

Санкт-Петербургский государственный университет

*На правах рукописи*

КОРНИЛОВА

Наталья Анатольевна

**Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы**

Специальность 10.01.10 — Журналистика

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени

кандидата филологических наук

Санкт-Петербург

2013

Работа выполнена на кафедре речевой коммуникации факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

***Научный руководитель:***

доктор филологических наук, доцент Лилия Рашидовна Дускаева.

***Официальные оппоненты:***

Быкова Елена Владимировна, доктор филологических наук, доцент, Российский государственный гидрометеорологический университет, заведующая кафедрой связей с общественностью;

Каминская Татьяна Леонидовна, доктор филологических наук, доцент, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, заведующая кафедрой журналистики.

***Ведущая организация:***

Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Защита состоится 12 декабря 2013 года в 18.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, дом 26, факультет журналистики СПбГУ, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9).

Авторские публикации в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ, размещены на сайте СПбГУ (<http://jf.spbu.ru/about/3073.html>).

Автореферат разослан: «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

## **Общая характеристика работы**

Диссертационное исследование посвящено исследованию фатической речи в СМИ. Традиционно под фатической понимается речь, направленная на установление и поддержание коммуникативного контакта между собеседниками, результатом которого становится достижение особых отношений между говорящим и слушающим. При этом информативная ценность речевого взаимодействия может быть минимальной. Исследователи указывают на связь фатики с информацией о говорящем, которую получает слушающий в процессе речевого акта (А. Г. Баранов 1997, Т. Г. Винокур 1993, В. В. Дементьев 1997, 1999, М. Н. Кожина 1977, Л. Н. Мурзин 1998, Т. В. Матвеева 2003 и др.).

В последние годы интерес к феномену фатического речевого поведения заметно вырос. Каждый из исследователей, занимающихся этой проблемой, выбирает для анализа частный аспект функционирования фатики в речевой практике общества. Фатическая речь изучается не только на материале русского, но и английского, французского и немецкого языков. Так, С. А. Быковская (2003) на материале немецкой обиходной диалогической речи рассматривает лексические способы проявления фатических смыслов; роль синтаксических конструкций в формировании фатики на материале русского языка описана в работе С. В. Былковой (2005); анализируя тексты поздравительных открыток, раскрыла социокультурные аспекты существования фатики в речевой практике британского общества Е. В. Зайцева (2012); фатические эмотивы в сопоставлении английской и русской лингвокультур описала О. С. Солдатова (2009).

Фатическая речь изучается исследователями в контексте разных дискурсов, например, педагогического (В. Б. Черник 2002), в сетевой коммуникации (Л. В. Самойленко 2010). Л. В. Гущина (2006) рассмотрела фатическую функцию обращения в диалогической речи на материале современного английского языка; В. Ю. Федотовой (2004) раскрываются

функционально-прагматические характеристики фатических стратегий французского языка.

Весьма активно в современных исследованиях разрабатывается жанровый аспект фатической коммуникации (В. В. Дементьев 1997, 1999, 2004, 2010, В. И. Карасик 2002, М. Ю. Федосюк 1997, В. Д. Черник 2002 и др.), предметом исследовательского интереса при этом, как правило, остается разговорная или диалогическая художественная речь. В. В. Дементьев, разрабатывая проблемы фатики, устанавливает, что это явление представлено не отдельными языковыми средствами, а композиционно-речевыми формами — тональностью высказывания и жанрами, причем предметом его интереса стал широкий круг фатических жанров разговорной речи (1995). Сегодня очевидна тенденция к росту числа фатических жанров, к которым относят и разговорные диалоги «ни о чем», и «область речевого этикета», и комические жанры (шутка, анекдот, каламбур и т. д.), даже «конфликтные» жанры, которые способствуют не установлению контакта, а его потере (ссоры, оскорбления и т. д.). Следует отметить неоднозначную трактовку фатики в исследовательских работах. Одни исследователи рассматривают ее лишь как контактоустановление, другие видят в ней праздноречевую коммуникацию.

Фатическая речь обычно изучалась преимущественно как явление устной коммуникации (Т. Г. Винокур 1993, В. В. Дементьев 1997, 2006, Н. И. Формановская 2002, 2006), распространенное главным образом в рамках обиходно-разговорного и/или в диалогической речи художественного стиля. Однако в работах последних лет отмечается проникновение фатической речи в медиадискурс (см. работы С. В. Андреевой 2006, В. В. Дементьева 2006, Е. В. Ключева 1996). Правда, В. В. Дементьев ограничивает область фатики в СМИ сферой частных объявлений (2006). Н. И. Формановская отмечает проникновение в медиаречь жанров этикетного общения (2002). Но уже Э. В. Чепкина (2000), М. Ю. Федосюк (2000) анализируют отдельные проявления фатики в радиодискурсе. С. В. Андреева

(2006) констатирует проникновение фатичности в печатную публицистику; Т. В. Чернышова (2004, 2007) развивает идею Т. Г. Винокур о дальнем и ближнем круге тем фатической коммуникации, применяя это положение при анализе речевой практики современных СМИ.

Важно, что Е. В. Ключев (1996) и Т. В. Чернышова (2007) устанавливают экстралингвистические факторы распространения фатичности в медиаречи, указывая среди них информационное перенасыщение современного общества и связанную с этим действующую в общении установку на снижение информационного напряжения сообщений, на поиск «своего» читателя, на сокращение доли фатического общения в обыденной жизни, на распространение свойств устности в письменных текстах. Таким образом, наблюдения современных исследователей позволяют говорить о закономерности появления фатичности в медиаречи. Между тем системного изучения фатической речи именно в массмедиа не осуществлялось, а значит, не раскрыта специфика выражения фатичности в медиатекстах, функциональная ее направленность в СМИ, не описаны композиционно-стилистические формы фатического речевого поведения в медиадискурсе.

