

УДК 81'42

ИНТЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ ФАТИЧЕСКОЙ БЕСЕДЫ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Наталья Анатольевна Прокофьева

к. филол. н., старший преподаватель кафедры речевой коммуникации

Санкт-Петербургский государственный университет

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., 26. n.prokofieva@spbu.ru

В статье анализируются разновидности фатической беседы в медиадискурсе. Современные журналисты, стремясь ориентироваться на узкую целевую аудиторию, имитируют субъект-субъектное общение. В связи с этим всё чаще на страницах печатной публицистики появляются интервью, которые не соответствуют жанровым требованиям информационной или портретной разновидности жанра, а приближаются к нормам фатических жанров – светской беседы или дружеского разговора. В статье описываются жанровые черты таких интервью – фатических бесед, выявляется их интенциональность, анализируется форма репрезентации речевого материала, выделяются смысловые блоки текстов, логические связи между ними и, как следствие, доказывается фатическая природа проанализированных текстов. Анализу подвергаются стилистические особенности представленного речевого материала, демонстрируется его близость к разговорно-бытовому дискурсу.

Ключевые слова: фатическая речь; медиадискурс; речевые жанры; интенциональность; дружеский разговор; светская беседа.

Начиная с конца XX столетия изучение речевых жанров приобретает всё большую значимость. Неслучайно одно из ведущих научных изданий России называется «Жанры речи» (иницировано учёными саратовской лингвистической школы). К вопросам жанроведения учёные обращаются в стилистическом, психолингвистическом, риторическом и прочих аспектах [Дементьев 1999]. В данной статье жанр рассматривается с функционально-стилистических позиций как особая композиционная текстовая форма [Матвеева 2010: 100; Салимовский 2002; Дускаева 2004]. В основе нашего исследования лежит интенционально-стилистический подход к анализу текста, предложенный Л. Р. Дускаевой [Дускаева 2004; Медиатекст 2012]. Иными словами, мы исходим из того, что стилистика каждого отдельно взятого текста предопределяется типовыми чертами интенциональности, обусловленной в свою очередь не только экстралингвистическими факторами функционального стиля, но и более частными, идущими от конкретного дискурса.

Анализируя феномен фатики в медиаречи, мы обнаружили, что любой речевой жанр оказывается между двумя полюсами: фатическим и информативным. С этим соглашаются многие учё-

ные [Арутюнова, 1992: 52–79, Винокур 1993; Шмелёва 1997; Дементьев 1997; Матвеева 2010 и др.]. Ни одна ни другая коммуникативная задача не может быть представлена в общении в чистом виде, так как каждое речевое взаимодействие определяется иерархией частных интенций, в большей или меньшей степени выраженных в конкретном речевом взаимодействии. Следовательно, можно говорить лишь о приближении отдельно взятого речевого произведения к полюсу фатической или информативной речи.

Фатическая интенциональность в медиатексте представлена следующими целеустановками: установление, поддержка и размыкание контакта с аудиторией при главенствующей установке на продолжение взаимодействия [Корнилова 2013]. Таким образом, обращение к фатической речи оказывает воздействие на структуру текстов и привносит необычные, нетрадиционные элементы в публицистический материал, изменяя стилистико-композиционную оформленность жанра. К таким элементам относятся непривычные коммуникативные действия, фатические речевые жанры, включение околоречевой информации, выбор курьёзного информационного повода для публикации и т.д.

Речевые жанры, привычные для носителя языка в рамках разговорно-бытового дискурса, встраиваются в журналистские тексты, приспосабливаясь к требованиям медиадискурса. Эту особенность исследователи языка наблюдают достаточно давно [Чепкина 2000; Федосюк 2000; Формановская 2002], в первую очередь она проявилась в речевой практике радиожурналистов: с середины 90-х гг. XX столетия появляются передачи, которые ведут вдвоём, втроём, вчетвером². Такое явление вызвало волну критики, в которой радиожурналистика трактовалась как стёб, пустая болтовня. Со временем это мнение сошло на нет, и к 2000 г. сформировалось представление о том, что фатика является необходимой частью медиадискурса [Федосюк 2000]. Однако практика обращения к фатической речи не ограничивается радиодискурсом и проникает в печатную журналистику [Чернышова 2004; Андреева 2006]. Первоначально эта тенденция затрагивает глянцевого издания («Собака.ру», «Cosmopolitan» и под.), а затем и информационно-развлекательные (например, «Newsweek», в котором формируется разновидность журналистики, называемая инфотейнментом), и аналитические («Русский репортёр», «Огонёк» и проч.).

Наиболее ярко тенденция к использованию композиционно-стилистических средств фатической речи проявляется в диалогических жанрах (интервью, в частности, в его разновидности – портретном интервью), именно здесь наиболее удобно использовать практику бытового речевого поведения, привычного в повседневной жизни. В связи с этим в медиадискурс проникают элементы дружеского разговора и светской беседы.

