

На правах рукописи

СМИРНОВА Марина Павловна

**Фамильярная тональность
в текстах таблоидных изданий**

10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург
2009

Работа выполнена на кафедре риторики и стилистики русского языка
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

Научный руководитель:	доктор филологических наук, профессор И.Т. Вепрева
Официальные оппоненты:	доктор филологических наук, профессор Л.М. Майданова кандидат филологических наук, доцент Ю.Б. Феденёва
Ведущая организация:	ГОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»

Защита состоится ___ октября 2009 года в ___ часов на заседании диссертационного совета Д 212.286.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А.М. Горького» (620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51, комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А.М. Горького».

Автореферат разослан ___ сентября 2009 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

М.А. Литовская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование посвящено анализу категории фамильярной тональности как доминирующей в текстах таблоидных изданий и типичных способов ее выражения.

Современное состояние печатных СМИ характеризуется увеличением стилового разнообразия прессы, ее «стилистической многомерностью» (Г.Я. Солганик). Постсоветская действительность формирует появление изданий нового типа, созданных на основе стилеобразующих концепций, которые отсутствовали в практике советских СМИ.

Новой по стилевому облику в российской печати стала таблоидная пресса. Стремление исследуемых изданий к переходу на уровень неофициального общения с персонажами газетных текстов, имеющими высокий социальный статус, приводит к тому, что речеповеденческая модель таблоидных публикаций демонстрирует смещение, а иногда и нарушение этических и этикетных норм. Ориентация на сферу быта, на частную сторону жизни публичной личности определяет стилевой характер бульварной прессы, формирует особую эмоционально-психологическую тональность речи. Маркирующей тональностью таблоидной прессы можно назвать тональность фамильярности, которая стимулирует общение на сокращенной социальной и психологической дистанции между партнерами в статусно-ориентированной ситуации.

Исследователями языка газеты подчеркивается актуальность проблемы сдвига представлений журналистов о нормах речевого общения, так как использование языка в сфере массовой коммуникации во многом определяет языковую ситуацию в современном обществе. Стилистический узус современной публицистики оказывает влияние на культурно-речевую ситуацию, участвует в формировании литературной нормы, языковых вкусов (Ю.А. Бельчиков, Н.С. Валгина, С.И. Виноградов, М.Н. Володина, Е.В. Какорина, Н.И. Клушина, М.А. Кормилицына, В.Г. Костомаров, О.А. Лаптева, И.П. Лысакова, Л.М. Майданова, Н. Муравьева, Г.П. Нещименко, Г.Ю. Никипорец-Тикигава, О.Б. Сиротинина, И.А. Соболева, Э.В. Чепкина, Т.В. Чернышова, Н.С. Черняев, Е.Н. Ширяев, М.А. Ягубова и др.).

Актуальность данного исследования определяется предпринятым в работе детальным описанием лингвистической техники достижения эффекта фамильярности, которое углубляет сложившиеся лингвистические представления об изменениях, происходящих в языке современных российских СМИ.

Цель настоящей работы – стилистическое исследование категории фамильярности, определение лингвистической технологии ее реализации в таблоидной публицистике.

Данная цель конкретизируется рядом задач, которые ставятся на каждом этапе исследования.

1. На основе специальной литературы, словарных данных и контекстных материалов представить теоретическое осмысление ключевого понятия *фамильярность*.

2. Последовательно выявить и описать средства и способы реализации категории фамильярности в текстах таблоидной прессы.

3. На основе характеристики категориальных экспликаторов и особенностей их размещения в таблоидных текстах проверить гипотезу о текстовом характере рассматриваемой категории.

Объектом исследования являются тексты таблоидных изданий российских средств массовой информации.

Предмет – совокупность характерных для таблоидных изданий речевых сигналов фамильярной тональности.

