

Т.В. Чернышова

**Фатическая речь как социальный символ коммуникации
(на материале текстов печатных СМИ)**

Данное исследование посвящено проблемам взаимодействия автора и адресата в сфере современной газетной публицистики, которая, функционируя в пределах современного, практически заново возникшего в России в послеперестроечный период, благодаря «концептуальной, оценочной и языковой свободе» [1, с. 17], публицистического дискурса, существенно видоизменилась, причем эти изменения коснулись не только устной, но и письменной разновидностей публицистических текстов.

В поле зрения лингвистов, благодаря утвердившимся в современной лингвистике принципам антропоцентризма, все чаще попадают языковые личности автора и адресата как субъекты, определяющие коммуникативные, языковые, когнитивные и иные особенности текстов, функционирующих в разных сферах человеческого общения (см. работы Ю.М. Лотмана, Н.Д. Арутюновой, Т.Г. Винокур, Е.В. Клюева и др.). Одной из таких особенностей, связанных, по замечанию Т.Г. Винокур, с основной (доминирующей) функцией, обслуживающей процесс коммуникативного взаимодействия автора и адресата, а именно – с *интенцией вступить в речевое общение*, является оппозиция «информативная – фатическая речь» как основная (инвариантная) «для включающихся в нее вариантов РП, основанных на социальной психологии коммуникативного процесса» [2, с. 135].

Цель нашего исследования – опираясь на существенные характеристики фатики как полноправного речевого явления, представленные в книге Т.Г. Винокур [2], обнаружить «следы» фатического общения в сфере современной газетной публицистики. По замечанию многих исследователей, фатическое общение, являясь по преимуществу особенностью разговорно-бытовой сферы коммуникации (см. например, исследования Б. Малиновского, Р. Якобсона, Т.Г. Винокур, Е.В. Клюева), тем не менее обнаруживается и в сфере современной газетной публицистики, ориентированной в современных социально-политических условиях на «своего» читателя и поэтому содержащих в своей структуре когнитивные и лингвостилистические структуры, которые, говоря словами Ю.М. Лотмана, как бы включают «в себя образ “своей”

идеальной аудитории», в то время как аудитория также включает в себя образ «своего» текста [3, с. 203–204].

Считается, что фатическое общение характерно в основном для негосударственных радиостанций и музыкальных телевизионных каналов и отличается неинформативностью, т.е. банальностью. Однако на фоне стандартов отбора и подачи информации такое общение выглядит не банально, а интересно для адресата. Подобная журналистская практика, по мнению Э.В. Чепкиной [4, с. 71–73], ориентирована не столько на сообщение (передачу новой социально значимой, полезной информации), сколько на общение (создание семиотической общности) с аудиторией на индивидуально-эмоциональной основе, в тональности, свойственной непринужденному общению, когда реализуется прежде всего фатическая, или контактоустанавливающая, функция речи. Кроме того, как отмечает Е.В. Клюев, современное понимание фатики уже сравнительно далеко ушло от якобсоновских ее трактовок, когда она рассматривалась в качестве своего рода «паразитического использования языка, когда язык работает, так сказать, вхолостую» [5, с. 184], и представляет собой лишь «вариации на темы Якобсона». По мнению исследователя, «информации фатические акты не передают», но «назвать их при этом не информирующими актами нельзя: фатика информирует собеседника ничуть не хуже, чем нефатика», однако это информация не о предмете, а о типе речевой ситуации, в которой находятся собеседники, или о говорящем, выбравшем стратегию фатического акта (создавшем фатическую ситуацию) [5, с. 187].

По нашим наблюдениям, такой новый тип общности аудитории выходит далеко за пределы устной публичной (радио- и теле-) коммуникации. Он характерен и для современных газетно-публицистических текстов, которые ориентированы на «своего» читателя.

Существенные характеристики фатики в их отношении к газетно-публицистическим текстам

В исследовании Т.Г. Винокур фатика характеризуется в нескольких аспектах: 1) функции фатической коммуникации как символа социального общения; 2) цели фатического общения; 3) содержательно-ситуативные типы фатической речи. Рассмотрим первые два аспекта, как наиболее важные, через призму газетно-публицистической коммуникации, в которой в целом мы усматриваем довольно большую долю коммуникации фатической, и в частности полагаем, что часть СМИ, в основном левоориентированных, эксплуатирует как рабочую установку именно фатическую коммуникацию.

