворении читательского интереса подробностями из личной жизни героя интервью. Тактика провокации может состоять из нескольких коммуникативных ходов, структурированных как вопросительной, так и повествовательной репликами, один из которых имеет доминантную иллюкутивную силу, определяющую всю тактику.

При анализе текстов немецких портретных интервью были выделены определенные семантические типы реплик, которые наиболее часто имеют провокационный подтекст. Провокационное намерение в них представлено

косвенно, т.е. является вторичным по отношению к первичному запросу информации и выводится из коммуникативной ситуации. В редких случаях оно может быть эксплицировано журналистом намеренно. 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.

Об успехе провокации следует судить по перлокутивным эффектам, которые находят выражение в ответных реакциях собеседника. Поскольку провокация действует не только на когнитивную, но и на эмоциональную сторону восприятия, отрицательные реакции собеседника в данном случае являются скорее нормой, тогда как их отсутствие, наоборот, позволяет говорить о коммуникативной неудаче инициатора провоцирующих речевых действий. Коммуникативной неудачей (далее КН) называется «полное или частичное непонимание высказывания партнером коммуникации, то есть неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего» [17. С. 31]. Как известно, появление КН в процессе общения является нежелательным последствием и может привести к конфликту. В случае с провокацией, учитывая ее преднамеренный характер, мы имеем дело с обратной закономерностью. Успешная реализация провокативного замысла, т.е. полное или частичное осуществление коммуникативного намерения говорящего, может привести к некоторому сбою в общении и разрушить гармоничное взаимодействие, однако не является КН по отношению к инициатору провокации. И наоборот, неудачная провокация, т.е. неуспешное осуществление провокативного намерения, рассматривается как КН говорящего, но не приводит к конфликтному взаимодействию.

Сценарии речевого поведения адресата в интервью-портрете

Учитывая тот факт, что провокация журналиста, по сути, имеет две цели – получить откровенную информацию о собеседнике и дестабилизировать его психологически, ответное речевое поведение адресата может развиваться по следующим сценариям:

I. Адресат игнорирует провокацию, дает правдивый ответ без эмоциональной реакции (неуспех провокации).

II. Адресат уклоняется от выдачи «желаемой» информации», эмоциональная реакция может иметь место (частичный успех провокации).

III. Адресат демонстрирует отрицательную реакцию, выдает «желаемую» информацию на фоне острой эмоциональной реакции (полный успех провокации).

Второй и третий сценарии демонстрируют частичную или полную успешность провокационного воздействия, тогда как при первом сценарии провокация оказывается неуспешной. В основе провокационной деятельности журналиста лежит провоцирование, которое рассматривается как разновидность психологического воздействия, результатом которого выступают некоторые изменения в психических характеристиках или состояниях адресата воздействия [18]. Под провоцированием понимаются «неосознаваемые, как правило, символические действия и операции, демонстрирующие психологическое состояние адресанта и вызывающие аналогичное психологическое состояние у адресата» [5. С. 59]. В основе провоцирования лежит коммуникативная активность, которая предполагает взаимодействие людей, находящихся в общении, и «презентацию» внутреннего мира коммуникантов. В.Н. Степанов предлагает считать провоцирование частью коммуникативной компетенции человека и профессиональной компетенции специалиста в сфере массовой коммуникации [19. С. 234–235].

Учитывая специфику работы журналиста в жанре портретного интервью, можно сказать, что провоцирование является неотъемлемой частью его коммуникативной деятельности. Используя различные тактики, журналист получает реакции адресата, из которых по ходу интервью постепенно складывается психологический портрет собеседника, характеризующий его как личность. Если рассматривать провоцирование с этой общей точки зрения как нейтральную речевую деятельность безотносительно к ее отрицательному результату, становится понятно, почему провокационные реплики журналиста не всегда являются успешными. Создавая портрет своего героя, журналист старается раскрыть его как личность, получить откровенную информацию. Провоцирование со стороны журналиста в данном случае – это демонстрация психологического состояния откровенности, доверительности с целью вызвать аналогичное состояние у собеседника, побуждая его к самораскрытию. Выстраивание доверительных отношений становится первостепенной задачей журналиста в рамках интервью-портрета, на фоне которых даже реплики с явным провокационным подтекстом не наносят ущерба эмоционально-психологическому состоянию

адресата, поскольку провоцирование в них используется ненамеренно. Если же провоцирующие действия журналиста приобретают осознанный, манипулирующий характер, то в этом случае следует говорить о деструктивном потенциале провокационных реплик. Стремление добиться своего сопровождается при манипулировании постоянным контролем за производимым эффектом. Манипулятивное воздействие носит скрытый характер и опирается на автоматизмы и стереотипы с привлечением более сложного, опосредованного давления [18. С. 102–103]. Успешность тактики провокации предполагает малую степень доверия между коммуникантами или его отсутствие; значительное давление журналиста на адресата с целью изменить его психологическое состояние в соответствии со своим намерением; сопротивление адресата оказываемому на него давлению, которое в первую очередь проявляется на коммуникативном уровне.

В случае использования тактики провокации мы наблюдаем явное противоречие в соблюдении кооперативных / некооперативных норм общения. С позиции журналиста это противоречие заключается в том, что, преследуя основную, глобальную цель – максимально сблизиться со своим собеседником в рамках кооперативного интервью, он намеренно применяет конфронтационную тактику коммуникативного поведения. Тем самым собеседник непреднамеренно оказывается вовлеченным в потенциально конфликтную ситуацию, и от способов его реагирования во многом будет зависеть кооперативный / некооперативный тип речевого взаимодействия в интервью. Противопоставляя кооперативное и конфликтное взаимодействие, Ю.В. Красноперова говорит о двух дискурсивных стратегиях участников интервью, «стратегии сближения и стратегии дистанцирования», в основе которых лежат две фундаментальные установки – установка на кооперацию и установка на конфликт [20. С. 11]. При этом выбор той или иной установки и соответствующей стратегии в ходе диалогического взаимодействия происходит через категорию вежливости, которая является необходимым условием формального общения и делает возможной коммуникацию при потенциальной напряженности между сторонами [21. Р. 1]. Несмотря на то, что провокация в портретном интервью относится к разряду некооперативных явлений, сопровождающихся вторжением в личностное пространство собеседника, ответное речевое поведение героя интервью не всегда связано с нарушением главных принципов общения, принципа кооперации [22] и принципа вежливости [23].