Разработка темы диссертационной работы проходила в два этапа. На каждом этапе работы выделяется свой объект и свои задачи исследования. В зависимости от этого различается и материал, на основе которого выполнена диссертация. Двухэтапный подход к объекту исследования обусловлен тем, что в ходе анализа таблоидных текстов мы пришли к выводу, что изучение проблемы фамильярной тональности как стилевой константы таблоидов невозможно без обращения к общеязыковой семантике категории фамильярности, без опоры на теоретические данные, без лексикографического и контекстологического анализов, которые обеспечили бы достоверность стилистических построений. Эти задачи определили ход диссертационного исследования.

На первом этапе исследования поступенчато формировалось семантическое пространство семантико-стилистической категории фамильярности. Первичный объект исследования – представление опорной единицы *фамильярность* в терминологических словарях и научных исследованиях. Задача первого шага исследования – обобщение научных дефиниций и терминологическое осмысление анализируемого понятия.

Следующий шаг – изучение толкования слова *фамильярный* и его однокоренных образований в лексикографических источниках досоветского, советского и постсоветского времени. Источниками материала для лексикографического анализа являются толковые словари русского языка. Задача исследования – выявление семантических признаков, которые составляют языковое содержание слова.

Словарные толкования не дают исчерпывающих сведений о лексической семантике фамильярности. Поэтому третий шаг исследования заключался в анализе контекстного материала, содержащего лексические единицы с корнем *фамильярн-*. Объект исследования – высказывания, включающие анализируемую единицу и ее производные и отражающие функционирование единиц в современном русском языке.

В качестве источника материала были использованы центральные и региональные средства массовой информации с 1992 по 2009 гг., художественные тексты, из которых методом сплошной выборки было извлечено более 4000 контекстов, включающих исследуемую лексему и

однокоренные образования. Материал получен с помощью интернет-источников – базы данных Интегрум (www.integrum.ru) и информационно-поисковой системы «Национальный корпус русского языка» (www.ruscorpora.ru).

На втором этапе исследования мы обратились к анализу таблоидных изданий. Объектом являются тексты или фрагменты текстов таблоидов. Предмет анализа – языковые средства и речевые приемы, выражающие фамильярность в таблоидном тексте. Одним из последних шагов текстового наблюдения является сопоставительный анализ таблоидных текстов однотипной тематики. Предмет анализа – механизм создания фамильярной тональности как текстовой категории в таблоидной прессе.

Источником материала являются периодические издания, в наибольшей степени подверженные таблоидизации: «АиФ / Суперзвезды», «Желтая газета» (Ж.Г.), «Жизнь», «Экспресс-газета» (Э.Г.), «Окна», «Московский комсомолец» (М.К.), «Московский комсомолец – Sunday» (М.К. – Sunday), «Мегаполис-Экспресс» (М.Э.) и др.¹. К анализу были привлечены тексты, опубликованные в период с 2002 по 2009 гг.

Этапы исследования определили композицию диссертации, состоящую из двух глав.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Общеязыковая семантика слова *фамильярный* коррелирует с ценностно-нормативной и социально-этической интерпретацией соответствующего понятия. Словарное толкование значения прилагательного отражает этический аспект понятия: лексемой *фамильярный* и однокоренными единицами *фамильярно*, *фамильярность*, *фамильярничать* маркируются отступления от установленных в обществе этических и этикетных правил речевого поведения. Признак, названный лексемой *фамильярный*, имеет градуированный характер. Контекстный указательный минимум выявляет семантическую неопределенность отмеченных лексем, требующих конкретизации признака дополнительными характеристизаторами. Члены гнезда обнаруживают тенденцию к двойной оценочности, определенность которой обеспечивается контекстным окружением.

2. Проявление фамильярности сопряжено с нарушением норм коммуникативного поведения в статусно-маркированной ситуации. Феномен фамильярности, проявляющийся как отклонение от статусно-иерархического типа общения, реализуется в определенном типе текстов как семантико-стилистическая доминанта, имеющая категориальный характер.

3. Семантико-стилистическая категория фамильярности опирается на определенную систему специализированных вербальных сигналов. В их числе: разговорные формы собственных имен, диминутивы, ты-обращения и др. Отмеченные сигналы служат показателями сниженной речевой манеры, способствующей сокращению нормативной социально-ролевой дистанции.