**Актуальность** настоящего исследования определяется рядом обстоятельств. Во-первых, повышением значимости в речи СМИ фактора адресата (М. Н. Кожина 1977, Н. Д. Арутюнова 1981, Т. Г. Винокур 1993, Е. А. Земская 1996, Л. Р. Дускаева 1995, 2004, Т. В. Чернышова 2007, В. И. Коньков 2007, К. А. Рогова 2011, С. Г. Корконосенко 2013): от умения точно определить целевую аудиторию во многом зависит успешность отдельно взятого издания (С. Г. Корконосенко 2001, М. В. Шкондин 2007) и его рентабельность.

Во-вторых, устремленностью текстов СМИ к персонификации (Н. С. Валгина 2001, Л. Г. Свитич 2003, Г. Я. Солганик 2008, 2010, Н. В. Юдина 2010, Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская 2010): исследователи отмечают повышение значимости авторского начала в журналистских текстах, категория автора публицистического текста всё больше

определяется такой её «гранью, как человек частный»<sup>1</sup>. Личность журналиста выходит на первый план, следовательно, растут требования к умению профессионала налаживать лично ориентированную коммуникацию, к умению быть интересным собеседником.

В-третьих, очень заметным влиянием разговорного начала на язык СМИ (Н. С. Валгина 2001, О. А. Лаптева 2001, В. Г. Костомаров 2005, Г. Я. Солганик 2008, В. И. Коньков 2009, Н. В. Юдина 2010). Разговорность в журналистских текстах трактуется как риторическая категория (О. Б. Сиротинина 1998), её предназначение исследователи видят в установке на сближение с читательской аудиторией, сокращение дистанции между адресатом и адресантом сообщения. Сегодня наблюдается становление новых форм взаимодействия с аудиторией. СМИ сужают целевой сегмент аудитории (С. Г. Корконосенко 2013), чтобы точнее представлять себе интересы и требования реципиента, для которого они работают. В связи с этим распространяется лично ориентированное общение в журналистике, которое можно часто характеризовать как фамильярное, дружеское.

В-четвертых, растущей ролью журналистики сферы досуга, в которой фатическое общение весьма значимо (Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова 2012).

Владение фатической речью становится одним из профессиональных навыков журналиста, а значит, растёт потребность в знаниях об особенностях *фатики*<sup>2</sup> в СМИ.

---

<sup>1</sup> Солганик Г. Я. Очерки модального синтаксиса. М.: Флинта: Наука, 2010. С. 99.

<sup>2</sup> «Фатика» — более широкое понятие, чем «фатическая речь». Под фатикой понимаются любые проявления фатической функции языка в тексте. Фатика присутствует в любом высказывании, это качество речи, она является неотъемлемой частью человеческого общения, сопровождая информативное общение и помогая его реализации.

Фатической речью рационально называть общение, в котором фатическая функция языка занимает доминирующее положение, является ведущей в иерархии функций отдельного речевого акта, это типологическая характеристика речи. Тогда фатическое общение — речевое взаимодействие, в котором реализуется (доминирует) фатическая функция языка. Фатическая функция языка — это реализация контактоустанавливающего потенциала языка и/или осуществление праздноречевой коммуникации.

Актуальность исследования фатики в СМИ обусловлена, с одной стороны, ее растущей значимостью для современной медиаречи, а с другой стороны, отсутствием системного исследования функционирования ее композиционных форм именно в медиатексте.

**Объектом** исследования является фатическая речь в публикациях российской прессы, **предметом** — композиционно-стилистические формы фатической речи: тональность и речевые жанры.

Сказанное определяет **цель** настоящего исследования: изучить композиционно-стилистические особенности проявления фатической речи в СМИ. Для достижения этой цели в работе поставлен ряд **задач**:

- дать характеристику фатической речи в СМИ и сформулировать определение феномена;
- проанализировать предпосылки распространения фатики в медийной речи;
- определить понятие тональности в медиадискурсе;
- выявить особенности выражения тональности эпатажности и интимизации в медиаречи;
- установить специфику жанрово-композиционного конституирования фатической речи в массмедиа.

**Материалом** исследования послужили тексты российских СМИ за период с 2002 г. по 2012 г. включительно. Среди анализируемых изданий представлены как общероссийские, так и региональные, как специализированные по характеру аудитории, так и универсальные (от общероссийских до корпоративных, женских, мужских и пр.): «Огонёк», «Русский репортёр», «Вокруг света», «Биография», «YES!», «Story», «Добрые советы», «Имена», «Интервью», «Здоровье от природы», «Копилка советов», «Истории из жизни», «Лиза», «СПб.собака.ру», «Andy Warhol's Interview», «Казанские ведомости», «Молодёжь Татарстана», «ПИК», «Каменчане», «Газета Дона», «Каменские вести», «Аксинья», «ФИЛПН», «Оракул», «Тайная власть», «Ай! Болит?», «ОК!», «Hello!», «StarHit»,

«Л'Этуаль», «Квартальный надзиратель», «Полный порядок», «Настоящие! Байки», «Имена», «Наш Зенит», «Силовые машины», «АТОМЭНЕРГОПРОЕКТ. Санкт-Петербург», «Страна РОСАТОМ», «Вестник инжиниринга». Публикации для анализа отбирались с установкой максимально репрезентативно показать функционирование фатической речи в медиадискурсе.

Обращение к широкому спектру изданий представляется необходимым, для того чтобы подтвердить гипотезу о широкой распространённости исследуемого явления. Поскольку фатическая речь многообразна в своих проявлениях и в разных изданиях применяется по-разному, нецелесообразно ограничивать исследование отдельным дискурсом в рамках СМИ (политическим, экономическим, досуговым и проч.). Тематическая, жанровая, стилистическая разноплановость взятых для анализа изданий позволила достаточно полно отобразить различные проявления фатической речи в медиадискурсе. Поскольку степень проявления фатической речи и средства фатики в разных изданиях варьируются, при первом упоминании того или иного издания в тексте диссертации ему дается краткая характеристика.