Дружеский разговор, или разговор по душам, квалифицируется исследователями как национально-специфический речевой жанр, характерный именно для носителей русского менталитета [Дементьев 2010: 308]. Это «разговор о самом главном» [там же: 306]. Наверное, этот речевой жанр не может быть представлен в медиадискурсе полностью, однако его черты, как то: нейтральность фатических средств, гармонические и дисгармонические оценочные номинации, доверительность разговора автора с читателем, настроенность на понимание собеседника [Дементьев, 2010: 306–317] – узнаются в отдельных журналистских жанрах.

Анализ воздействия фатики на журналистский жанр интервью показывает, что, если в нём реализуется фатическая беседа (дружеский разговор), к его особенностям можно отнести следующее: 1) изменяется коммуникативный статус общающихся: в традиционном интервью журналист выступает модератором, организующим

беседу, ведущая речевая партия принадлежит собеседнику журналиста – часто специалисту в какой-то области; в фатическом диалоге отношения смысловых позиций становятся равными, часто неспециалисты ведут светскую беседу о том, что им интересно, этим обусловлено отсутствие глубокой аргументации, фактологических данных, мотивации в использовании оценочных средств; 2) в традиционном интервью преобладают книжные средства, разговорные употребляются лишь для воспроизведения диалогической формы, имитации живого общения, в фатической письменной беседе, наоборот, преобладающими становятся средства устно-разговорного диалога; 3) активно востребованы в фатическом диалоге средства завлекательности: каламбуры, метафоры, экспрессивно-оценочные средства; 4) большое внимание уделяется невербальным характеристикам поведения участников беседы (описываются в ремарках).

Одним из первых к практике включения в медиадискурс фатической беседы (дружеского разговора) обратился популярный журнал «Спб.собака.ру», позиционирующий себя как «Журнал о людях Петербурга». Это издание демонстрирует общие тенденции развития современных глянцевого журналов: фамильярный тон общения как реализация интенции установления контакта; ирония как основной вид оценки, ассоциативные ряды, демонстрирующие способ мышления, активное обращение к возможностям интертекстуальности, а также использование разных видов языковой игры – воплощение интенции поддержания и укрепления контакта.

Наиболее оригинальным и любопытным в рамках нашего исследования явлением в журнале оказывается уже исчезнувшая со страниц издания рубрика «Диалог». Её создателем и ведущим стал бывший главный редактор «Собаки.ру» А. Белкин, который представлен в материалах не как автор интервью, а как полноправный участник беседы. Перечислим названия некоторых материалов, опубликованных в 2004–2005 гг. в этой рубрике: *Диалог: Александр Флоренский, Владимир Шинкарев и Анатолий Белкин* (Спб.собака.ру. 2004. № 3); *Диалог: Александр Гафин и Анатолий Белкин* (Спб.собака.ру. 2004. № 7), *Диалог: Сергей Маковецкий и Анатолий Белкин* (Спб.собака.ру. 2004. № 9); *Диалог: Лев Додин и Анатолий Белкин* (Спб.собака.ру. 2005. № 1). Эти заголовки представляют собой анонсы, вынесенные в содержание журнала, тогда как каждый материал имеет собственное заглавие (см. об этом: [Корнилова, Прохорова 2012]). Наиболее значимым нам кажется то, что журналист уже в анонсе заявлен как человек, способный привлечь внимание аудитории сам по себе.

Он представлен не как ведущий, модератор беседы, а как её равноправный участник. Известно мнение, что задача журналиста во время интервью помочь раскрыться собеседнику. В материалах этой рубрики журналист не стесняется говорить о себе. Приведём небольшой пример речевого взаимодействия из рубрики «Диалог» как образец фатической беседы в рамках медиадискурса:

Белкин: *Я к вам пришёл в качестве редактора такого странного, бессмысленного журнала «Собака».*

Додин: *Название знакомое.*

Белкин: *Вы его видели?*

Додин: *Нет, не видел.*

Белкин: *Там красивые картинки. Он существует уже пять лет.*

Додин: *Мне говорили, что это очень хороший журнал, но не успеваю...*

Белкин: *Это я понимаю.*

Додин: *У вас журнал с каким-то уклоном?*

Белкин: *Я пытаюсь его делать всё более и более идиотическим, но у меня настолько умная редакция, что не получается.*

Додин: *Идиотическим в каком смысле? Парадоксальным?*

Белкин: *Ну да, каким-то таким...*

Додин: *Отвязным?*

Белкин *(хмыкает): Мне очень нравятся термины «отвязный» и «вставил». «Спектакль «вставил»».*

Додин: *Да, ещё «прикольный». «У вас такой прикольный спектакль». Почему прикольный?*

Белкин: *У меня сейчас выставка проходит, я тайне готовил её три года. (Анатолий Белкин и Лев Додин // Спб.собака.ru. 2005. № 1. С. 106).*

Можно отметить, что А. Белкин позиционирует себя как такого же героя интервью, каким является его собеседник. Его реплики — это не столько вопросы, сколько приглашение к беседе на равных. Это средство установления контакта, создания «своего» круга общения. Именно такого речевого поведения ждут читатели журнала, которым важно осознавать свою принадлежность к светским кругам Петербурга, — отсюда любовь сленговыми лексическими единицами (*отвязный, вставил, прикольный*) и фамильярная манера поведения собеседников.