¹ В скобках указаны принятые в работе условные сокращения источников.

4. В таблоидных текстах фамильярная тональность обеспечивается не только средствами разных уровней языковой системы, но и специальными приемами, в числе которых: включение персонажа в «детский контекст»; реализация моделей сравнения *животное* → *человек*, *предмет* → *человек*; «слом» тональности и др. Данные языковые средства и речевые приемы реализуются в границах строго ограниченных тем, характерных для «желтой» прессы. На базе тематического сдвига с помощью выявленных в работе специализированных средств и приемов создается особое эмоционально-экспрессивное содержание текста, определяемое как фамильярное. Типовое эмоционально-экспрессивное содержание семантико-стилистической категории фамильярности определяет возможность ее интерпретации как частной разновидности текстовой категории тональности.

5. В текстах таблоидной прессы категория фамильярной тональности имеет двоякую направленность. Авторская фамильярность по отношению к персонажу текста способствует сдвигам в социально-ролевой иерархии, сокращает коммуникативную дистанцию по вертикали социальной иерархии; авторская фамильярность по отношению к адресату направлена на формирование дружески-панибратских отношений с читателем.

6. Фамильярная тональность, являясь стилеобразующей категорией таблоидных изданий, задает характер эмоционально-экспрессивного содержания текста и отражает психо-эмоциональную позицию автора. Будучи приметой манеры речевого поведения, фамильярность проявляется в намеренном отклонении от норм статусно-ориентированного общения.

7. Многослойность средств, разнообразие приемов и повсеместность использования тех и других в «желтой» прессе – все это позволяет утверждать, что фамильярность выступает как универсальная категория таблоидного текста.

Научная новизна исследования связана с тем, что при всем интересе к современному состоянию газетного языка в русской лингвистике отсутствуют специальные исследования, посвященные тональности газетных текстов таблоидных изданий. Данная диссертационная работа впервые полностью посвящена изучению семантико-стилистических особенностей российских таблоидных изданий (на фоне активного изучения данного типа текста в англоязычных странах, см., например: M. Deuze, F. Esser, P. Golding, A. Gulyas, B. Gunter, S. McLachlan, M. A. Peterson, D. Rooney, C. Sparks, R. Uribe, и др.). Кроме того, работа характеризуется вовлечением в научный оборот семантико-стилистической категории *фамильярности*, которая в составе тональности выступает как категория текстового характера.

Теоретическая значимость диссертации определяется ее включенностью в процесс изучения конкретных разновидностей текстовой категории тональности. Полученные данные позволяют уточнить представление о содержательной специфике понятия фамильярности как типового частного проявления тональности (субъективной модальности) и способах экспликации фамильярности в прессе таблоидного типа.

Данное исследование выполнено в рамках функционально-стилевого направления изучения русского языка, связанного со стилистикой отбора

языковых средств с целью получения запрограммированного стилистического эффекта. В работе была использована группа методов и приемов стилистического и лингвистического анализа, а также общенаучные методы описания, интерпретации, классификации. Кроме того, привлекались частные методы компонентного и контекстологического анализа.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования материалов диссертации на занятиях по функциональной стилистике, спецкурсах по проблемам языка современной прессы. На основе диссертации могут быть составлены практические рекомендации для журналистов таблоидных периодических изданий.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования изложены автором в выступлениях на Всероссийских научных конференциях в Екатеринбурге (2006, 2007), Санкт-Петербурге (2007), на Международном конгрессе в Москве (2007). По теме диссертации опубликовано шесть работ, в том числе статья в ведущем рецензируемом научном журнале, рекомендованном ВАК РФ. Диссертация обсуждалась на кафедре риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность избранной темы, новизна исследования, определяются его цели и задачи, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Фамильярная тональность: к определению понятия»** отобраны и рассмотрены базовые теоретические понятия: выявлено содержательное наполнение термина *фамильярная тональность* путем сравнения, с одной стороны, научного и естественно-языкового понятий *фамильярного*, с другой стороны, сопоставления терминов *модальность* и *тональность*, определена суть семантико-стилистической категории фамильярности, описаны средства выражения фамильярности в русском языке.