Таким образом, применительно к интервью-портрету следует говорить о двух возможных типах провокационной деятельности журналиста: провокация в нейтральном понимании как провоцирование собеседника к самораскрытию, которая имеет своим результатом положительные реакции адресата (I сценарий), основывающиеся на доверии между коммуникантами; собственно провокация как конфронтационная, манипулятивная тактика, при использовании которой происходит подрыв доверия между собеседниками, что приводит к негативным ответным речевым действиям адресата (II и III сценарии). Прагматические факторы общения, психологиче-

ский аспект, а также контекстуально зависимое смысловое содержание провокационных реплик являются определяющими факторами при разграничении сценариев речевого поведения адресата. Рассмотрим каждый сценарий подробнее.

I. Сценарий речевого поведения адресата. Как показал анализ материала, наиболее многочисленными являются ситуации интервью, в которых собеседник реагирует на провокацию в целом положительно. Об этом свидетельствуют достаточно подробные, аргументированные ответы героя интервью, в которых выражается его стремление к самораскрытию, желание охарактеризовать себя как личность. Содержание многих вопросов журналиста, которое могло бы спровоцировать негативную реакцию адресата, обидеть или разозлить, не рассматривается самим собеседником как провокационное и обычно игнорируется в контексте портретного интервью. Сюда относятся тщательно продуманные провокационные вопросы и утверждения журналиста, основывающиеся на других источниках массовой информации, мнении третьих лиц из ближайшего окружения «звезды», общественном мнении, слухах; провокационные реплики, апеллирующие к собственному мнению собеседника как достоверному источнику информации; реплики, содержащие прямую лексически выраженную негативную оценку собеседника; общие провокационные вопросы с оценочной семантикой, которые задаются с целью выявления отрицательных качеств характера собеседника, развенчания его положительного образа. Несмотря на провокационный подтекст данных реплик, в них не прочитывается «я» журналиста, его собственное мнение, поскольку он в большей степени заинтересован в получении личного мнения собеседника о себе. Провоцируя своего героя на откровенный ответ такими способами, журналист не оказывает на него отрицательного психологического давления, а лишь демонстрирует значительную долю любопытства. Рассмотрим несколько примеров.

В портретном интервью обычно наблюдается достаточно высокий уровень информированности журналиста о жизни своего «героя». Личная информация о нем, размещенная в СМИ, довольно часто становится предметом обсуждения и поводом для провокации со стороны журналиста. Однако сам герой интервью, как правило, также хорошо знаком с этой информацией, поэтому эффект неожиданности часто нивелируется и провокация воспринимается как «условие игры». В следующем отрывке интервью с немецким путешественником-натуралистом Р. Небергом журналист желает узнать реакцию собеседника на сложившееся о нем мнение в СМИ. Лексическая единица «Würmerfresser» («поедатель червей») несет яркий негативный оценочный компонент и придает провокационный характер всему вопросу. Однако провокация остается неуспешной, поскольку адресат не позволяет себя скомпрометировать, а лишь косвенно подтверждает данное мнение с последующей аргументацией:

– *Jetzt ist ja der Mensch Rüdiger Nehberg auch eine Medienfigur. Es gibt viele Fotos, auf denen Sie eine Spinne auf dem Kopf oder eine Schlange um den Hals haben. Welche Rolle hat das für Sie gespielt?*

Nehberg: Man kann seine Ziele und Ideale allein durchsetzen. Wenn man aber dazu noch die Medien auf seiner Seite hat, ist das ein Wahnsinnsmultiplikator. <...>.

– Hat es Sie jemals gestört, dass viele Medien Sie auf den Würmerfresser reduziert haben?

Nehberg: So hat es mal angefangen. Damit lebe ich gut. Das war damals so. Aber durch dieses Wissen um die Ernährung im Notfall habe ich mich in die Lage versetzt, Gegenden dieser Erde zu bereisen, monatelang, alleine, von denen andere nur träumen können. <...>. Es ist ein Vorurteil der Gesellschaft, dass ein Wurm etwas Ekelhaftes ist [RN].

Помимо реплик, апеллирующих к мнению СМИ, основанием для провокации нередко становятся какие-либо нестандартные утверждения самого собеседника, представляющие интерес для массовой аудитории, которые также ложатся в основу заголовка интервью. Такие высказывания нередко содержат экспрессивную сниженную лексику и явно нарушают этические нормы в контексте портретного интервью. Однако вместо отказа от своих слов и оправдания адресат готов комментировать свои утверждения, дает искренний ответ, не стеснясь показать себя в невыгодном свете. Рассмотрим следующий пример:

– Was ist das Wichtigste am Mannsein?

Vettel: Dass man zu sich selbst steht, auch wenn es mal Gegenwind gibt oder man aufs Gesicht fällt.

– Sie sagten mal, dass man manchmal ein Drecksack sein muss. Wann waren Sie zuletzt ein Drecksack?

Vettel: Das kommt ab und an vor. Ich schaue auf meinen Vorteil, obwohl Konkurrenten dadurch das Nachsehen haben.

– Muss man auf der Rennstrecke ein bisschen Arschloch sein?

Vettel: Nicht nur ein bisschen. Es ist notwendig, denn die anderen machen es genauso. Wer nur Vorfahrt gibt, gewinnt nicht [SV].

В данном отрывке интервью с С. Феттелем, немецким чемпионом Формулы-1, журналист желает обсудить тему «мужского поведения» на гоночной трассе, предваряя ее вопросом о том, какое самое важное качество характеризует мужчин. Далее журналист апеллирует к словам собеседника, употребляя довольно грубое выражение «Drecksack» («скотина»), которое он проецирует на самого героя интервью в последующем вопросе. Не добиваясь от адресата отрицательной реакции, сопровождающейся эмоциями обиды или раздражения, журналист формулирует второй вопрос, также используя вульгарную лексику «Arschloch» («дерьмо»), провоцируя собеседника на резкий ответ. Несмотря на негативный подтекст реплик журналиста и наличие инвективной лексики, тактика провокации в приведенном отрывке интервью не имеет успеха, поскольку адресат дает прямой ответ, игнорируя провокационное намерение. Такое речевое поведение, на наш взгляд, может демонстрировать собеседник, хорошо подготовленный к общению с прессой.

В редких случаях сам журналист может предупредить собеседника, что его следующий вопрос содержит провокационный подтекст. Тем самым

интервьюер пытается смягчить ситуацию, избежать отрицательной реакции со стороны адресата или прерывания беседы. Это можно продемонстрировать следующим примером из интервью с немецким спортсменом А. Боммесом:

– *Wenn ich Sie jetzt frage, was für eine abgezockte Sau Sie denn sind – ist das Gespräch dann beendet?*

Bommess: (lacht) Überhaupt nicht, ich weiß ja genau, was Sie meinen.