**Научная новизна** настоящего исследования определяется малоизученностью предмета исследования — *фатической речи в СМИ*. В диссертации впервые делается попытка сформулировать определение фатической речи в СМИ, выделить её признаки, осмыслить специфику существования этого феномена именно в рамках медиадискурса. В работе предлагается комплексный подход к анализу фатической речи в текстах СМИ, сочетающий языковой, стилистический и содержательный аспекты. Такой подход позволяет выйти на новый уровень осмысления феномена фатической речи и сделать вывод о существовании специфических композиционно-стилистических форм фатической речи в медиадискурсе.

Композиционно-стилистические формы — речевые формы, характеризующие текст на всём его протяжении (свойственные целому



тексту) и реализующиеся совокупностью языковых средств разных уровней, направленных на создание единого текстового смысла. В частности, к ним относятся эксплицирующаяся в композиции текста категория тональности. Более того, формируются фатические первичные и вторичные речевые жанры. В связи с этим в тексте исследования уточняется понятие стилистической тональности, развивается мысль о функционировании этикетных речевых жанров в медиадискурсе, формируются механизмы анализа проявлений фатики в текстах информативной направленности.

**Теоретическая значимость** диссертации состоит в экстралингвистическом и лингвистическом обосновании существования фатической речи в медиадискурсе. Учитывая, что сам термин «фатическая речь» понимается исследователями по-разному, представленное в работе определение феномена и композиционных форм его выражения даст новый импульс разработкам вопросов фатики в публичной речи.

**Практическая ценность** работы заключается в возможности применения положений и выводов данного исследования в преподавании ряда общих и специальных дисциплин: на занятиях по стилистике на филологических факультетах и факультетах журналистики; в изучении коммуникативистики; в спецкурсах, посвящённых фатической речи в медиадискурсе; в рамках магистерских программ, посвящённых изучению современного состояния речевой коммуникации в России. Результаты исследования могут быть полезны при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

В диссертации предлагается комплексное описание фатики в СМИ. Поскольку, как было отмечено выше, изучение целевой аудитории и умение находить с ней общий язык становится одним из важнейших умений современного журналиста, посвящённая анализу публикаций часть данной работы может быть полезна журналистам-практикам и специалистам по PR для повышения собственной речевой компетенции и умения налаживать контакт с аудиторией.

В работе осуществлён комплексный подход к анализу материала: тексты анализируются с точки зрения формы и содержания. Коммуникативно-функциональный подход позволяет, отталкиваясь от определения интенции, перейти к анализу смыслового содержания текста, а затем и к речевым особенностям анализируемого журналистского продукта. В качестве **метода исследования** применялись описательный метод, метод контекстно-ситуативного и лингвостилистического анализа, метод интерпретации как способ согласования формы и содержания текста, метод речевой типологии.

**Теоретической базой** исследования стали работы по журналистике и лингвистике. В частности, для решения задач исследования необходимо было обратиться к трудам по теории речевой деятельности (А. А. Леонтьев, Е. Н. Ширяев), по лингвистической семантике (Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, А. А. Зализняк, И. М. Кобозева, Е. В. Падучева, А. Д. Шмелев), речеведению (М. Н. Кожина, В. И. Карасик, В. А. Салимовский, М. Ю. Казак, Т. И. Краснова, Н. А. Купина, Т. В. Шмелева), медиастилистике (А. Н. Васильева, Л. Р. Дускаева, Е. С. Кара-Мурза, В. И. Коньков, Т. И. Краснова, И. П. Лысакова, К. А. Рогова, О. Б. Сиротинина, Г. Я. Солганик, Т. В. Чернышова), прагматилистике (Н. Н. Трошина, Л. Г. Лузина), жанроведению (М. М. Бахтин, Е. И. Горошко, В. В. Дементьев, Л. Р. Дускаева, К. Ф. Седов, И. Ю. Мясников, В. Б. Черник), речевому этикету (В. Г. Костомаров, В. Е. Гольдин, Т. В. Тарасенко, Н. И. Формановская).

Разработка проблем выражения фатической речи в СМИ осуществлялась с учетом представлений, сложившихся в социологии и психологии журналистики, о взаимосвязи журналиста и аудитории в коммуникационном обмене, а также о социальных функциях журналистики (С. Г. Корконосенко, Н. Lasswell, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, И. Д. Фомичева и др.). Изучались труды по теории журналистики, в которых выявляются характеристики журналистского творчества, анализируется его

жанровый аспект, рассматривается взаимодействие автора и читателя в отдельном творческом акте, устанавливаются основные методы и приемы журналистской творческой деятельности, раскрываются механизмы формирования интенциональности в журналистском творчестве (Л. Э. Варустин, В. М. Горохов, И. М. Дзялошинский, М. Н. Ким, Л. Е. Кройчик, Г. В. Лазутина, Б. Я. Мисонжников, В. Ф. Олешко, В. Д. Пельт, Е. И. Пронин, Е. П. Прохоров, А. В. Сидоров, М. И. Скуленко, В. В. Смирнов, М. И. Стюфляева, В. В. Ученова, С. М. Черепанов, М. И. Шостак и др.); труды по типологии печати (А. И. Акопов, С. Г. Корконосенко, Б. Я. Мисонжников, М. В. Шкондин), по социологии журналистики (И. Н. Блохин, Л. Н. Федотова, И. Д. Фомичева).