Глава первая состоит из четырех параграфов.

В первом параграфе **«Фамильярность как тип статусно-ориентированного общения»** предложено понятийное осмысление категории *фамильярности* с опорой на научные исследования различных областей знания.

Теоретическое осмысление феномена фамильярности показало, что данное явление имеет социально-этический характер и обращено к ценностно-нормативному аспекту человеческого поведения в обществе (Р.Г. Апресян, А.А. Гусейнов, О.Г. Дробницкий, Н.В. Орлова, Л.А. Попов). Проявление фамильярности сопряжено с нарушением коммуникативных и этических норм коммуникативного поведения в статусно-маркированной ситуации (Е.П. Захарова, В.И. Карасик, Т.В. Крылова, Л.П. Крысин, О.А. Леонтович, А.К. Михальская, И.А. Стернин, Л.Л. Федорова, Н.И. Формановская, И.А. Шаронов). Фамильярность определяется как намеренное (или ненамеренное) отклонение от статусной иерархии, фамильярные (неуважительные) отношения указывают

на немотивированное превышение степени близости по отношению к кому-либо со стороны субъекта. Фамильярное поведение – это личностно-ориентированное поведение в ситуации, требующей статусно-ориентированного общения. Фамильярность, как и уважение, манифестируется в речи с помощью специальных языковых средств.

Во втором параграфе **«Лексема «фамильярный»: словарная семантика и контекстные смыслы»** на основе анализа лексической семантики прилагательного *фамильярный*, определения компонентной структуры данного слова, контекстологического анализа высказываний, содержащих единицы словообразовательного гнезда с корнем *фамильярн-*, уточняется содержание ключевого термина.

Общезыковое наполнение слова *фамильярный* коррелирует с терминологическим пониманием фамильярности. Словарное толкование слова *фамильярный* объективирует этический аспект данного понятия: лексемой *фамильярный* маркируется отступление от установленных в обществе правил поведения – этических и этикетных норм. Фамильярным является не ограниченное этическими (в том числе этикетными) нормами поведение (тон, обращение), обусловленное игнорированием статуса собеседника.

Компонентный анализ слова *фамильярный* в опоре на словарную дефиницию дал возможность выстроить две парадигмы (два синонимических ряда), основанные на объединяющей слова каждого ряда архисеме. Так, архисема «не ограниченный чем-либо» дает парадигму *свободный – непринужденный – развязный – ненапрянутый – не стесняющийся – неробкий*. Парадигму *бесцеремонный – беззастенчивый – невежливый – наглый – бесстыдный – непристойный – аморальный – безнравственный – неприличный – неблагопристойный – невоспитанный – неучтивый – непочтительный – неуважительный – запанибрата* объединяет архисема «противоречащий этическим нормам и правилам этикета».

Манера субъекта держать себя в обществе, его обхождение с другими людьми выражается в языке с помощью лексем ***развязность, фамильярность, панибратство, амикошонство, бесцеремонность, нахальство***, с одной стороны, и ***церемонность и чопорность***, с другой. Объединение их между собой происходит по следующему основанию: они указывают «на отклонение от нормы в том, что касается степени свободы внешних проявлений и одновременно степени «формализованности» поведения» (Т.В. Крылова). Первую группу слов объединяет указание на чрезмерную свободу и одновременно излишнюю простоту поведения, отсутствие выполнения необходимых условностей. ***Церемонность и чопорность*** описывают противоположную ситуацию: они указывают на то, что субъект слишком строго соблюдает дистанцию между собой и адресатом.