I. Функции фатической коммуникации как символа социального общения

Указывая в качестве одной из функций фатической речи функцию *контактоустанавливающую*, Т.Г. Винокур отмечает, что фатическая речь «расширяет рамки объекта, располагая внутри него конативную функцию элементарного содержания (вступление в контакт, его поддержка и проверка)» [2, с. 135]. Контактоустанавливающая функция является неотъемлемой частью любого коммуникативного акта, в том числе и в сфере газетной коммуникации, и тесно связана с экспрессивной функцией речи, которую в рамках теории коммуникации можно охарактеризовать как такие особенности речи, которые привлекают внимание читателя, поддерживают и активизируют его на протяжении всего акта коммуникации. Данному положению созвучно высказывание Е.В. Ключева, утверждающего, что «текст, состоящий исключительно из информационно насыщенных, а тем более *информационно сильно насыщенных блоков*, постепенно перестает быть интересным адресату» [5, с. 189].

Другая функция фатической речи, по замечанию Т.Г. Винокур, связана с ее особым свойством выполнять роль *социального символа коммуникации* через «максимальное приближение слушателя к личности говорящего» [2, с. 136].

В то же время многие исследователи текстов современной газетной коммуникации (Э. Лассан и др.) отмечают, что их общей особенностью является повышенная авторизация, или субъективация, представляющая собой усиление эгоцентрического начала текста. Это начало проявляется «в языковой игре в жанрах, ранее этого не предполагавших (например, в **жанрах газетного информирования**), в выдвигании Я говорящего на передний план, в распространении специфических маркеров присутствия субъекта в речи, в высказывании... в определенной аграмматичности текста, его синтаксической неупорядоченности, **приближающей**

печатный текст нехудожественного жанра к выражению «потока сознания» говорящего» (выделено нами. – Т.Ч.) [6, с. 24–32]. Полагаем, что здесь как раз и идет речь о фатической коммуникации, вытекающей из преобладания функций общения над функцией сообщения в современной газетной речи. Важно, что все перечисленные Э. Лассан признаки современных нехудожественных текстов в исследовании Т.Г. Винокур характеризуются как признаки именно фатической коммуникации, ср.: фатическое РП состоит «в наиболее свободном и раскованном обнаружении индивидуальной манеры говорящего, которое предоставляет право использовать весь диапазон коммуникативных ролевых функций соответственно готовности слушающего воспринять их в таком же диапазоне – от «своего до чужого» (группового, коллективного)... в беседе, не предполагающей различия прагматических последствий истинности или ложности высказывания, **адресант должен говорить то, чего ожидает от него адресат, и говорить так, как хотелось бы адресату»** (выделено нами. – Т.Ч.) [2, с. 136]. Последний тезис, в силу его важности для понимания лингвокогнитивных процессов, происходящих в современной газетной публицистике, функционирующей в условиях плюралистического (или разноориентированного) политического дискурса, мы рассмотрим подробнее.

Определяя фатическую речь как символ социального общения, Т.Г. Винокур отмечает, что «ее содержательные и коммуникативно-стилистические модификации предельно чувствительны малейшим сдвигам во взаимоотношениях людей, объединяющихся в какие-либо групповые общности» [2, с. 150]. Данное свойство, т.е. чувствительность к изменениям, происходящим на фоне «привычного» для своего читателя когнитивного и языкового общения, выступающего в виде «привычных» когнитивных и речевых стереотипов, характерно для газетных СМИ, ориентированных на «своего» читателя. Успешность газетной коммуникации во многом определяется тем, в какой мере автор учитывает «коммуникативные свойства» языковой личности адресата. В содержательном (интерпретационном) и языковом плане издания, ориентированные на конкретного читателя, подчас не несут никакой новой информации, однако через привычный облик текста автор получает возможность влиять на сознание читателя (манипулировать им) через болевую точку – **с учетом той концептуальной системы**, которая есть «в голове» реципиента.

Такой взгляд на коммуникацию отличается от традиционного: автор не просто манипулирует сознанием адресата, а как бы с его согласия, т.е., используя слова Т.Г. Винокур, **адресант говорит то, чего ожидает от него адресат, и говорит так, как хотелось бы адресату**. Полагаем, что подобная журналистская практика ориентирована не столько на сообщение (передачу новой социально значимой, полезной) информации, сколько на общение (создание семиотической общности) с аудиторией, в тональности, свойственной непринужденному общению, когда реализуется прежде всего фатическая, или контактоустанавливающая, функция речи.

Важно также, что при описании разных событий способы подачи материала оказываются достаточно типичными для конкретного издания, а читатель стремится найти в публикации не столько новую информацию, сколько родственную ему систему ценностей – концептуальную систему (систему идеологических, социальных, мифологических и прочих стереотипов), выраженную привычными, легко узнаваемыми речевыми конструкциями.