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Фатика — это речевая объективация коммуникативного намерения на установление тесного коммуникативного взаимодействия с читателем. Такая интенция проявляется в содержательно-смысловом плане и формально. Содержательно она характеризуется коммуникативной информативностью, дающей представление о говорящем, его речевой компетенции, его отношении к предмету речи и собеседнику, а также информативностью, интересной собеседнику как частному лицу; формально выражается в специфических видах тональности и композиционно. Распространение фатики в медиаречи вызвано целым рядом обстоятельств: стремлением некоторых СМИ к развлекательному изложению, повышением значения роли адресата в коммуникации и роли авторского начала, ориентированностью СМИ на организацию персонифицированного общения, распространением разговорности.

2. Деятельностная трактовка медиатекста позволяет рассмотреть фатику как процесс реализации установки на начало, укрепление, проверку и завершение контакта. В разных типах медиатекстов фатика, отражая различные формы взаимодействия автора и читателя, имеет разный статус. В одних случаях помогает снять информационное напряжение, снизить

информационную плотность. В других случаях фатика выступает средством воплощения развлекательности в СМИ.

3. Фатическая тональность в социально ответственной журналистике проявляется как стремление к сближению со смысловой позицией адресата в интимизации, камерности. В бульварной журналистике, с установкой на сообщение сплетен, слухов, фатическая тональность заключается в привлечении, даже завлечении гипотетически отдаленного читателя эпатажностью, ироничностью. Виды тональности дифференцируются привлечением разных языковых средств: в одном случае преобладают книжные средства, в других случаях имитируется близкая к разговорной речь. Различен по семантике набор эмоционально-оценочных средств.

4. Фатическая тональность предопределяет выбор речевых жанров, в которых создаются медиатексты, в связи с чем меняется жанровая система современной медиаречи. В медиадискурсе востребованы этикетные жанры. Адаптируясь к новой для них среде, они оказываются значимым фактором установления контакта с потенциальной аудиторией. Фатическая тональность, пронизывая информационные тексты, преобразует их.

**Структура работы:** диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка литературы. Общий объём диссертации составляет 229 страниц. Список литературы включает в себя 284 наименования.

**Апробация работы:** по материалам исследования были сделаны доклады на ежегодных международных научных конференциях Санкт-Петербургского государственного университета «СМИ в современном мире: петербургские чтения» (2002-2011), XIV международной научно-практической конференции «Русистика и современность» (РГПУ, 2011), научно-практическом семинаре «Медиатекст как полиинтенциональная система» (СПбГУ, 2011), кафедральном семинаре молодых учёных, аспирантов, студентов-дипломников и магистрантов «Медиалингвистика в России: молодые исследователи» (СПбГУ, 2012), Международной научной конференции «Русская историческая лексикология и лексикография XVIII-

XIX вв.», посвященной 100-летию со дня рождения д. ф. н. Юрия Сергеевича Сорокина (28-30 марта 2013 года), Международном научно-практическом семинаре «Речевая коммуникация в средствах массовой информации» (СПбГУ, 2013). По материалам исследования имеется 20 публикаций, в том числе главы коллективной монографии.

### **Основное содержание диссертационного исследования**

Во **введении** даётся представление об объекте и предмете исследования, в свете актуальных тенденций развития речевой коммуникации в СМИ обосновывается актуальность изучения фатической речи в медиатексте, объясняется сама возможность исследования этого феномена, определяются цели и задачи, практическая и теоретическая значимость исследования, а также его новизна, приводится список источников, послуживших эмпирической базой работы.

**Первая глава «Теоретические основы изучения фатики в медиаречи»** посвящена истории вопроса, формированию представления о фатической интенциональности в медиадискурсе, здесь же формулируется определение фатической речи в СМИ и закладываются основы речевой типологии медиатекстов с опорой на статус в них фатической речи.

В параграфе *1.1 «История и проблемы изучения фатики»* раскрываются имеющиеся в исследовательской литературе подходы к анализу фатической речи.

Первостепенным из не решённых современной наукой вопросов является вопрос о месте и роли фатики в коммуникации. Одно из решений, предложенных в научной литературе, — противопоставление информативной (общение ради сообщения) и фатической (общение ради общения) речи (Т. Г. Винокур). Это означает, что фатика предполагает наличие особой информации — коммуникативной: о личности говорящего, его речевой компетенции, отношении к предмету речи, к собеседнику и т. д.

С первым вопросом связан второй: может ли фатика быть текстоформирующей или она всегда играет лишь вспомогательную роль в

коммуникации? Долгое время фатика воспринималась как реализация контактоустанавливающей функции языка, и это определяло её второстепенную роль в речевой коммуникации: считалось, что она сопутствует реализации когнитивной функции, которая признавалась основной. Однако широкое распространение фатики в повседневном общении и проникновение её в публичную речь позволяет сделать вывод о значительной роли фатического речевого поведения в жизни социума. Выполняя функцию социального и психологического регулирования взаимоотношений между участниками речевого взаимодействия, фатическая интенция в определённых условиях выступает доминирующей, в этом случае принято говорить о собственно фатической коммуникации, целеполагание которой — взаимно приятное для участников коммуникации времяпрепровождение или же, напротив, разрыв отношений. Речевое взаимодействие не всегда принимает форму передачи и получения информации, зачастую необходимость вступления в коммуникацию диктуется желанием получить эмоциональную реакцию собеседника — сопереживание, сочувствие, возмущение, отрицание и т. д. Таким образом, фатическая коммуникация может выступать в двух ипостасях: во-первых, как контактоустановление, во-вторых, как основа текстопорождения.

В связи с усилением разговорного начала усиливается интерес к изучению фатической коммуникации не только в сфере устного межличностного общения (традиции изучения фатики в разговорно-бытовом общении имеют давнюю историю), но и в других дискурсах, а также в письменной коммуникации.