В представленном речевом взаимодействии смысловые позиции инициатора речи и собеседника абсолютно равны. О таком своеобразном самораскрытии говорил Б. Лещинский: «Надо, чтобы моим героям было интересно со мной. Не вызвав к себе доверия, не проявив любопытства к человеку и его мыслям, участия к его судьбе, материал с откровениями не получишь» [цит. по: Ляшенко 1991: 70]. Чтобы человек раскрылся,

журналист должен сделать первый шаг, и для журналистов, ведущих фатическую беседу, этот шаг состоит в том, чтобы не бояться самим раскрыться и суметь рассказать о собственных интересах, мыслях.

Развитием этого подхода к интервью являются диалоги, в которых два профессионала ведут разговор друг с другом (иногда с посредником). Такой способ создания текстов взят за основу и возведён в принцип в журнале «Andy Warhol's Interview», выходящем в России с 2011 г. Основной установкой журналистов этого издания как раз и является демонстрация публичной персоны с неожиданной стороны — как обычного человека, такого же, как и сам читатель, что позволяет сократить дистанцию между медиаперсоной и аудиторией издания. Установление контакта и ожидание продолжения взаимодействия реализуются в иллюзии вхождения в круг «звёзд».

Оформление таких интервью изменяется в соответствии с особенностями предъявления речевого материала: читателю такие интервью представляются записью дружеской беседы. Без сомнений, речь героев материала проходит определённую обработку, чтобы соответствовать нормам книжно-письменной речи, однако подчёркнуто соблюдаются особенности речи спонтанной, неподготовленной, импровизированной. Каждая реплика собеседников выделяется абзацем и ей предшествует фамилия или имя произносящего её человека (персонажа) — это соответствует оформлению реплик героев драматического произведения³. Значимую роль играют авторские ремарки: они необходимы, чтобы дать представление читателю о важных деталях коммуникативной ситуации и создать эффект присутствия:

ТОМ: *Миа, а давай начнём интервью нестандартно. Вот наша партнёрша по «Багровому пику» Джессика Честейн до смерти боится акул. И я её страх разделяю, но не могу отказать себе в удовольствии поплескаться в море. Просто далеко не заплываю. (Смеётся.) А ты чего боишься?*

МИА: *Людей. (Делает серьёзное лицо.) Похоже на страх одиночества — в обоих случаях пугает неизвестность.*

(Миа Васиковска⁴ // Andy Warhol's Interview. 2015. Октябрь-ноябрь, № 35. С.116.) Далее по тексту встретятся такие ремарки: *задумчиво вздыхает, смеётся, улыбается*. Все эти указания на невербальное поведение участников беседы призваны показать непринуждённость обстановки, установить контакт с читателем путём приглашения его к общению. (См. также: интервью Ренаты Литвиновой и Татьяны Толстой в журнале «Andy Warhol's Interview». 2012. Сентябрь, № 9. С.146–155.)

Проследим, как развивается разговор. Первый смысловой блок, представленный выше, выполняет функцию установления контакта: читатель включается в своеобразную игру – следит за непредсказуемыми поворотами мыслей участников беседы. Здесь развивается микротема «страх», обсуждение которой выходит на другую микротему, связанную с первой ассоциативными связями, – тему неизвестности, к которой по тому же принципу примыкает микротема «боязнь призраков»:

ТОМ: Вот привидения ещё – тоже часть этой самой неизвестности. В детстве я верил в призраков. Когда учился в школе-интернате, даже думал, что вижу их. Вставая среди ночи в туалет, трясся при мысли, что вот сейчас меня схватит зелёная рука.

МИА: Я думаю, в основе всех историй так называемых очевидцев, заставших призраков, – их страх перед необъяснимым. Лично я не знаю, верю я в привидений или нет... Не встречалась с ними пока что.

Развитие беседы идёт по законам фатического общения: смысловые блоки интервью связаны друг с другом по принципу ассоциативного мышления, каждый смысловой блок пересекается с предыдущим случайными, подчас совершенно неожиданными смыслами – вторичными, периферийными, неочевидными. Они больше связаны с индивидуальным восприятием действительности, чем подчиняются общим законам логического мышления. Именно эта особенность рассчитана на укрепление контакта: казалось бы, бессмысленный разговор, но неожиданность его развития увлекает аудиторию:

ТОМ: Я тоже. Правда, когда посещаю старинные замки в Европе, испытываю дискомфорт. И точно знаю, что камни, из которых они построены, способны хранить и накапливать энергетику прошлого, создавать некое поле. Особенно если в замке творились тёмные делишки. Убийства, например.

МИА: Понимаю, о чём ты. Мне кажется, вера в потусторонний мир даёт людям надежду на жизнь после смерти. (Задумчиво вздыхает.) А ты хотел бы знать, что с нами будет, когда мы умрём?

Микротемы, представленные во фрагменте, – старинные замки, жизнь после смерти. Ассоциативность связи между смысловыми блоками текста компенсируется ситуацией общения, presupпозицией: речь идёт о предстоящей премьере мистического фильма, главные роли в котором исполнили участники интервью – Том Хиддлстон и Миа Васиковска. Именно поэтому в центре внимания героев оказывается семантиче-

ское поле *мистика* и всё, что с ним может быть связано.