– *Die Frage haben Sie Thomas Müller im „Sportschau-Club“ nach dem Pokalfinale gestellt.*

Bommess: Ja, und es gab jede Menge Reaktionen darauf. Dabei hatte ich überhaupt nicht das Gefühl, dass das auch nur ansatzweise ein Problem war. Es war eine Atmosphäre wie in der Sportlerkabine, ich war gefühlsmäßig auch wieder in der Sportlerkabine, und so haben wir dann auch geredet. <...> [AB].

Называя своего собеседника «abgezockte Sau» («проигравшаяся свинья»), журналист в последующей реплике напоминает ему, когда и кем была сказана данная фраза. Поскольку и журналист и собеседник знают, о чем идет речь, т.е. имеют одинаковый объем пресуппозиций, данная реплика не вызывает у адресата эмоций обиды или раздражения. Смеховая реакция и последующий аргументированный ответ со стороны собеседника следуют на данный провокационный вопрос.

Таким образом, положительные реакции адресата на провокационные реплики журналиста являются скорее нормой, чем исключением. Собеседник либо игнорирует провокационное намерение, либо распознает его, но не поддается на провокацию. О неуспешном использовании тактики провокации свидетельствуют следующие типы реакций адресата: прямой / косвенный ответ, выражающий согласие или несогласие в сочетании с развернутым ответом; развернутый аргументированный ответ. При этом ход беседы не нарушается, а продолжается в заданном направлении с соблюдением основных норм кооперативного общения. Провокационное намерение интервьюера остается нереализованным в 51% случаев.

II. Сценарий речевого поведения адресата. Второй сценарий коммуникативного поведения интервьюируемого находит свое выражение в таких коммуникативных ситуациях, когда адресат при реагировании на провокацию уклоняется от прямого ответа или отказывается отвечать. Как показывает исследование, провокационные реплики с прямым запросом информации, которая противоречит нормам этикета и выходит за «рамки приличий», а также реплики, содержащие предложение обсудить новую, «нежелательную» для собеседника тему, оказывают значительное манипулирующее воздействие на собеседника. Уклонение от ответа мы рассматриваем, вслед за Ю.В. Красноперовой, как использование «неподдерживающего» контекст вопроса ответа [20. С. 12]. Крайней формой уклонения является отказ отвечать, когда собеседник по каким-либо причинам отказывается выдавать «желаемую» информацию и придерживается стратегии дистанцирования, не вступая открыто в конфликт. Оба типа реагирования свидетельствуют о частичном успехе провокационного намерения журна-

листа и обусловлены внутренним сопротивлением личности адресата, который стремится уйти от прямого ответа, сохраняя свое лицо. Журналисту удастся в некоторой степени скомпрометировать собеседника, вызвать нестандартные реакции, однако его конечная цель получения откровенной информации остается недостигнутой.

В качестве тактического хода провокация была выделена в работе Н. Вит и М. Харитоновой. Авторы считают, что применение провокации в телеинтервью стимулирует тактику уклонения собеседника с использованием юмора или иронии, а также смены субъекта оценивания, когда интервьюируемый предлагает обратиться к мнению других людей [24. С. 37]. В разных исследованиях, посвященных интервью, выделяются и другие тактики уклонения: иронизация, игнорирование, собственно имплицитный отказ, обобщение и др. [25]; избегание комментирования, уклонение через апелляцию к более компетентному источнику, постановка встречного вопроса и др. [26]. При реагировании на провокацию в портретном интервью наиболее частыми формами уклонения становятся повествовательная реплика-ирония, реплика-комментарий («Was für eine Frage!», «Eine gute Frage», «Lustig, dass Sie das fragen»), а также встречный вопрос с ироничным подтекстом. При этом смеховая реакция сопровождает различные формы уклонения от ответа, в том числе и отказ отвечать. Приведем пример:

– *Auf der Blitz-Website gibt es zahlreiche Galerien und Videos mit Titeln wie „Sexy Dessous, heiße Wäsche“ oder „Peitsche, Strapse & Korsagen“ – sind das dann auch „topaktuelle Informationen aus der Welt der Schönen und Reichen“ (Sat.1 über Blitz) oder ist das einfach nur „Sex Sells“?*

Cramer: Da muss ich sie doch gleich mal an die Männer in unserer Redaktion weiterleiten...(lacht). Die Leute, die die Website bei uns redaktionell betreuen, wissen, was der Internetuser sehen will und insofern sind dort die Themen etwas anders gewichtet als sie letztendlich bei uns über den Sender gehen

– *Als Moderatorin sind Sie das Gesicht der Sendung und werden insofern von allen Zuschauern mit diesem Format in Verbindung gebracht. Wie stehen Sie denn angesichts dessen zu dieser Galerie?*

Cramer: Das ist unser Internetportal und gehört zu Blitz, aber ich muss mich damit ja nicht zwangsläufig gemein machen. Ich halte mein Gesicht für die Sendung hin und für die Beiträge die dort gezeigt werden und habe da natürlich auch ein Mitspracherecht. <...> [BC].

Как видно из данного отрывка интервью с немецкой телеведущей Б. Крамер, провокационный вопрос журналиста касается актуальной информации сексуального характера, размещенной на сайте ее передачи «Blitz». Однако героиня беседы не дает прямого ответа на поставленный вопрос и ссылается на мнение редакторов сайтов, которые лучше знают, что хотят видеть пользователи Интернета. Ироничный ответ-уклонение, сопровождающийся смеховой реакцией, свидетельствует о частичном успехе провокации журналиста. Журналист продолжает данную провокационную тему, пытаясь выяснить, как же соотносится «лицо» телеведущей с галереей такой информации, поскольку зрители будут сопоставлять ее

именно с таким форматом передачи: «Wie stehen Sie denn angesichts dessen zu dieser Galerie?». Последующий прямой ответ-объяснение на данный вопрос говорит о том, что провокация оказывается неуспешной, поскольку журналисту не удастся скомпрометировать героя интервью.