Так, обязательное обращение к прошлому, противопоставление «своего» и «чужого», отстаивание своих идеологических ценностей – эти и многие другие установки являются неотъемлемой составляющей любого левоориентированного издания. Они не выполняют информативную функцию, поскольку не несут какой-либо новой информации, не привязаны к конкретному факту-событию, так как любое событие используется левоориентированными изданиями как фон, на котором могут быть развернуты «привычные» для «своего» читателя идеологические установки, т.е., **говоря на языке читателя, и о том, что желает услышать читатель**, газетно-публицистические СМИ прежде всего ориентируются на общение со своим читателем, следовательно, реализуют фатическую функцию коммуникации.

Данная особенность левоориентированной прессы, как нам кажется, сужает рамки фатического общения, сводя их к своего рода ритуальным действиям, **ритуалу** (ритуальность, по всей видимости, присуща фатической коммуникации, ср.: по замечанию Т.Г. Винокур, термин «фатическая функция» был впервые употреблен Б. Малиновским для обозначения контактно-ритуальные речевых формул [2, с. 135]).

Ритуал характеризуется исследователями как проявление знакового поведения у целого класса самоорганизующихся систем, основной функцией которой является регулирующая, или

упорядочивающая, а продукт этой функции – проведение границы «своего» мира (линии обороны), находящей «в человеческой культуре различные воплощения, что в языковых фактах отражается главным образом в виде “ограды”... Простейшая... схема коммуникативного взаимодействия устроена по принципу регулирующего контура и состоит из двух типов ритуалов – “угрожающая демонстрация” и “умиротворение». Ритуалы первого типа становятся своего рода боевыми знаменами и одновременно символами» [7, с. 192]. Для нас особенно важно, что ритуал характеризуется амбивалентностью, т.е. одновременной направленностью к двум противоположным адресатам: «своему» и «чужому». Совершенно очевидно, что левоориентированные СМИ демонстрируют ритуал «угрожающей демонстрации». Это довольно хорошо прослеживается при лингвокогнитивном и стилистическом анализе разноориентированных СМИ, посвященных захвату заложников в Москве в октябре 2002 г. (теракт на Дубровке).

Прием свертывания (отбор ключевых слов – опорных пунктов интерпретации), осуществленный на материале разных газетных публикаций, позволил выделить в качестве смыслообразующей концептуальной основы текстов, отражающих описываемое факт-событие, следующие языковые единицы, составляющие «узлы» вербально-семантической сети (по Ю.Н. Караулову): *теракт – террористы – заложники, спецназ – власть – спецоперация – президент – политики – СМИ – война в Чечне – терроризм – мы*. Очевидно, что каждое из этих понятий в сознании «разноориентированных» читателей (вне контекста) включено в некоторый круг привычных ассоциаций (ассоциатов), который должен быть учтен пишущими, заинтересованными в установлении контакта со «своим» читателем, т.е. он должен поддерживаться на уровне контекста.

Здесь будет уместно указать еще на один аспект, сближающий фатическую речь с речью публицистической. Характеризуя фатическую речь как символ социального общения, Т.Г. Винокур отмечает два пласта временной локации, характерные для нее: «ближний круг тем», который как раз зависит от происходящего в момент речи и касается тех, «кто находится на речевой арене непосредственно... или же того, что в данный момент окружает говорящих, создает событийно-бытийный фон»; и «дальний круг» тем, который «и расширяет поле обсуждаемой тематики ассоциативным путем, или же мотивируется не содержанием речи,

но отношением к качествам говорящего и касающимся его событиям... и к обстоятельствам, в которых равно заинтересованы присутствующие» [2, с. 153]. По мнению Т.Г. Винокур, именно эти особенности и позволяют распознать фатику на уровне РП (речевого поведения).

Данное обстоятельство позволяет нам провести параллель между приемами временной локации в обыденной речи и в разноориентированных газетных СМИ.

Для этого по материалам публикаций, посвященных захвату заложников на Дубровке в Москве (октябрь 2002 г.), мы воспроизвели общую когнитивную структуру анализируемого факта-события (см. схему 1).

Схема 1. **Общая когнитивная структура факта-события** (по материалам газет)

Центр (события)

Уровень 1: событие и его участники: теракт – террористы – заложники – Россия (место события).

Уровень 2: контрсобытие и его участники: спецоперация (контрдействие, противопоставленное теракту) – спецназ (антипод террористов) – спасенные – убитые (заложники – террористы) – врачи.