Исследователи фиксируют элементы фатического речевого поведения в медиадискурсе начиная с середины 90-х годов и трактуют их как иностилевые вкрапления в медиаречи. Наши наблюдения позволяют утверждать, что фатическая коммуникация в полной мере присуща массмедиа. В первую очередь это объясняется потребностью любого издания в установлении контакта с аудиторией. В условиях жёсткой конкуренции

между изданиями умение установить и сохранить контакт с читателем становится жизненно важным для любого СМИ. В то же время оказывается востребованным и текстопорождающий потенциал фатика, так как современное общество, пресыщенное информацией, все более предпочитает информированию вступление в контакт (Е. В. Клюев).

Параграф 1.2 «*Фатическая интенция в медиаречи*» содержит описание проявлений фатической речи в СМИ, в нём трактуется понятие фатической интенции в применении к медиаречи.

Сегодня исследования фатической коммуникации показывают, что специализированных языковых средств, маркирующих фатическую речь, в языке нет. Фатическая коммуникация (по В. В. Дементьеву, разновидность не прямой коммуникации) требует дополнительных интерпретативных усилий, это не собственно содержание высказывания, это восприятие несказанного — ауры общения (Л. Н. Мурзин). По данным прежде проведенных исследований, она может осуществляться при помощи приёмов языковой игры, включения в текст прецедентных феноменов, обращения к аллюзиям и реминисценциям, использования иностилевой лексики, которая создаёт необходимый контактоустанавливающий эффект, обращений, вокативов, личных местоимений и пр. Такая разноплановость проявлений фатической коммуникации позволяет утверждать, что фатика формируется уже на стадии возникновения коммуникативного намерения и получает воплощение не в отдельных языковых средствах, а в способах организации текста, специфических в каждой сфере общения, — композиционно-стилистических формах.

В соответствии с этим семантика языковых средств, включающих фатику в медиадискурс, связана с обозначением начала, продолжения и завершения коммуникации. Они воспринимаются не как отдельные маркеры внутри текста, а комплексно, в целостной композиции текста.

Фатическая интенция, будучи востребованной в медиатексте, не отменяет реализации типовых интенций медиаречи — осведомительной,

побудительной и оценочной (по Л. Р. Дускаевой). Пронизывая медиадискурс, фатика вносит свои коррективы в воплощение журналистского замысла. В частности, информативная интенция, «отягощенная» фатической, проявляется в устремленности установить и поддержать контакт, помогая разредить информационный поток. В иных случаях журналист, отказываясь от социально острых проблем, «уходит» в тематическое поле, интересное целевой аудитории издания.

Оценочная интенция, предполагающая в медиаречи социальный компонент, преобразуется в оценку, совпадающую с мнением адресата, то есть осуществляется солидаризация с аудиторией, формирование «своего» круга. Побудительная интенция воплощается в советах и рекомендациях, обращенных к человеку частному.

В параграфе 1.3 «Характеристика фатики в медиаречи» содержится определение фатики в СМИ.

По мнению многих исследователей современной медиаречи (Т. В. Чернышова, Е. В. Клюев), в настоящее время доминирует коммуникативная функция языка, этим и объясняется расширение функций фатической речи в СМИ. Тексты СМИ становятся более личными и лично ориентированными, в них появляется нацеленность на персональный контакт, проявление авторского «я» перестаёт быть прерогативой аналитики и публицистики, появляются жанры, единственная цель которых — выразить личное мнение автора о происходящем. Поскольку ведущим для журналистов становится желание сократить дистанцию с аудиторией, в массмедиа открывается неограниченная тематическая свобода, важным для субъекта речи оказывается ассоциативный способ мышления.

В работе предложено следующее определение фатической речи в СМИ: это разновидность речи, которая характеризуется особым содержанием: коммуникативной информативностью, дающей представление о говорящем, его речевой компетенции, его отношении к предмету речи и собеседнику, а также информативностью, интересной собеседнику как частному лицу;



выполняет функцию вступления в общение с читателем (налаживание, укрепление и размыкание контакта с ним); проявляется, в частности, в ироничности, персонализации сообщения за счёт стилистического тонирования текста, в имитации дружеского, часто фамильярного общения.

Как показывает практика, признаками фатической речи в СМИ являются:

— с точки зрения содержания: использование тем частной жизни, таких как хобби, путешествия, полезные советы, истории из жизни, погода, совместная игра, уход за внешностью;

— с точки зрения композиции: специфические композиционно-жанровые формы: этикетные и преобразованные информативные речевые жанры;

— с интенционально-стилистической точки зрения: проспективность и ретроспективность изложения, адресованность (вы- или ты-общение), идентификация с аудиторией (мы с вами), эмотивность.

Таким образом, фатическая интенциональность в СМИ характеризуется направленностью на установление, укрепление, проверку и размыкание контакта с установкой на продолжение общения и следующие частные цели: этикетность общения, разрежение плотности информационного потока, социализацию и солидаризацию (за счёт включения адресата в «свой» круг), уход от острой социальной тематики, развлечение, создание атмосферы лично ориентированного общения через интимизацию, сопереживание, сотворчество, дружественность, фамильярность, эпатажность, ироничность, инвективу и т. д.

В параграфе 1.4 *«Двуаспектность существования фатики в медийной речи: контактоустановление и текстопорождение»* предложена речевая типология СМИ в зависимости от степени использования фатики в речи.

Параграф начинается с краткого экскурса в историю отношения к фатической речи в русской культурно-речевой традиции. Изучение исторических источников — мемуарной литературы и сборников под общим

названием «Хороший тон» — позволяет говорить о разной востребованности фатической речи в русском языковом узусе и национальных традициях фатического общения, к которым возвращаются современные журналисты. Исконное двойное восприятие фатики — как ориентированность на вступление в общение без иной цели, кроме самого общения, и использование стратегий фатического речевого поведения для первичного налаживания контакта с целью развития дальнейшего информативного общения — реализуется и в системе современных СМИ.