Отказ отвечать как форма реагирования на провокационное утверждение интервьюера может выражаться одним словом или целым предложением; прямо, с использованием лексических средств («Nein», «Ich weiß davon nichts», «Das sage ich Ihnen nicht»), или косвенно, например с помощью восклицания «Um Gottes willen!», выражающего нежелание обсуждать предлагаемую тему. Получив отказ, журналист в одних случаях может не настаивать на продолжении темы и переходит к следующему вопросу или все же продолжает начатую тему, реализуя тактику провокации в нескольких коммуникативных ходах. Рассмотрим следующий отрывок интервью с актером Л. Нисоном:

– *Was ist Ihre Hauptantriebskraft im Leben?*

Neeson: Ich bin Vater. Das ist meine Hauptantriebskraft. Ich habe Verantwortung für meine Söhne. <...>. Es sieht – trotz aller Sorgen – gar nicht so schlecht aus.

– *Sprechen wir doch mal über Ihre ganz persönlichen Laster . . .* –

Neeson: (lacht) Ganz sicher nicht! Die sind nichts für die Öffentlichkeit . . .

– . . . und Dämonen.

Neeson: Meine Dämonen sind alle „made in Hollywood“. Ich will damit sagen, dass ich schon längst mit meinen eigenen Dämonen in Frieden lebe. Das ist das Schöne am Älterwerden: Man nimmt den ungesunden Begierden irgendwann die Spitze. <...>. Und das tut gut.

– *Wenn Sie nur vier Worte dafür hätten: Wie würden Sie sich beschreiben?*

Neeson: A big lazy bastard. Liam Neeson [LN].

Как видно из данного контекста, журналист переходит от предыдущей нейтральной темы «семейные приоритеты» к провокационной, предлагая обсудить «личные пороки» героя интервью. Собеседник реагирует прямым отказом в сочетании со смеховой реакцией («Ganz sicher nicht!»), объясняя свой отказ тем, что данная тема не для общественности. Продолжая провоцировать собеседника, журналист в рамках этой же «неприятной» темы предлагает поговорить о «демонах», на что адресат реагирует иронично и дает лишь косвенный ответ. Определенная степень недоверия собеседника по отношению к журналисту не позволяет ему раскрыться в полной мере. Возникшая коммуникативная неудача на данном отрезке портретного интервью, свидетельствует о частичном успехе провокационного намерения интервьюера. Не настаивая больше на продолжении «нежелательной» для адресата темы, журналист переходит к следующему вопросу, завершая интервью.

Итак, второй сценарий речевого поведения адресата при реагировании на провокацию демонстрирует отклонение от принципа сотрудничества, когда собеседник по каким-либо причинам уклоняется от выдачи «желаемой» информации, но при этом открыто не вступает в конфликт. Провока-

ционное намерение журналиста хотя и распознается собеседником, но остается реализованным не в полной мере. О частичном успехе тактики провокации свидетельствуют следующие типы реакций адресата: уклонение от прямого ответа в сочетании с иронией и смеховой реакцией; встречный вопрос-ирония или комментарий к вопросу в сочетании с косвенным ответом; прямой / косвенный отказ отвечать в сочетании со смеховой реакцией или объяснением. Коммуникативные неудачи, возникающие на определенных участках интервью, не нарушают дальнейшего хода беседы, но могут препятствовать развитию темы. Частичный успех тактики провокации наблюдается в 23% случаев.

III. Сценарий речевого поведения адресата. При использовании тактики провокации всегда есть риск, что коммуникативное взаимодействие может перерасти в конфликт. Третий сценарий речевого поведения интервьюируемого реализуется в ситуациях конфликтного взаимодействия, при этом установка на дистанцирование становится основной дискурсивной стратегией героя в портретном интервью. Ю.В. Красноперова рассматривает конфликт в широком понимании как любое несоответствие ожиданиям собеседников, осознанное или подсознательное отклонение от сотрудничества. Стоит согласиться с автором в том, что конфликт в ходе интервью не следует рассматривать с деструктивной точки зрения, а наоборот, как «явление, способствующее более динамичному естественному взаимодействию партнеров по общению, являющееся следствием большей импровизации» [20. С. 11]. Сходного мнения придерживается М.Ю. Сейранян, трактуя конфликт как «одну из форм взаимодействия, естественную для коммуникативной деятельности человека, и как способ разрешения разногласий, содержащихся как в актуальном, так и глобальном контексте» [27. С. 9]. В случае успешной реализации тактики провокации в портретном интервью отрицательные реакции собеседника являются следствием нарушения с его стороны норм кооперативного взаимодействия. Провокационные реплики журналиста, выражающие недоверие (сомнение) к позиции собеседника или упрек в его адрес, обладают наиболее сильным деструктивным потенциалом в интервью-портрете, заставляя собеседника терять эмоционально-психологическое равновесие. Подрыв доверия к герою интервью со стороны журналиста происходит в силу того, что в репликах интервьюера угадывается «личностное отношение» к собеседнику, которое противоречит собственным взглядам последнего и зачастую является негативным.

Проведенное исследование показывает, что успех провокационного намерения журналиста напрямую связан с возникновением «полных / частичных»¹ коммуникативных неудач на определенном отрезке интервью. Нередко интервьюеру удается спровоцировать собеседника, намеренно используя определенные лексические единицы, которые вызывают у

¹ Более подробно о типах коммуникативных неудач в портретном интервью см. в статье [28].

последнего недопонимание, а также эмоции удивления, негодования, возмущения или раздражения. Вопрос-переспрос, встречный вопрос-несогласие или реплика-корректировка лексической единицы в сочетании с аргументированным ответом со стороны адресата свидетельствуют о возникновении частичного коммуникативного разногласия между собеседниками. Поскольку собеседник все же выдает «желаемую» информацию на фоне своей отрицательной эмоциональной реакции, то в таких случаях можно говорить о полном успехе тактики провокации журналиста. Рассмотрим следующий отрывок интервью с немецким композитором и исполнителем шансона К. Хоффманом:

– *Haben Sie noch Lampenfieber?*

Hoffmann: Ja klar. Es kommt darauf an, wen ich im Publikum vermute. Da kommt mein altes Schülerverhalten zum Vorschein: Wenn der Mathelehrer im Zuschauerraum sitzt, fange ich an zu zittern.

– *Sie haben viele Songs über Berlin geschrieben. Ist es eine Art Hassliebe, die Sie mit Ihrer Heimatstadt verbindet?*

Hoffmann: Was heißt Hassliebe? Wenn ich in Bielefeld lebte, würde ich auch unglaublich über die Oetker-Halle herziehen. Aber ich liebe natürlich auch meine Stadt. Ich bin da geboren, hier ist mein Kiez, mein kleines Kino und der Krämerladen. <...>. Das ist schon sehr widersprüchlich [KH].