Как видно из интервью, содержание беседы не имеет непосредственного отношения к заявленной теме (информационный повод публикации сформулирован так: *15 октября: на экраны выходит «Багровый пик» - хоррор мексиканского гуру мистики Гильермо дель Торо*). Это объясняется тем, что в дружеской беседе, при свободном обмене репликами, ее развитие совершенно непредсказуемо. Именно такой, свободный, ход развития диалога и представлен в журналистском материале. Эта беседа ни к чему не обязывает. Информативная составляющая здесь почти нулевая: прагматическая информация практически отсутствует, происходит её подмена коммуникативной информацией – информацией о самих говорящих, их отношении друг к другу, к себе самим, их речевому взаимодействию и т.д. Личностный аспект коммуникации – то, что привлекает читателя журнала.

ТОМ: Ни за что! Я задумываюсь о таком, только если это нужно для роли. Помнишь знаменитую фразу театрального педагога Сэнфорда Мейснера? «Актёрская игра – это правдивое поведение в воображаемых обстоятельствах». И в этом случае нам действительно нужна вера в то, что мы делаем. Согласна?

МИА: Ну да. А ещё каждому актёру по-человечески важно знать, что он не одинок. Верить в партнёра, чувствовать его поддержку. Помнишь, как мы снимали ту сцену вальса?

Новые микротемы уводят беседу совершенно в другое русло: вера в жизнь после смерти, подход к актёрской игре, необходимость поддержки партнёра. Обратим внимание на то, что в этом фрагменте в подтекст уводится намёк на знание, доступное только участникам разговора (*Помнишь, как мы снимали ту сцену вальса?*). Основная цель разговора – налаживание контакта между собеседниками и с читателем. В отношении же этого фрагмента можно говорить о средстве укрепления контакта с читателем путём введения в текст интриги. Одной из интенций создания этого материала является побуждение к просмотру фильма, а интрига, загадка, требующая разрешения, становится одним из поводов сходить на премьеру. Кроме того, обращение к известному собеседникам знанию как создание «своего» круга общения является одной из особенностей дружеского общения. Такой элемент поддерживает впечатление о том, что перед нами именно фатическая беседа (дружеский разговор).

ТОМ (смеётся): Да-а, свеча, которую мы держали, ни разу не погасла – так плавно и синхронно мы двигались. Весь танец сняли одним

дублем! И ведь никто из команды не верил, что это возможно.

МИА: А мне до сих пор жаль нашего партнёра – несчастного пса Бэтмена, которого тренер на съёмках замучил командами. Всё-таки использовать собак и любую живность для работы в кино негуманно. Пора уже перейти на компьютерную графику, что ли. А в титрах писать: «Продукцию не тестировали на животных». (Улыбается.) Эх, скорее бы фильм смонтировали... Мне не терпится посмотреть, что там у нас получилось.

Обратим внимание на языковую игру: шутка, реализуемая в речи персонажа, связана с нарушением контекстных связей: обычно фраза *Продукцию не тестировали на животных* используется в семантическом поле, связанном с продуктами питания или косметикой, а ее применение в нехарактерном для нее поле, связанном с киноиндустрией, формирует комический эффект.

Микротемы этого фрагмента: сцена из обсуждаемого фильма, жалость к псу – участнику съёмки, нетерпение увидеть итог работы. У читателя формируется стойкое представление о том, что перед ним действительно разворачивается дружеская беседа, в которой интересы стороннего участника вообще не учитываются. Перед нами диалог, подлинно понятный только двум его участникам. Таким образом реализуется ещё одна особенность современного медиадискурса – ориентация на субъект-субъектное общение, имитация межличностной, а не массовой коммуникации. И в завершающем фрагменте интервью это впечатление закрепляется ещё больше:

ТОМ: Что, и коленки перед премьерой не дрожат?

МИА: Дрожат ещё как!

ТОМ: Ладно, уговорила. Буду держать тебя за руку во время просмотра.

Перед нами пример дружеского взаимодействия, представленного в несколько фамильярной речевой форме. Отметим здесь, что текст, конечно, переводной, но беседа записана именно для русского Interview двуязычным журналистом, который переводит, сохраняя стилистическое своеобразие речи. Сам заключительный фрагмент только подтверждает сделанные нами выше наблюдения о реализации межличностной коммуникации в медиадискурсе. Информативная составляющая текста минимальна, доминирующей интенцией остаётся вступление в контакт и приобщение к определённой среде общения, в данном случае – светской, богемной.

Чтобы быть объективными в своих выводах, обратимся ещё к одному материалу – русскоязычному и попытаемся сравнить содержатель-

ные и стилистические характеристики двух текстов.

Возьмём для примера интервью Галины Тимченко, опубликованное в «Interview. Газете» – приложении к журналу «Andy Warhol's Interview» (Interview. Газета. 2015. Октябрь–ноябрь, № 4. С. 91).