В связи с этим в работе современные массмедиа делятся на две группы в зависимости от роли в них фатики.

I. Издания, использующие фатику в качестве вспомогательной стратегии речевого поведения для создания контакта с аудиторией и разрежения плотности информационного потока: а) традиционные информационно-аналитические издания, в том числе общероссийские; б) издания, ориентированные на узкую группу читателей, объединённых неким специальным интересом.

II. Издания, в которых фатическая интенция доминирует (общение ради общения): а) издания, ориентированные на массовую аудиторию, целевой сегмент которой выделяется по гендерному или социальному принципу (глянцевые издания); б) издания, ориентированные на массовую аудиторию, имеющие исключительно развлекательный характер, апеллирующие к «низовым» интересам (бульварные издания).

Первая глава завершается выводами: фатическое речевое поведение в связи с особенностями современной речевой практики общества и потребностями аудитории становится почти неизменным атрибутом медийной речи; у фатики имеется эмоционально-психологическая цель в противовес информационно-практической цели информативной речи; фатика в медиадискурсе воссоздаёт (имитирует) непринуждённое общение; разнообразие проявлений фатического начала объясняется интенциональной природой изучаемого явления; фатика в СМИ проникает буквально во все

сферы и изменяется в соответствии с условиями существования медиадискурса; в аспекте применения фатического речевого поведения возможно создание типологии современных СМИ.

**Во второй главе «Тональность выражения фатики в медийной речи»** представлен интенционально-стилистический анализ выражения в публикациях современной российской прессы фатической тональности. Под тональностью, вслед за Т. В. Матвеевой, понимается «субъективная модальность на текстовом уровне», в которой «находит отражение эмоционально-волевая установка автора текста, его психологическая позиция по отношению к излагаемому, а также к адресату и ситуации общения»<sup>3</sup>. По мнению Т. В. Матвеевой, текстовая категория тональности выражается совокупностью языковых средств, системно организованных на текстовой плоскости под влиянием целей и задач функционального стиля. Нам представляется, что не только функциональный, но и интенциональный стиль (Л. Р. Дускаева) характеризуется типовым представлением тонального содержания. Фатическая интенция — это установка на сближение внутренних миров людей (Н. Д. Арутюнова), лично ориентированное общение, поэтому тональность выражения фатической интенции ориентируется на эмоциональную вовлечённость собеседника. В свою очередь эмоциональная вовлеченность реализуется, когда автор сообщения так или иначе «задевает» адресата. Эмоциональное раздражение, порождаемое медиатекстом, должно воздействовать на отдельного человека и в то же время обладать потенциалом воздействия на большое количество людей. Такой эффект возможен в двух случаях: полном совпадении эмоционального фона адресата и адресанта — общении «в унисон» (соответствии эмоциональным ожиданиям) или же при резком несовпадении эмоционального фона, эффекте неожиданности, нарушении ожиданий адресата — общении «в диссонансе» (несоответствии эмоциональным

---

<sup>3</sup> Матвеева Т. В. Тональность // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник Под ред. А. П. Сковородникова. — Красноярск: Изд-во СФУ, 2012. С. 719-720.

ожиданиям). Анализ современных массмедийных текстов показывает такую закономерность: при реализации фатической интенции журналист либо прибегает к эпатажному речевому поведению (нарушению ожиданий аудитории), либо стремится к интимному, камерному общению со своей аудиторией (созданию «своего» круга общения). В связи с этим можно утверждать, что фатическая интенция реализуется тональностью двух видов — эпатажности и интимизации.

В параграфе 2.1. «Тональность эпатажности» описана система взаимодействующих языковых средств, использование которых формирует тональность эпатажности.

Тональность эпатажности имеет огромный контактоустанавливающий потенциал, поскольку активно возбуждает эмоциональный отклик. В текстах, основывающихся на эпатажном речевом поведении, намеренно создаётся диссонанс со сложившимися в обществе ценностями, традициями, представлениями о том, что является хорошим, правильным, приличным, достойным.

Тональность эпатажности реализует частную целеустановку фатической интенции — вступление в контакт. Чаще всего это происходит в заголовочном комплексе. Концентрация внимания адресата происходит в результате использования языковой игры, нарушающей привычную лексическую сочетаемость, состав прецедентного феномена, путём включения шокирующей аудиторию лексики. Часто при этом сам текст решён в нейтральной тональности, а эпатажность присутствует только в заголовке. Поддерживание контакта в тональности эпатажности реализуется за счёт ухода в семантическое поле смерти, непознанного, жестокого, противоестественного, трагического. Психологическая особенность восприятия «вопреки чему-то» позволяет журналистам сохранить аудиторию и рассчитывать на дальнейший интерес к таким текстам: *Самолет Второй мировой устроил в США кровавую баню; Найдены предки всего человечества! Это не обезьяны!; Елизавета II: на отдых с няней* и проч.

Как видно из примеров, часто тональность эпатажности востребована в развлекательных материалах, но эпатаж может выполнять и социально значимую функцию. Тональность эпатажности может быть использована для формирования социально ответственного решения, для развития патриотического чувства. Например, заголовок *Право на голос* в журнале «Огонёк» вводил журналистский материал о нарушениях во время выборов, эффект усиливала фотография людей, вышедших на демонстрацию с заклеенными ртами.

В параграфе 2.2. «Тональность интимизации» описана система средств выражения тональности интимизации в журналистском тексте.

Интимизацией изложения называется выражение «эмоционально-экспрессивного и интеллектуального содержания, которое связано с созданием эффекта общения, личного контакта автора с читателем, с воспроизведением непринуждённого разговора, беседы между ними»<sup>4</sup>. Тональность интимизации направлена на имитацию непосредственной коммуникации, поэтому журналист всеми доступными способами стремится создать иллюзию межличностного дружеского общения. В этом ему помогают речевые способы увеличения диалогического тона текста, как то: прямые обращения к читателю, ты- и вы-обращения, солидаризация с читателем; обращение к тем пластам лексики, которые востребованы целевой аудиторией; использование прецедентных феноменов, домашних имён и т. д.