На данном отрезке интервью журналист желает узнать о чувствах своего героя, связанных с его творчеством. Первый вопрос о том, испытывает ли его собеседник волнение перед выходом на сцену, приводит к откровенному положительному ответу-согласию. Далее журналист формулирует провокационный вопрос, используя существительное «Hassliebe» («чувство, колеблющееся между ненавистью и любовью»), тем самым ставит под сомнение любовь к родине (чувство патриотизма) своего героя. Данная лексическая единица используется намеренно, чтобы вызвать отрицательную реакцию у собеседника. Не соглашаясь с такой формулировкой вопроса, адресат выражает возмущение в форме переспроса «Was heißt Hassliebe?». Последующий развернутый ответ собеседника на фоне эмоциональной реакции свидетельствует об успешности провокационного воздействия.

Восклицательные предложения с яркой негативной эмоциональной окраской в ответах интервьюируемого довольно часто сопровождают реакцию опровержения. В случае опровержения адресат не соглашается (прямо или косвенно) с информацией в пропозиции высказывания журналиста, при этом приводит факты прямо противоположные. Такая реакция может сочетаться с взаимным обвинением («Das sagen Sie!») и всегда основывается на различии пресуппозиций коммуникантов. Провокационные реплики журналиста, выражающие намек на негативное поведение собеседника, недоверие к его позиции часто приводят к эмоциональным реакциям опровержения со стороны последнего. Рассмотрим следующий отрывок интервью с известным швейцарским актером Х. Якманом:

Jackman: Auf jeden Fall. Ich habe schon immer sehr gerne geschauspielert. Als Kind in Schulaufführungen, als Jugendlicher in Amateurtheatern. Nicht aus-

zudenken, wenn ich tatsächlich mein ursprüngliches Berufsziel verwirklicht hätte: Journalist...

– ... dann müssten Sie jetzt Hollywood-Stars interviewen.

Jackman: Vielleicht. Es gibt Schlimmeres. Hoffe ich (lacht).

– Ja, selbstverständlich. Leben Sie denn gern im Elfenbeinturm der Stars?

Jackman: Was für eine Unterstellung! Ich lebe mit meiner Familie die meiste Zeit des Jahres in New York. Und wir versuchen, dort ein ganz normales Leben zu führen. Mit Elfenbeinturm hat das gar nichts zu tun (hält kurz inne). Aber es stimmt schon . . . Oft verliere ich leider tatsächlich den Bezug zu dem, was politisch, gesellschaftlich oder kulturell so in der Welt passiert. Es kann schon sein, dass ich sechs Wochen keine Zeitung aufschlage.

– Warum?

Jackman: Weil ich oft für Wochen oder Monate bei Dreharbeiten in einer Art Zeitkapsel verschwinde, in der ich von der Außenwelt praktisch nichts mehr mitkriege. <...> [HJ].

В данной коммуникативной ситуации провокационный вопрос журналиста возникает по мере развития темы «достижение профессиональных планов» героя интервью. Употребляя фразеологическое словосочетание «Elfenbeinturm der Stars», журналист тем самым полагает, что его «герой», как и все «звезды», живет в самоизоляции от реального мира. Сам герой интервью считает, что данное мнение о нем не соответствует действительности, а является «подтасовкой фактов». Адресат довольно эмоционально реагирует на провокационный вопрос интервьюера. Его восклицание «Was für eine Unterstellung!» и последующая реплика опровержения свидетельствуют о возникновении конфликта на данном отрезке интервью, который не получает дальнейшего развития, поскольку журналист переходит к следующему вопросу, не развивая конфликтную тему. Интервьюер добивается успешной реализации тактики провокации, используя только один тактический ход.

Довольно часто, однако, провокационное намерение журналиста реализуется в нескольких коммуникативных ходах, если ему не удастся сразу добиться желаемой реакции адресата. Герой интервью может перебивать журналиста, если возникает угроза «потери лица», нарушая при этом дистанцию общения и главные прагматические принципы, регулирующие межличностные взаимоотношения. Перебивание или «перехват инициативы» является ярким примером некооперативного поведения интервьюируемого и нарушает стереотип речевого общения в рамках интервью [20. С. 13]. Прерывание разговора само по себе рассматривается как невежливое и даже враждебное речевое действие [29. С. 230]. Следующий отрезок интервью с немецким комедиантом Ю. фон дер Липпе начинается с ввода новой темы, которая оказывается «нежелательной» для героя интервью, и он стремится прервать общение:

– Herr von der Lippe, in Ihrer Archiv-Biografie findet sich eine auffällig lange Liste gesundheitlicher Leiden.

Von der Lippe: Jetzt hören Sie aber auf! Nein, das können Sie nicht sagen.

– *Doch, im Vergleich zu anderen Prominenten steht da recht viel: Meniskus-Probleme, neigt zu Geschwüren, Schlaflosigkeit, Allergien, erhöhter Cholesterinspiegel ...*

Von der Lippe: Weil ich gern darüber gesprochen habe! Das ist Comedy pur. Sie machen den Leuten eine Freude, wenn Sie von solchen Sachen erzählen. Da denkt jeder: „Die arme Sau, Gott sei Dank hab ich das nicht.“ Das ist immer gut für die Stimmung.

– *Ein weiteres chronisches Leiden ist nach Ihren eigenen Aussagen die Beserwisserei.*

Von der Lippe: Ja, ich bin Freizeitklugscheißer. Aber Freizeit können Sie auch weglassen [JL].

Просьба адресата прекратить обсуждение проблем с его здоровьем выражается лексически, восклицательной формой предложения («Jetzt hören Sie aber auf!»). Реплика перебивания остается без внимания журналиста, который продолжает начатую тему. Оправдание собеседника в последующей реплике («Weil ich gern darüber gesprochen habe!») сопровождается эмоциональной реакцией раздражения. Две негативные реакции адресата на данном отрезке интервью свидетельствуют о конфликтном взаимодействии между коммуникантами и о полном успехе тактики провокации. Добившись откровенного ответа собеседника, журналист в последующем утверждении вводит новую подтему, что является одним из эффективных способов выхода из конфликтной ситуации.