Периферия

Уровень 3: (во время события): **заочное участие в событии:** власть, принимавшая решение – президент (главный субъект, принимающий решение); СМИ – политики.

Уровень 4 (до события): **что привело к созданию ситуации: действия (бездействия) властей** – война в Чечне – международный терроризм – заказчики – «антитеррористическая коалиция» – мир.

Согласно данной схеме, по материалам разноориентированных СМИ можно выявить «ближний круг» тем, который мы называем **информационным** (см. схему 1), поскольку он связан с самим событием, представленным в тексте событийными концептами (СК): *теракт – террористы – заложники, спецназ – спецоперация* (центр события, уровни 1, 2); и «дальний круг тем» (периферия, уровни 3, 4), который «расширяет поле обсуждаемой тематики **ассоциативным** путем» и мотивируется не столько обсуждаемой в данный момент темой, сколько отношением к обстоятельствам, «в которых рав-

но заинтересованы присутствующие» [2, с. 153], т.е. «свой» круг читателей, на которых прежде всего и ориентировано то или иное издание (см. табл.).

По нашим наблюдениям, ассоциативный фон повествования, связанный с фатической функцией, в разноориентированных СМИ разный. Ориентация на своего читателя, необходимость остаться в одной с ним парадигме приводит к появлению в текстах (особенно левоориентированных изданий) **элементов малой вероятности**, неуместных по отношению к описываемому факту-событию – с точки зрения «чужого» читателя, но закономерных, необходимых – с точки зрения «своего».

В качестве примера приведем несколько фрагментов статьи «Горькие плоды ложной политики» (Советская Россия. 2002. 29 окт.), посвященной освобождению спецназом заложников (Теракт на Дубровке):

1) *В основе случившегося лежат две чеченские войны, первая из которых развязана преступным режимом Ельцина, а вторая – нынешним режимом Путина. Называть эти войны антитеррористической операцией – значит грешить против истины. Подлинными примерами успешных антитеррористических операций была ликвидация бандитизма бандеровцев на Западной Украине и фашистских недобитков в Прибалтике...*

В данном фрагменте немотивированно с точки зрения логики изложения связываются два совершенно разных как во временном, так и в сущностном отношении события – только что произошедший теракт и исторические события Великой Отечественной войны. Отсутствие в тексте более подробной информации об исторических событиях может свидетельствовать о том, что данные реалии хорошо известны «своему» читателю и используются автором для поддержания контакта с ним.

2) *Успех антитеррористических операций в этих регионах, помимо всего прочего, объясняется тем, что в них была народная, Советская власть, и весь народ, от мала до велика, помогал в борьбе с бандитизмом, защищал свою власть...*

Особенности временной локации при фатической коммуникации в газетных СМИ

Пласты временной локации	Фон повествования	Когнитивная структура факта-события	Функция
«Ближний круг» тем	событийно-бытийный – информационный	центр уровень 1, 2	информирующая
«Дальний круг» тем	ассоциативный	периферия уровень 3, 4	фатическая

Данный контекст содержит апелляцию к одной из распространенных тоталитарных идеологием – «Советская власть – народная власть».

3) *Так получилось, что в авангарде сопротивления обездоленных народов американскому империализму оказались международные и национальные исламские организации, которые, к несчастью, вынуждены прибегать к террору как к одному из средств борьбы против неизмеримо более сильного противника... Когда существовал Советский Союз и мировая социалистическая система, борьба угнетенных стран против империализма велась под знаменем социализма. Она велась организованно, в рамках ООН, носила межгосударственный, межблоковый характер. В основном она носила мирный, политический характер... Идеологической основой такой войны была концепция мирного сосуществования двух систем...*

По замечанию исследователей, идеологема «социализм» является опорной идеологемой тоталитарного языка и сопровождается, как и идеологема «Советская власть», устойчивой положительной коннотацией [8, с. 209].

Выделенные жирным шрифтом фрагменты текстов, по нашему мнению, представляют собой элементы фатической коммуникации, типичные для левоориентированных СМИ. Это прежде всего апелляция к неизменно героическому прошлому (1), к временам существования Советского Союза (2), эксплуатация разного рода идеологием, столь характерных для советского публицистического дискурса (2, 3). Эти «точечные экскурсы» в славную советскую историю появляются в левоориентированных СМИ независимо от описываемого факта-события, но появляются обязательно, так как выполняют фатическую функцию: подтверждают верность пишущих избранным установкам, общим со «своим» читателем.