Интимизация изложения позволяет сделать читателя не столько пассивным адресатом сообщения, сколько сотворцом текста. Установление контакта должно состояться в заголовочном комплексе, журналист использует лексику начала коммуникации. В продолжении текста употребляются вводные слова, модальные средства, средства связи между смысловыми блоками текста, обращения к читателю. С этой целью функционируют прецедентные тексты, известные аудитории, которые необходимо узнать, тем самым читатель вовлекается в своеобразную игру,

---

<sup>4</sup> Бельчиков Ю. А. Интимизация изложения // Русская речь. — М.: Наука, 1974. №6. С. 38.

соревнование. Завершение такой коммуникации также происходит в традициях межличностного общения: *Пока, До встречи* и проч.

Тональность интимизации часто востребована в текстах, посвящённых обсуждению частной жизни отдельной личности. Это свойство является следствием чрезмерной информированности общества в данной сфере и острого повышения значимости персональных контактов. К журналистам обращаются за советом, полностью поддерживая иллюзию дружеского общения. Многие издания сейчас активно публикуют переписку со своими читателями, и именно в рубрике «письма» особенно активно реализуется модель дружеского общения между читателем и редакцией.

**Третья глава «Жанровые особенности фатической речи в массмедиа»** посвящена исследованию жанрового разнообразия фатической коммуникации в СМИ.

Под речевым жанром понимается текстотип, характеризующийся устойчивым тематическим содержанием и композиционно-стилистическим построением (М. М. Бахтин). Типология речевых жанров осуществляется на основе противопоставления фатической и информативной интенции (Н. Д. Арутюнова, В. В. Дементьев). К фатическим речевым жанрам относятся праздноречевые жанры, имеющие единственную цель вступления в контакт и приятного времяпрепровождения, а также жанры, целеустановкой которых является налаживание или, наоборот, разрушение контакта.

В реальной речевой практике границы жанров проницаемы, все речевые жанры находятся между двумя полюсами: реализацией исключительно фатической или информативной коммуникативной задачи. Ни один из полюсов недостижим: каждое речевое взаимодействие определяется комплексом частных интенций, что лишь приближает отдельное речевое произведение к полюсу фатической или информативной речи.

В языке массмедиа используются жанры фатической речи — этикетные — и в ходе фатической коммуникации преобразуются информационные жанры.

В параграфе 3.1. «*Отражение фатической интенции в информативных жанрах медиаречи*» анализируется влияние фатической интенции на преобразование традиционных журналистских жанров.

Использование принципов фатического общения так или иначе воздействует на структуру текста в целом и привносит необычные, нетрадиционные элементы в публицистический материал. Это может быть необычная композиция, включение околопредметной информации в аналитический, серьёзный материал и т. д. В частности, в интервью присутствие фатической интенции сказывается на изменении роли журналиста: он перестаёт быть просто ведущим, модератором беседы и становится полноправным её участником, интервью преобразуется в фатическую беседу («Спб.собака.ru», «Andy Warhol's Interview»). В информационной заметке фатическая интенция сказывается на выборе предмета речи: это уход от социально значимой информации в сферу курьёзов («Русский репортёр», «Огонёк»). В аналитическом материале фатическая интенция установления контакта с аудиторией воплощается в разрежении информационной плотности сообщения, ассоциативных средствах связи между тематическими блоками внутри текста, содержательными уходами от основной темы («Русский репортёр», «Литературная газета», «Оракул»).

Фатическая интенция выражается в преобладании экспрессии над стандартом, включении в информационный материал оценочности (в частности ироничности), субъективного отношения журналиста к предмету речи, адресованности обращения, идентификации с читателем. Фатическая речь привносит элемент живого человеческого общения в журналистский текст, делая его более непредсказуемым и интересным, так как во

взаимодействие «журналист — читатель» проникает элемент игры. Фатика способна приблизить к читателю тексты самого сложного содержания.

В параграфе 3.2 «Функционирование этикетных речевых жанров в массмедиа» доказывается востребованность этой разновидности речевых жанров в современных журналистских текстах.

Под этикетными жанрами речи, вслед за Т. В. Тарасенко, подразумеваются «закреплённые (устойчивые) языковые реакции на стандартные ситуации общения, коммуникативная цель которых — установление, поддержание и прерывание общения между участниками общения в соответствии с принятыми в обществе традициями и нормами речевого этикета»<sup>5</sup>. Традиционно исследователи речевого этикета рассматривают функционирование этикетных речевых жанров исключительно в рамках разговорно-бытового дискурса и произведений художественной литературы. В настоящее время средства массовой информации, стремясь сократить дистанцию между собой и своей аудиторией, находятся в постоянном поиске разнообразных способов создания диалогического взаимодействия с читателем (зрителем или слушателем). В связи с этим совершенно очевидно, что этикетные жанры, основная задача которых заключается в регулировании общения (Н. И. Формановская), включаются в медиадискурс для обеспечения установления контакта между авторами издания и его аудиторией.

Среди востребованных в современном медиадискурсе жанров анализируются совет, благодарность, приглашение, предложение, поздравление, извинение, комплимент, приветствие и прощание. Особенность установления контакта в СМИ — в стремлении к его долговременности, это цель любого издания. Этикетные жанры, используемые в бытовом общении для поддержания контакта в конкретном кратковременном акте общения, в массмедиа преобразуются: направленные

---

<sup>5</sup> Тарасенко Т. В. Этикетные жанры русской речи: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование: Автореф. дис. ...канд. филол. н. Красноярск, 1999. С. 4.