Заголовочный комплекс публикации представлен рубрикой, заголовком и лидом. Рубрика *Правдамёт года* уже рассчитана на привлечение внимания русского читателя: неологизм, заключённый в названии рубрики, образован по продуктивной модели словообразования, востребованной в современном русском языке, однако вместо соединительной гласной –О– сохранена –А–. Такая языковая игра привлекает читателя и становится средством установления контакта.

Заголовок публикации представлен именем: *Галина Тимченко*. Это прецедентное имя, способное привлечь знающую публику, и в данном случае заголовок становится средством укрепления контакта. Обратим внимание, что интервью берут сразу два журналиста – Иван Колпаков и Илья Красильщик, но их имена не называются в заголовке, а следуют после лидирующего абзаца. Основной акцент делается на персоне Галины Тимченко.

Лидирующий абзац информативен и даёт представление читателю, о чём пойдёт речь в тексте: *Как работает в Риге главному редактору интернет-СМИ Meduza, поставяющего в Россию только самые свежие и честные факты, - узнали её заместитель и издатель. Говорили прямо в редакции, в разгар новостного дня. Шорт-лист главных событий года от гуру журналистики прилагается.*

Основная интенция, реализуемая в лиде, – укрепление контакта с читателем, пояснение значимости публикации. Обратим внимание, что главная информация, содержащаяся здесь, – описание коммуникативной ситуации, в которой разворачивается общение: *узнали её заместитель и издатель. Говорили прямо в редакции, в разгар новостного дня*. Это важно, потому что позволяет судить об отношениях между участниками речевого взаимодействия. Как говорилось выше, значимость в публикациях такого рода приобретают неречевые характеристики. Отметим также мелиоративную (положительную) оценку, заключённую в слове *гуру*, характеризующем главного персонажа текста. «Гуру» обычно используется в значении «учитель», здесь, в контексте, это слово больше приобретает значение «профессионал», такая языковая игра придаёт шутливую тональность тексту, настраивая читателя на соответствующую волну общения.

Итак, в лиде заявлено, что перед нами интервью с выдающимся журналистом современности, и вот первые реплики диалога:

ТИМЧЕНКО: Я не хочу! Я стесняюсь!

КОЛПАКОВ: Шеф, вы стесняетесь давать интервью? Почему?

ТИМЧЕНКО: Я не всем стесняюсь давать интервью, а только своим. Отстаньте.

КРАСИЛЬЩИК: Надо попробовать. Вопрос первый: как тебе в Риге живётся?

С первых строк текста мы его воспринимаем как запись дружеской беседы: представленный текст максимально приближен к разговорной речи. Об этом свидетельствует отбор лексики (*не хочу, стесняюсь*), акцент на личностном восприятии действительности (в центре материала «я» Г. Тимченко, на котором концентрируются как интервьюеры, так и интервьюируемый), восклицательная интонация предложений имитирует речь капризного ребёнка, причём эти восклицательные по интонации реплики предшествуют вопросам интервьюеров (*Я не хочу! Я стесняюсь!*). Всё это наводит на мысль о несерьёзности материала, о том, что перед нами пример речевого хулиганства. В тексте заложена коммуникативная информация (информация о собеседниках, их взаимоотношениях, отношении к предмету речи и проч. [Андреева, 2006: 37]), но не общественно значимая информация (о социально значимых, не личностных проблемах), которая могла бы быть интересна широкой общественности.

Обратим внимание на форму обращения собеседников друг к другу: один из журналистов использует форму вы-обращения, другой – ты-обращения. Это – свидетельство степени личного знакомства, что создаёт у читателя впечатление подлинного участия в разворачивающемся коммуникативном взаимодействии.

В связи с тем что информативная составляющая очень низка, а на первый план выходит фатическая составляющая, интерес представляет сама беседа, её развитие. Читателю просто интересно, к чему же приведёт обмен репликами, он следит за ассоциативным рядом, что служит поддержке и укреплению контакта:

ТИМЧЕНКО: Одиноко. Каждый день говорю себе: сегодня поеду на море. Но проходит два месяца лета – и понимаю, что на море была один раз, когда позвали в гости в Юрмалу.

КРАСИЛЬЩИК: А если тебе прямо сейчас предложили бы поехать обратно в Москву?

ТИМЧЕНКО: Не поеду. Тут я ощущаю особенный кайф: только от меня всё зависит. Уровень свободы такой, что если облажался – значит, сам, успех – тоже сам, работаешь сам, платишь сам.

Говоря о связях между смысловыми блоками, мы приходим к выводу, что перед нами тот же принцип ассоциативного мышления, который мы наблюдали в предыдущих примерах: нежелание давать интервью – жизнь в Риге – одиночество – море – переезд в Москву – уровень свободы в работе и т.д. Читатель из подтекста восстанавливает логические звенья, опущенные в разговоре.

Предметом публикации становится человек (как индивидуальность, личность), т. е. читатель приглашается к разговору благодаря персонализации общения, и это становится средством установления контакта с потенциальной аудиторией. В этом контексте средством удержания внимания становится апелляция к фоновым знаниям как установление общности интересов героя публикации и читателей. Большую значимость получает подтекст:

КОЛПАКОВ: А вы хотя б раз за этот год жизни в Риге задумывались, что сейчас всё это может закончиться и придётся вернуться?