Типы реакций адресата на провокацию журналиста в портретном интервью

Тип сценария	Типы реакций	Количество реакций, %	Процентное соотношение сценариев
I сценарий (неуспех провокации)	Прямое/косвенное согласие + развернутый ответ	22	51
	Прямое/косвенное несогласие + развернутый ответ	17	
	Развернутый ответ-аргументация	12	
II сценарий (частичный успех провокации)	Уклонение-ирония + смеховая реакция	6	23
	Встречный вопрос-ирония + косвенный ответ	3	
	Реплика-комментарий/смеховая реакция + косвенный ответ	7	
	Прямой/косвенный отказ отвечать + объяснение/смеховая реакция	7	
III сценарий (полный успех провокации)	Вопрос-переспрос/реплика-корректировка + развернутый ответ	7	26
	Опровержение	9	
	Взаимное обвинение + опровержение	2	
	Возмущение + оправдание	4	
	Перебивание	4	

Как показал анализ материала, третий сценарий речевого поведения адресата при реагировании на провокацию является конфликтным, поскольку собеседник распознает провокационное намерение журналиста, поддается на провокацию и оказывается вовлеченным в открытый конфликт. О полном успехе тактики провокации свидетельствуют следующие типы реакций адресата: вопрос-переспрос или реплика-корректировка в сочетании с аргументированным ответом; опровержение или взаимное обвинение в сочетании с опровержением; оправдание в сочетании с возмущением; перебивание. Возникающие коммуникативные неудачи нарушают ход общения на данных участках интервью и зачастую приводят к смене темы, но не прерывают общение в целом. Полный успех тактика провокации имеет в 26% проанализированных ситуаций.

В обобщенном виде сценарии речевого поведения адресата при его реагировании на провокацию, а также процентное соотношение типов реакций, представляющих каждый сценарий, показаны в таблице.

Выводы

Проведенное исследование, результаты которого представлены в настоящей статье, показало, что коммуникативное взаимодействие инициатора провокации (журналист) и объекта ее воздействия (собеседник) в портретном интервью развивается по трем базовым сценариям. Каждый сценарий представляет собой набор типичных способов реагирования адресата на провокацию и позволяет судить о полном / частичном успехе или неуспехе тактики провокации в интервью-портрете. Как видно из таблицы, успешное использование тактики провокации оценивается в 49%, тогда как случаи неуспешного применения данной тактики составляют 51%. При этом абсолютного успеха журналист добивается лишь в 26% случаев.

Количественные данные позволяют сделать вывод, что степень эффективности тактики провокации в портретном интервью в среднем составляет менее 50%. Такой результат получен при анализе всех провокационных ситуаций в совокупности, отобранных из текстов немецких портретных интервью. Если же рассматривать каждое конкретное интервью-портрет в отдельности, то данные показатели могут существенно различаться в зависимости от того, насколько часто будет использоваться данная тактика журналистом и какое влияние она будет оказывать на собеседника. Можно предположить, что тактика провокации, наиболее эффективная в одном интервью, может быть совершенно неэффективной в другом.

Специфические особенности жанра интервью-портрета могут, на наш взгляд, объяснить, почему тактика провокации оказывается эффективной только наполовину. К ним мы относим следующие: 1) характер провокационной деятельности журналиста, который не всегда оказывает манипулирующее, деструктивное воздействие на собеседника, а лишь провоцирует его к самораскрытию на фоне доверительных отношений; 2) близкая степень знакомства интервьюера и интервьюируемого, которая нередко

придает интервью характер «дружеской» беседы; 3) тщательная подготовка журналиста и использование достоверных источников информации, что снимает эффект неожиданности; 4) формальное обязательство героя интервью отвечать на все вопросы, даже при нежелании это делать, а также внутренняя готовность к возможным «ловушкам» журналиста. Эмоционально-психологические характеристики личности собеседника, его стремление к кооперации или желание вступить в конфликт также являются первостепенными факторами, определяющими успех провокации при прочих равных условиях.

Также было установлено, что не все способы выражения провокации оказывают одинаковое воздействие на героя интервью. Наблюдаются некоторые тенденции к взаимозависимости определенных типов провокационных реплик и способов реагирования на них адресата. Знание подобных закономерностей, как и остальных факторов, влияющих на успех провокации, несомненно, может повысить эффективность использования данной тактики не только в портретном, но и в других типах интервью.

Литература

1. Ильченко С.Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие. СПб. : СПб. гос. ун-т, 2016. 236 с.
2. Лукина М.М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2003. 192 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (дата обращения: 25.05.2019).
3. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для вузов. СПб. : Питер, 2016. 400 с.
4. Paris R. Der Kurze Atem Der Provokation // Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden : Springer VS Verlag, 1989. № 41 (1). S. 33–52.
5. Степанов В.Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации. СПб. : Роза мира, 2008. 268 с.
6. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М. : Дело, 2002. 316 с.
7. Иссерс О.С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2 (18). С. 92–104.
8. Айтенова И.К., Балобанова Л.А. Речевое поведение радиоведущего в ситуациях коммуникативного дискомфорта (на примере программ информационно-развлекательного вещания) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2016. № 5 (43). С. 5–23. DOI: 10.17223/19986645/43/1.
9. Швец Е.В. «Звездное» интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2008. 23 с.
10. Palczewski M. Journalistic Provocation. Definition – Legal and Ethics Aspects – Typology // Media Studies. Warsaw : The Institute of Journalism of Warsaw University. 2008. Vol. 2 (33). P. 71–91 URL: http://mediastudies.eu/article.php?date=2008_2_33&content=palczewski&lang=en
11. 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.
12. Плотникова О.А. Стратегии контроля диалогического взаимодействия в интервью : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007. 23 с.
13. Третьякова В.С. Речевой конфликт и гармонизация общения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 36 с.