на гармонизацию общения, на создание удовольствия от речевого взаимодействия, они позволяют создать благоприятное впечатление об издании, организовать такую коммуникацию, которая рассчитана на долговременную перспективу. Кроме того, этикетные жанры в медиаречи становятся своеобразным «организатором» общения, поскольку помогают обеспечить проспективную и ретроспективную направленность публикуемых текстов.

**В заключении** сформулированы основные выводы работы: фатическое речевое поведение становится неременным атрибутом СМИ. Целью фатического речевого поведения является установление и постоянное подтверждение контакта с аудиторией, а также создание комфортной обстановки для восприятия журналистского текста, обеспечиваемое умением говорить с аудиторией на её языке. Для фатической речи характерна эмоционально-психологическая установка в противовес информационно-практической установке информативной речи. Маркерами фатической речи в СМИ являются: в содержательном отношении — второстепенность в тексте предметно-фактической информации и преобладание коммуникативной информации, в композиционно-жанровом аспекте — специфические композиционно-жанровые формы, в интенционально-стилистическом отношении — проспективность и ретроспективность изложения, адресованность, идентификация с читателем, эмотивность.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:**

**Статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Корнилова Н. А. Фатика как фактор изменения речевой структуры журналистских жанров // Медиаскоп. — Выпуск №4. — 2012. — <http://www.mediascope.ru/node/1238> (дата публикации 20.12.2012).

2. Дускаева Л. Р., Корнилова Н. А. Фатика как речевая форма реализации развлекательной функции в медиатексте // ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕКТОР, 2011. № 4. С. 67-71.

3. Дускаева Л. Р., Корнилова Н. А. Этикетные речевые жанры в газетном дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. Выпуск 3 (19). 2012. С. 177-185.

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

5. Дускаева Л. Р., Корнилова Н. А. Речевой эпатаж как форма контактоустановления в современной медийной речи // Электронный научный журнал «Мир лингвистики и коммуникации». — Тверь: ТГСХА, ТИПЛиМК, 2013 — №1 (30). — ISSN 1999 – 8406; Гос. рег. № 0421100038. — Идентификационный номер 0421200038\XXXX — режим доступа: <http://www.tverlingua.ru/> (дата публикации 01.03.2013).

**Другие научные публикации автора:**

6. Корнилова Н. А. Радиожурналисты возрождают традиции // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи. Тезисы Межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов 14-15 февраля 2002 года. — СПб., 2002. С. 15-17.

7. Корнилова Н. А. Публичная фатическая речь (по материалам мемуарной литературы XIX - начала XX веков) // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. — СПб.: Изд-во «Роза мира», 2003. С. 170-172.

8. Корнилова Н. А. Жанры публичного фатического общения // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. — СПб.: Роза мира, 2004. С. 130-131.

9. Корнилова Н. А. Фатическая речь (глава коллективной монографии) // Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект / Под ред. В. И. Конькова. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. С. 125-143.

10. Корнилова Н. А. Особенности использования фатики в печатных СМИ // Актуальные проблемы журналистики в условиях глобализации информационного пространства: материалы III Международной научно-практической конференции. — Челябинск, 2009. С. 318-322.

11. Корнилова Н. А. Фатическая речь в научно-популярном тексте СМИ // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. — СПб.: Роза мира, 2010. С. 175-176.

12. Корнилова Н. А. Фатическая составляющая в речевой практике радиостанции (глава коллективной монографии) // Русская речь в средствах массовой информации. Речевые системы и структуры. / Под ред. В. И. Конькова, А. Н. Потсар. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2011. С. 145-159.

13. Корнилова Н. А. Фатическая речь как инструмент журналистики досуга // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тезисы международной научно-практической конференции <http://rus.jf.spbu.ru/conference/1205/1210-gr3.html> (дата публикации: 21 апреля 2011).

14. Корнилова Н. А. Фатическая речь как индикатор модернизации печатных средств массовой информации // Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы VIII Международной научно-практической конференции 20-22 октября 2011 г. — Казань: Казан. ун-т, 2011. С. 291-298.

15. Корнилова Н. А. Фатическая речь в молодёжном издании как фактор формирования языковой личности школьника // Язык как система и деятельность: материалы Всероссийской научной конференции, посвящённой 80-летию со дня рождения А. Н. Тихонова, Елец, 17-18 ноября

2011 г.: в двух частях. Ч. 2. / Отв. редактор В. И. Казарина. — Елец: ЕГУ, 2011. С. 182-186.

16. Корнилова Н. А. Фатика как фактор развития интернет-коммуникации // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. С. 86-92.

17. Корнилова Н. А. Фатическая речь в СМИ: проблема определения феномена // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тезисы 51-ой международной научно-практической конференции <http://rus.jf.spbu.ru/conference/2197/2207.html> (дата публикации 18 апреля 2012).

18. Корнилова Н. А. Стилистические особенности журналистского текста XIX века в аспекте проявления фатического начала // Тезисы Международной научной конференции «Русская историческая лексикология и лексикография XVIII-XIX вв.», посвященной 100-летию со дня рождения д. ф. н. Юрия Сергеевича Сорокина (28-30 марта 2013 года) / Российская академия наук; Институт лингвистических исследований. — СПб.: Нестор-История, 2013. С. 48.

19. Корнилова Н. А. Фатическая речь в СМИ // Речевая коммуникация в средствах массовой информации. Материалы II Международного научно-практического семинара 17-19 апреля 2013 г. СПб., 2013. С. 151-153.

20. Корнилова Н. А. К вопросу о соотношении оценочного и фатического значения // Языковые категории и единицы: синтагматический аспект. Материалы Десятой международной конференции, посвященной 60-летию кафедры русского языка (Владимир, 24-26 сентября 2013 года). — Владимир: Транзит-ИКС, 2013. С. 237-240.