Таким образом, функции фатической коммуникации в бытовой речи и в современных СМИ, испытывающих, по мнению многих лингвистов, сильное влияние устной разговорно-бытовой речи (о чем свидетельствует, например, «орализация» публицистического дискурса, о которой говорит И.А. Стернин, исследования Е.Н. Ширяева, Л.П. Крысина и др.), совпадают по многим признакам.

II. Цели фатического общения

Еще больше сходства можно обнаружить при сопоставлении **целей** фатического общения в разговорно-бытовой сфере и сфере газетно-публицистической. Так, в качестве основных целей фатического РП Т.Г. Винокур называет

1) социально-психологический контакт; 2) общность ситуативно-целевой задачи, состоящей в том, чтобы высказаться и встретить понимание [2, с. 137]. По нашему мнению, в современных СМИ эта цель несколько видоизменяется: построить фатическое общение так, чтобы адресат «узнал» в высказываниях журналиста свои собственные мысли, свою картину мира, свои идеологические установки. Представляется, что в газетной публицистике реализуется два из описанных Т.Г. Винокур варианта речевого взаимодействия: а) между хорошо знакомыми людьми, сохраняющий сложившийся тип отношений, либо б) между близкими друзьями («своими» читателями), чтобы «отдать дань привычке к обмену мнениями, эмотивной эксплицированной РП, в котором отсутствует информативная необходимость» [2, с. 139]; 3) косвенная оценка чего-то, что касается событий, происходящих в момент речи, или кого-то, кто имеет к ним отношение [2, с. 140], которая в газетных СМИ реализуется через особый экспрессивный контекст – эмоциональный тон высказывания, эмоциональную окраску текста, обусловленную контекстом и во многом зависящую от той эмоции, которой окрашен тот или иной контекст.

Мы предполагаем, что СК, соотносимые с периферией когнитивной структуры факта-события, ставшего объектом интерпретации разноориентированных СМИ, представляют собой понятия, непосредственно направленные на установление контакта того или иного издания со «своим» адресатом, и являются областью продуцирования мифологием (устойчивых стереотипов сознания, обусловленных идеологической ориентацией субъекта речи). По нашему мнению, это обусловлено ориентацией издания на «своего» читателя, поскольку «зависимая от читателей современная пресса... быстро реагирует на нужды потребителей информации» [9, с. 245], а журналист – поставщик этой информации – должен заботиться о пригодности своего товара для адресата, поскольку последний, читая газеты, слушая радио и проводя какое-то время у телевизора, соотносит свои интересы с интересами группы, с которой он себя отождествляет [10, с. 83–84].

Итак, фатическая речь, долгое время оставшаяся приметой устного разговорно-бытового общения, на фоне новых отношений, складывающихся между участниками публицистической коммуникации, все активнее проникает не только в устную, но и в письменную (газетную) публицистику. Обусловлено это целым рядом причин, так или иначе

эксплицированных в исследованиях разных лингвистов и подтвержденных материалами исследования современного газетного материала: 1) близостью публицистики к разговорной речи, с одной стороны, и к художественной речи, с другой, что позволяет ей выполнять функции и целевые установки обеих (Т.Г. Винокур); 2) сильным влиянием разговорной устной речи, которая в современных условиях все активнее определяет особенности речевой коммуникации

в сфере публицистики; 3) нарастанием диспропорции между объемами потребляемой рациональной и эмоциональной информации (Н.Б. Мечковская), что приводит к изменению удельного веса двух языковых функций – фатической и метаязыковой. Фатическое общение, сокращаясь в обыденной жизни людей, укрепляет свои позиции в сфере публичного общения, в том числе и газетно-публицистического.

Литература

1. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века. – Воронеж; Пермь, 1998.
2. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М., 1993.
3. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история // Ю.М. Лотман. Семиосфера. – СПб., 2001.
4. Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). – Екатеринбург, 2000.
5. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. – М., 2002.
6. Лассан Э. Когнитивные и текстовые тенденции 90-х // Язык и социум : материалы международной научной конференции : в 2 ч. – Минск, 2001.
7. Монич Ю.В. На стыке ритуала и языка: комплексная мотивация в семантической эволюции // Язык и культура. Факты и ценности. К 70-летию Ю.С. Степанова. – М., 2001.
8. Енина Л.В. Идеологическое содержание современных лозунгов протеста // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000.
9. Какорина Е.В. Сфера массовой коммуникации: отражение социальной ориентированности языка в текстах СМИ // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация / под ред. Л.П. Крысина. – М., 2003.
10. Майданова Л.М. Газетно-публицистический стиль: метаморфозы коммуникантов // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург, 2000.