ТИМЧЕНКО: Закончиться может всё что угодно. И вообще, мы все в конце умрём. Но мысль вернуться в Москву сейчас меня повергает в ужас. Там всё быстро, душно, грязно, никто не соблюдает договорённостей. Можно назначить встречу и опоздать, потому что якобы пробки. Можно совсем не прийти, не перезвонить. Суета, ненависть, война всех со всеми – нет, не хочу.

КОЛПАКОВ: Зато в Москве ты предоставлен сам себе. Поехал на работу – но по дороге между домом и офисом можешь оказаться где угодно, с тобой может случиться всякое.

Этот разговор ориентирован на русского человека, живущего в современной России. В нём даётся видение русской действительности с реалиями нашего быта, поэтому и создаётся «свой» круг общения, которому будут понятны сетования и жалобы говорящих, и следующий фрагмент текста – тому подтверждение:

ТИМЧЕНКО: Ну здесь мы, конечно, как в деревне живём. Все про всех знают. Хотя больше всего меня в рижской жизни бесит, что я московские привычки сюда перевезла. Например: я живу в мансарде, у меня есть терраса. И вместо того, чтобы выйти туда с чашечкой кофе – я открываю ноутбук. Боком на стол облокочусь кое-как, не глядя завариваю кофе и таращусь в монитор – а лучше бы пошла дышать воздухом или завтракать в кафе. Хорошо ещё, что есть приятели, которые меня по субботам и воскресеньям вытаскивают на бранч.

Здесь сформировано представление о занятости и привычках жителей столичных городов. Разговор продолжает развиваться по принципу ассоциативных связей, читатель следит за ходом

беседы, но, вероятно, если задать ему вопрос, о чём текст, он не сможет дать однозначного ответа. В этом смысл подобных публикаций: в современном обществе, пресыщенном информацией, человек начинает предпочитать установление контакта информативному речевому взаимодействию. Следующий смысловой блок – переход к новой теме, совершенно не обусловленной предыдущими размышлениями:

КОЛПАКОВ: Давайте про профессию тогда. Мне кажется, у журналистов есть срок службы. Вот сейчас мы видим много ветеранов, которые явно выдохлись. Как футболисты, уже отыгравшие свои лучшие матчи. А редактор может быть «просроченным»?

Дружеская беседа, ведущаяся в шутовском тоне, предполагает обращение к игровым возможностям языка, в этом фрагменте мы можем наблюдать такую языковую игру: «срок службы» обычно говорят о каком-либо предмете, вещи, не о человеке, так же как слово «просроченный» связано с семантическим полем «продукты». Контекстное окружение этих слов в примере позволяет говорить о шутовском отношении к предмету речи, несерьёзности вопроса. Обратим внимание, как отвечает на заданный вопрос герой публикации, насколько очевидны скачки от одной мысли к другой без логических связей между смысловыми блоками ответной реплики:

ТИМЧЕНКО: Я слишком поздно стала редактором, поэтому, как бы поточнее сказать, не наелась ещё. (Вопрос был о внешней оценке деятельности, а не о внутреннем состоянии, ощущении себя в профессии.) Но много лет назад я дала себе слово не иметь дела с финансами. (Как связана эта мысль с предыдущей? Вероятно, опущено логическое звено: работа редактора связана не только с текстами, но и с финансовой деятельностью издания и проч. Налицо соотнесённость текста с таким типом речи, как практическое рассуждение (типично для разговорного дискурса), для которого характерен пропуск необходимых логических звеньев. Журналистов не останавливает то, что текст должен быть понятен с первого прочтения и читатель должен воспринимать все мысли сходу.) Работа в «Ленте», я свято это соблюдала. (Подразумевается знание, общее для читателя и участников беседы, что Г. Тимченко работала в другом интернет-проекте.) То есть я всегда отчитывалась за расходы, но не занималась зарабатыванием денег напрямую. Здесь я в какой-то момент сказала себе: хватит бояться, пора взаимодействовать с деньгами, с бизнес-процессами. Начала вникать в цифры и графики большие, чем в тексты. (Здесь уже даётся представление о характере деятельности редактора, о

новой для говорящего деятельности.) Теперь сесть и вчитаться в текст – каждый раз усилие. Если это только тема не та, которая ужасно мне интересна.

Обобщая, можно сказать, что основная интенция говорящего – поделиться личными впечатлениями, и именно личностность, персонализация общения становится доминантой интервью. Читателю интересен человек в его индивидуальности, и именно короткая дистанция общения привлекательна в такого рода текстах. При этом в интервью затрагиваются самые разные темы, интересные любому человеку: от жизненного предназначения и профессионального долга до бытовых мелочей. Именно такая беседа обо всём и ни о чём и становится ожидаемой в анализируемом издании, подобные материалы служат укреплению контакта с аудиторией и установке на продолжение общения, речевого взаимодействия.

Заключающий смысловой блок тоже вводится по принципу ассоциаций:

КОЛПАКОВ: Сильно тошнит от людей, с которыми вам здесь приходится быть запертой в одной клетке?