14. Кошкарлова Н.Н. Пространство конфликтного дискурса в жанре политического интервью // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 2010. № 17 (198), вып. 44. С. 54–59.
15. Гриценко Л.А., Демидова Т.А. Коммуникативная стратегия дискредитации в интернет-коммуникации (на примере троллинга) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 55. С. 29–42. DOI: 10.17223/19986645/55/3
16. Красноперова Ю.В., Тарасенко В.В., Саварцева Н.В. Кооперация и конфликт как возможные пути развития интеракции в ходе интервью // Современные проблемы науки и образования : Электронный научный журнал. 2015. № 2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22601> (дата обращения: 10.06.2019).
17. Ермакова О.Н., Земская Е.А. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога) // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М., 1993. С. 30–64.
18. Доценко Е.Л. Манипуляция: феномены, механизмы и защита. М. : Че-Ро : Юрайт, 2000. 344 с.
19. Степанов В.Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации // СМИ и проблемы формирования массового сознания. М., 2009. С. 233–235.
20. Красноперова Ю.В. Дискурсивные стратегии участников интервью : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2005. С. 20.
21. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 345 p.
22. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М., 1985. С. 217–237.
23. Leech G. Principles of Pragmatics. London : Londman, 1983. 321 p.
24. Вит Н., Харитонова М. Стимулирование коммуникативных тактик уклонения и противодействия в телеинтервью : сборник научных статей по философии и филологии. Одесса, 2004. Вып. 6. С. 29–39.
25. Головаш Л.Б. Коммуникативные средства выражения стратегии уклонения от прямого ответа: на материале английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2008. 24 с.
26. Чуриков М.П. Согласие, несогласие и уклонение в аспекте речевого общения: на материале текстов немецких политических интервью : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2005. 20 с.
27. Сейранян М.Ю. Конфликтный дискурс и его просодический строй. М. : МПГУ, 2016. 244 с.
28. Ионкина Е.Ю., Тихаева В.В. Коммуникативные неудачи в интервью-портрете (на материале немецкого языка) // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филологические науки. 2019. № 4 (426), вып. 116. С. 80–89. DOI: 10.24411/1994-2796-2019-10411
29. Ерманова Б.Б. Прерывание речевой коммуникации как следствие коммуникативной неудачи // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 3 (40). С. 230–232.

Источники примеров

- RN* – Rüdiger Nehberg im Interview URL: <http://www.planet-interview.de/interviews/ruediger-nehberg/35196/> (дата обращения: 10.06.2019).
- SV* – Sebastian Vettel im Interview. URL: http://www.focus.de/sport/formel1/tid-34196/formel-1-star-im-playboy-interview-20-fragen-an-vettel-man-muss-auch-mal-ein-arschloch-sein_aid_1133154.html (дата обращения: 15.06.2019).
- AB* – Alexander Bommers im Interview. URL: <https://www.noz.de/deutschland-welt/medien/artikel/1332/2206-wojo-08-bommers#gallery&0&0&1332> (дата обращения: 10.06.2019).

- BC – Bettina Cramer im Interview. URL: <http://www.planet-interview.de/interviews/bettina-cramer/34287/> (дата обращения: 16.06.2019).
- LN – Schauspieler Liam Neeson im Interview. URL: https://www.focus.de/kultur/kino_tv/tid-25477/schauspieler-liam-neeson-im-interview-ich-bin-zwar-nicht-schoen-aber-hoellisch-attraktiv_aid_735912.html (дата обращения: 10.06.2019).
- KH – Chansonnier Klaus Hoffmann im Interview. URL: <https://www.noz.de/deutschland-welt/medien/artikel/1317/1603-wojo-interview-hoffmann> (дата обращения: 13.06.2019).
- HJ – Superheld Hugh Jackman im Interview. URL: https://www.focus.de/kultur/kino_tv/hugh-jackman-asdf_id_4011772.html (дата обращения: 10.06.2019).
- JL – Entertainer Jürgen von der Lippe im Interview. URL: https://www.focus.de/kultur/kino_tv/tid-31788/entertainer-juergen-von-der-lippe-ja-ich-bin-freizeitklugscheisser_aid_1011422.html (дата обращения: 13.06.2019).

Implementation of the Provocation Communication Tactic in Portrait Interviews: Main Scenarios of the Addressee's Speech Behavior (Based on the Material of the German Press)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2021. 71. 91–113. DOI: 10.17223/19986645/71/6

Ekaterina Yu. Ionkina, Viktoriya V. Tikhaeva, Volgograd State Technical University (Volgograd, Russian Federation). E-mail: katya_dzhandalie@mail.ru / tilsitka@yandex.ru

Keywords: portrait interview, provocation tactic, provoking, addressee's response, speech behavior scenario, cooperation/conflict, communication failure, provocation effectiveness.

This article discusses the provocation tactic in order to determine the effectiveness of its implementation in the portrait interview. The latter is an institutional type of a public dialogue widely used in the German print press and its electronic issues. Provocation as a speech communication phenomenon is often considered from the position of its initiator in a communicative act, whereas the success of this tactic should be judged about on the basis of specific patterns of the addressee's communicative behavior. The aim of this work is to identify some scenarios of the addressee's speech behavior in situations of successful/unsuccessful uses of the provocation tactic, which allows evaluating the effectiveness of its functioning in the genre of portrait interview. In relation to the portrait interview, the provocation tactic is defined as a deliberate, conscious and manipulative method of speech influence which has a negative connotation and is used to obtain some "hidden", "undesirable", "unplanned" information about interviewees against the background of their psychological destabilization. The method of contextual analysis made it possible to identify certain semantic types of journalists' phrases which most often have a provocative subtext. The provocative intention is presented indirectly and comes out of a communicative situation. Pragmatic interpretation of statements and conversation analysis were used to scrutinize the addressee's responses to the journalist's provocation. It has been found that the addressee's communicative behavior in response to provocation may develop according to three main scenarios: (1) the addressee ignores provocation and gives a truthful answer without any emotional reaction (the failure of provocation); (2) the addressee evades giving "desirable" information, some emotional reactions may take place (the partial success of provocation); (3) the addressee demonstrates some negative reaction and gives "desirable" information against the background of acute emotional reaction (the complete success of provocation). Each scenario of speech behavior is represented by the corresponding types of the addressee's responses which are based on two fundamental principles – cooperation or conflict. At the same time, the successful implementation of the provocation tactic in a certain segment of an interview is always associated with the emergence of communicative failures and can lead to conflict interaction. According to the results of the study, the provocation tactic proved to be unsuccessful in 51% of cases, while journalists achieved partial or complete success in 23% and 26% of cases, respectively. The quantitative data allows coming to the conclusion that the effectiveness of the provocation tactic in the

portrait interview is on average less than 50%. Specific features of the portrait interview organization, emotional and psychological characteristics of the interviewee's personality, as well as the ways of expressing journalist's provocative intention, are the primary factors influencing the success of provocation. Taking into account these factors can improve the effectiveness of the provocation tactic not only in the portrait interview, but also in other types of interviews.