ТИМЧЕНКО: Вообще нет. Вы же заметили, мы почти не общаемся по выходным. (Смеётся.) А если я вдруг пытаюсь о работе поговорить, то сто раз извинюсь.

Как видим, перед нами журналистский текст, который чрезвычайно сложно отнести к какому-либо из традиционно выделяемых жанров. Это не информационное интервью, в котором «есть человек, который представляет интерес для аудитории либо как источник информации, либо как человек, а журналист беседует с ним в интересах читателя» [Русская речь 2011: 206]. Совершенно очевидно, что в нашем примере журналист ставит перед собой задачу создать контакт с читателем, реализовать коммуникативную ситуацию общения ради общения, в результате чего укрепить контакт и при размыкании контакта сформировать у читателя желание продолжать коммуникацию в дальнейшем.

Доминирующими интенциями оказываются фатические: установление, укрепление и поддержание контакта с читателем. Интервью, реализованное в русле фатического речевого поведения, превращается в разговор ради разговора – фатическую беседу, которая может тяготеть к светской беседе (ни к чему не обязывающему общению, как в примере интервью с Миа Васиковска) или к разговору по душам (беседе «о самом главном», по В. В. Дементьеву, как в примере интервью с Галиной Тимченко).

Подводя итоги, скажем, что в современном медиадискурсе востребованы интервью, инфор-

мативность которых тяготеет к представлению интервьюируемого не как источника информации, а как самого по себе интересного человека, при этом журналист намеренно устанавливает короткую дистанцию общения с читателем, имитируя субъект-субъектную коммуникацию. Развитие диалога (полилога) происходит по ассоциативному принципу, характерному больше для разговорно-бытового дискурса, чем массмедийного. Собеседники привносят в общение привычные им в повседневном общении способы ведения беседы, отбора и сочетания языковых средств. Сужение целевой аудитории изданий формирует установку на межличностную коммуникацию в общении «журналист – аудитория», поэтому можно говорить о реализации в массмедиа жанра фатической беседы, имеющей черты светской беседы или разговора по душам. Любопытным представляется дальнейшее исследование черт этих фатических жанров в речевой практике современных массмедиа.

Примечания

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект №14-34-01028.

² См.: «Мурзилки INTERNATIONAL»: эфир «на троих» // Огонёк. 2006. 17–23 июля. №29. С. 41.

³ Ср.: Петербургский театральный журнал. 2015. № 4 (82).

⁴ Обратим внимание на заголовок интервью: он представляет собой просто имя главного героя, также обычной практикой является название таких материалов совокупностью имён участников беседы.

Список источников

Петербургский театральный журнал. 2015. № 4 (82).

Спб.собака.ru. 2004. № 3.

Спб.собака.ru. 2004. № 7.

Спб.собака.ru. 2004. № 9.

Спб.собака.ru. 2005. № 1.

Andy Warhol's Interview. 2012. Сентябрь, № 9.

Andy Warhol's Interview. 2015. Октябрь–ноябрь, № 35.

Interview. Газета. 2015. Октябрь–ноябрь, №4.

Список литературы

Андреева С. В. Речевые единицы устной русской речи: система, зоны употребления, функции. М., 2006. 192 с.

Арутюнова Н. Д. Диалогическая модальность и явление цитации // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. М., 1992. С. 52–79.

Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 т. М., 1996. Т. 5. С. 159–206.

Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. М., 1993. 172 с.

Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М., 2010. 600 с.

Дементьев В. В. Фатические речевые жанры // Вопросы языкознания. 1999. № 1. С. 37–55.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь, 2004. 276 с.

Корнилова Н. А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2013. 229 с.

Корнилова Н. А., Прохорова К. В. Фатические маркеры в заголовочном комплексе текстов СМИ // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 4 (20). С. 138–143.

Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. СПб., 1999. 320 с.

Ляшенко Б. П. Радио без тайн. М., 1991. 222 с.

Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д, 2010. 562 с.

Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. ст. /отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб., 2012. 250 с.

Русская речь в средствах массовой информации. Речевые системы и речевые структуры / под ред. В. И. Конькова, А. Н. Потсар. СПб., 2011. 399 с.

Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст). Пермь, 2002. 236 с.

Федосюк М. Ю. Публичная фатическая речь // Речеведение: научно-методические тетради. Великий Новгород, 2000. №2. С. 19–28.

Формановская Н. И. Культура общения и русский речевой этикет. М., 2002. 236 с.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: Текстопорождающие практики и коды. Екатеринбург, 2000. 280 с.

Чернышова Т. В. Фатическое общение как социальный символ коммуникации (на материале текстов печатных СМИ) // Изв. Алтайского гос. ун-та. Сер. история, филология, философия и педагогика. Барнаул, 2004. № 4. С. 46–51.

Шмельёва Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88–99.

References

Andreeva S. V. Rechevyje edinitsy ustnoj russkoj rechi: sistema, zony upotreblenija, funktsii [Speech units of the oral Russian speech: system, zone of use, functions]. Moscow, 2006. 192 p.