References

1. Il'chenko, S.N. (2016) *Interv'yu v zhurnalistike: kak eto delaetsya* [Interview in Journalism: How It's Done]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.
2. Lukina, M.M. (2003) *Tekhnologiya interv'yu* [Interview Technology]. Moscow: Aspekt Press. [Online] Available from: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm> (Accessed: 25.05.2019).
3. Kim, M.N. (2016) *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of the Creative Activity of a Journalist]. Saint Petersburg: Piter.
4. Paris, R. (1989) Der Kurze Atem Der Provokation. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. 41 (1). pp. 33–52.
5. Stepanov, V.N. (2008) *Provotsirovanie v sotsial'noy i massovoy kommunikatsii* [Provoking in Social and Mass Communication]. Saint Petersburg: Roza mira.
6. Zaretskaya, E.N. (2002) *Ritorika: Teoriya i praktika rechevoy kommunikatsii* [Rhetoric: Theory and Practice of Speech Communication]. 4th ed. Moscow: Delo.
7. Issers, O.S. (2009) Strategiya rechevoy provokatsii v publichnom dialoge [The strategy of speech provocation in public dialogue]. *Russkiy yazyk v nauchnom osveshchenii – Russian Language and Linguistic Theory*. 2 (18). pp. 92–104.
8. Aytenova, I.K. & Balobanova, L.A. (2016) Verbal behavior of radio presenters in communicative discomfort situations (entertainment and information radio shows). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 5 (43). pp. 5–23. (In Russian). DOI: 10.17223/19986645/43/1.
9. Shvets, E.V. (2008) *“Zvezdnoe” interv'yu v kommunikativno-pragmaticheskom aspekte* [“Star” interview in the communicative and pragmatic aspects]. Abstract of Philology Cand. Diss. Kaliningrad.
10. Palczewski, M. (2008) Journalistic Provocation. Definition – Legal and Ethics Aspects – Typology. *Media Studies*. 2 (33). pp. 71–91 [Online] Available from: http://mediastudies.eu/article.php?date=2008_2_33&content=palczewski&lang=en.
11. Issers, O.S. & Plotnikova, O.A. (2011) Provotsiruyushchie rechevy taktiki v publichnom interv'yu [Provoking speech tactics in a public interview]. In: Shmelev, A.D. (ed.) *Vo-prosy kul'tury rechi* [Questions of the Culture of Speech]. 10. Moscow: V.V. Vinogradov Russian Language Institute RAS. pp. 334–340.
12. Plotnikova, O.A. (2007) *Strategii kontrolya dialogicheskogo vzaimodeystviya v interv'yu* [Strategies for controlling dialogic interaction in interviews]. Abstract of Philology Cand. Diss. Omsk.
13. Tret'yakova, V.S. (2003) *Rechevoy konflikt i garmonizatsiya obshcheniya* [Speech Conflict and Harmonization of Communication]. Abstract of Philology Dr. Diss. Moscow.
14. Koshkarova, N.N. (2010) Prostranstvo konfliktного дискурса в жанре политического интервью [The space of conflict discourse in the genre of political interviews]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 17 (198). pp. 54–59.
15. Gritsenko, L.A. & Demidova, T.A. (2018) The discrediting speech strategy in internet communication (on the example of the use of trolling). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 55. pp. 29–42. (In Russian) DOI: 10.17223/19986645/55/3
16. Krasnoperova, Yu.V., Tarasenko, V.V. & Savartseva, N.V. (2015) Cooperation and conflict as possible ways of interaction development in the course of interview. *Sovremennye*

problemy nauki i obrazovaniya – Modern problems of science and education. 2-2. [Online] Available from: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22601> (Accessed: 10.06.2019). (In Russian).

17. Ermakova, O.N. & Zemskaya, E.A. (1993) K postroeniyu tipologii kommunikativnykh neudach (na materiale estestvennogo russkogo dialoga) [Towards the construction of a typology of communicative failures (based on natural Russian dialogue)]. In: Vinokur, T.G. et al. *Russkiy yazyk v ego funktsionirovani. Kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt* [Russian Language in Its Functioning. Communicative and Pragmatic Aspect]. Moscow: Nauka. pp. 30–64.

18. Dotsenko, E.L. (2000) *Manipulyatsiya: fenomeny, mekhanizmy i zashchita* [Manipulation: Phenomena, Mechanisms, and Defense]. Moscow: Che-Ro; Yurayt.

19. Stepanov, V.N. (2009) Provokativnyy diskurs massovoy kommunikatsii [Provocative discourse of mass communication]. In: *SMI i problemy formirovaniya massovogo soznaniya* [Mass Media and Problems of Mass Consciousness Formation]. Moscow: [s.n.]. pp. 233–235.

20. Krasnoperova, Yu.V. (2005) *Diskursivnye strategii uchastnikov interv'yu* [Discourse strategies of interview participants]. Abstract of Philology Cand. Diss. Irkutsk.

21. Brown, P. & Levinson, S. (1987) *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

22. Grays, G.P. (1985) Logika i rechevoy obshchenie [Logic and speech communication]. In: Paducheva, E.V. (ed.) *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [New in Foreign Linguistics]. Vol. 16. Moscow: Progress. pp. 217–237.

23. Leech, G. (1983) *Principles of Pragmatics*. London: Longman.

24. Vit, N. & Kharitonova, M. (2004) Stimulirovanie kommunikativnykh taktik uklo-neniya i protivodeystviya v televinterv'yu [Stimulating communicative tactics of evasion and counteraction in television interviews]. In: *Sbornik nauchnykh statey po filosofii i filologii* [Collected Articles on Philosophy and Philology]. Vol. 6. Odessa: Odessa I. I. Mechnikov National University. pp. 29–39.

25. Golovash, L.B. (2008) *Kommunikativnye sredstva vyrazheniya strategii uklo-neniya ot pryamogo otveta: na materiale angliyskogo yazyka* [Communicative means of expressing the strategy of avoiding a direct answer: on the material of the English language]. Abstract of Philology Cand. Diss. Kemerovo.

26. Churikov, M.P. (2005) *Soglasie, nesoglasie i uklo-nenie v aspekte rechevogo obshcheniya: na materiale tekstov nemetskikh politicheskikh interv'yu* [Agreement, disagreement and evasion in the aspect of verbal communication: on the material of the texts of German political interviews]. Abstract of Philology Cand. Diss. Pyatigorsk.

27. Seyranyan, M.Yu. (2016) *Konfliktnyy diskurs i ego prosodicheskiy story* [Conflict Discourse and Its Prosodic System]. Moscow: Moscow State Pedagogical University.

28. Ionkina, E.Yu. & Tikhayeva, V.V. (2019) Communicative failures in the portrait interview (based on the material of the German language). *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 4 (426). pp. 80–89. (In Russian). DOI: 10.24411/1994-2796-2019-10411

29. Ermanova, B.B. (2013) Interruption of speech as a result of communication failure. *Mir Nauki, Kul'tury, Obrazovaniya*. 3 (40). pp. 230–232. (In Russian).