Arutjunova N. D. Dialogicheskaia modal'nost i javlenije tsitatsii. Chelovecheskij factor v jazyke. Kommunikatsija, modal'nost, dejksis [Dialogical modality and phenomenon of citation. Human factor in language. Communication, modality, deiksis]. Moscow, 1992. P. 52–79.

Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov. Bakhtin M. M. Sobranije sochinenij v 7 t. [The Problem of speech genres. Bakhtin M. M. Collected works in 7 vols.] Moscow, 1996. Vol. 5. P. 159–206.

Chepkina E. V. Russkij zhurnalistskij diskurs: Tekstoporozhdajushchie praktiki i kody [Russian journalistic discourse: Text-generating practices and codes]. Ekaterinburg, 2000. 280 p.

Chernyshova T. V. Faticeskoje obshchenie kak sotsial'nyj simbol kommunikatsii (na materiale tekstov pechatnykh SMI) [Phatic interaction as a symbol of social communication (on the material of printing media)]. Izvestija Altajskogo gosudarsvennogo universiteta. Serija istorija, filologija, filosofija i pedagogika [Bulletin of Altai State University. History, philology, philosophy and pedagogical series]. Barnaul, 2004. Iss. 4. P. 46–51.

Dementjev V. V. Faticeskije rechevyje zhanry [Phatic speech genres]. Voprosy jazykoznanija [Questions of linguistics]. Moscow, 1999. Iss. 1. P. 37–55.

Dementjev V. V. Teorija rechevykh zhanrov [Speech genres theory]. Moscow, 2010. 600 p.

Duskaeva L. R. Dialogicheskaia priroda rechevykh zhanrov [Dialogic nature of speech genres at press]. Perm, 2004. 276 p.

Fedosjuk M. U. Publichnaja faticeskaja rech [Public phatic speech]. Rechevedenije: nauchno-metodicheskie tetradi. Iss.2 [Speech Studies: scientific-methodical notes]. Velikij Novgorod, 2000. P. 19–28.

Formanovskaja N. I. Kul'tura obshchemija i russkij rechevoj etiket [Communication culture and Russian speech etiquette]. Moscow, 2002. 236 p.

Kornilova N. A. Faticeskaja rech v massmedia: kompozitsionno-stilisticheskie formy. Diss. kand. filol. nauk [Phatic speech in mass media: compositional and stylistic forms. Cand. philol. sci. diss.]. St Petersburg, 2013. 229 p.

Kornilova N. A., Prokhorova K. V. Faticeskije markery v zagolovochnom komplekse tekstov SMI [Phatic markers at headline complex of mass media texts]. Perm University Herald. Russian and Foreign Philology. Issue 4 (20). 2012. P. 138–143.

Kostomarov V. G. Jazykovej vkus ehpokhi [Language taste of epoch]. St Petersburg, 1999. 320 p.

Ljashenko B. P. Radio bez tajn [Radio without secrets]. Moscow, 1991. 222 p.

Matveeva T. V. Polnyj slovar' lingvisticheskikh terminov [Complete dictionary of linguistics terms]. Rostov-on-Don, 2010. 562 p.

Mediatekst kak poliintentsionalnaja sistema: sbornik statej [Media text as a multi-intentional system: collection of articles] / ed. by Duskaeva L.R., Tsvetova N.S. St. Petersburg, 2012. 250 p.

Russkaja rech v sredstvakh massovoj informatsii. Rechevyje sistemy i rechevyje struktury [Russian speech in mass media. Speech systems and speech structures] / ed. by Kon'kov V.I., Potsar A.N. St. Petersburg, 2011. 399 p.

Salimovskij V. A. Zhanry rechi v funktsional'no-stilisticheskom osveshchenii (nauchnyj akademicheskij tekst) [Speech genres in the functional and stylistics aspect (scientific academic text)]. Perm, 2002. 236 p.

Shmeleva T. V. Model rechevogo zhanra [Speech genre model]. Zhanry rechi. Vyp. 1. [Speech genres. Iss. 1]. Saratov, 1997. P. 88–99.

Vinokur T. G. Govorashhij i slushajushhij: Varianty rechevogo povedenija. [Speaker and listener: Variants of verbal behavior]. Moscow, 1993. 172 p.

INTENTIONALITY OF PHATIC TALK IN THE MASS MEDIA

Natalia A. Prokofieva

Senior Lecturer in the Department of Speech Communication
Saint Petersburg State University

The article is devoted to the analysis of phatic talk varieties in the mass media discourse. Modern journalists orient themselves to a narrow target audience and imitate person-to-person communication. This leads to the increase in number of interviews which do not meet the requirements of journalistic genres – a portrait interview or an information interview. These texts correspond to requirements of phatic genres, such as small talk or friends' talk. The article describes genre features of these interviews (phatic talks), gives an idea about their intentionality, analyzes the form of speech material representation, identifies information blocks and logic structure of such interviews. As a result, the phatic nature of these interviews is proved. The author analyzes stylistic peculiarities of the presented speech material and demonstrates its closeness to the ordinary everyday life discourse.

Key words: phatic speech; mass media discourse; speech genres; intentionality; friends' talk; small talk.