Анализ ближайшего контекста исследуемых единиц – прилагательного *фамильярный* и его производных – позволил составить представление о типовой сочетаемости данной лексемы. Большинство словоупотреблений с корнем *фамильярн-* зафиксировано в сфере вербального и невербального поведения человека. На основе собранного материала мы получили следующие

группы, выделенные с опорой на ближайший контекст исследуемой единицы: 1) поведение, деятельность, человеческая активность в целом (*фамильярное поведение, фамильярное участие, фамильярное озорство* и др.); 2) речевое действие, продукт речевой деятельности (*фамильярно разговаривать, фамильярное тыканье, фамильярное прощание* и др.); 3) стиль текста, образ речевой деятельности, способ оформления речи (*фамильярный слог, фамильярная манера общения, фамильярная сторона стиля* и др.); 4) лексическая единица, имеющая фамильярную окраску (*фамильярная кличка, фамильярное имя, фамильярное слово* и др.); 5) конкретизированная речевая единица (*фамильярная «Анька», фамильярное «Удачи тебе, браток!», фамильярное «здрасьте», фамильярное «друг мой»* и др.); 6) паравербальные средства (*фамильярный голос, фамильярный тон, фамильярная интонация*); 7) невербальное коммуникативное поведение (*фамильярный жест, фамильярные чмоки, фамильярные объятия, фамильярная улыбка, фамильярно прохаживаться* и др.); 8) психологическая установка, чувства, манера поведения (*фамильярное сострадание, фамильярный пофигизм, фамильярная непринужденность, фамильярная вальяжность* и др.); 9) мыслительная деятельность (*фамильярная трактовка, фамильярно сравнивать* и др.).

Контекстологический анализ позволил также сделать вывод о том, что слова с корнем *фамильярн-* характеризуются семантической неопределенностью. Для адекватного выражения смысла автору высказывания приходится конкретизировать признак, названный лексемой *фамильярный*, дополнительными определениями (например, *сочувственно-фамильярный, обаятельно-фамильярный, фамильярно-заниженный, фамильярно-нахрапистый, фамильярно-повелительный* и др.). Признак, названный лексемой *фамильярный*, допускает количественное градуирование (в работе представлена шкала градуирования признака). Слова с корнем *фамильярн-* обладают потенцией двойной оценочности, реализация которой обеспечивается контекстным окружением: с одной стороны, *фамильярно-любовный, фамильярно-ласковый, фамильярно-нежный, фамильярно-уважительный*, с другой стороны, *развязно-фамильярный, нагло-фамильярный, высокомерно-фамильярный*.

В третьем параграфе **«Семантико-стилистическая категория фамильярности»** феномен фамильярности рассматривается как семантико-стилистическое явление, имеющее категориальный характер. Рассматриваемая категория является не только семантической, но и стилистической, поскольку фамильярность реализуется в речи, в определенных условиях ее протекания, в особых отношениях участников коммуникации.

Межуровневые языковые взаимодействия в тексте формируют стилистический статус данной категории, который проявляется в связи с речевым выбором средств фамильярности с целью получения необходимого стилистического эффекта. Устойчивость употребления той или иной единицы для придания определенного социально-ролевого статуса участникам коммуникации носит языковой характер. Языковые средства создания фамильярности в строе языка «разложены» по разным уровням, но их

объединение и связанность между собой на основе выполнения единого коммуникативного (стилистического) задания происходит в речи, что придает категории стилистическую ориентацию (М.Н. Кожина).

Семантико-стилистическая категория фамильярности манифестируется в речи обширным кругом разноуровневых языковых средств. На вербальном уровне наиболее важная роль принадлежит способам именованию собеседника. В лексике существуют целые парадигмы имен, различающиеся своей стилистической маркированностью, например: *Николай Федорович Головки / Николай Федорович / Николай Головки / Федорович / Головки / Николай / Коля Головки / Коля / Колян / Колька / Колька Головки* и т.д. (А. Киклевич). Формы в парадигме имени собственного можно упорядочить по степени близости коммуникативных партнеров – от формально-официального до неформального, приятельского. Так, стилистически маркированные формы, например, *Колька, Колян* указывают на фамильярный характер речевого поведения. Оттенком фамильярности могут обладать обращения по фамилии – *Головки*, а также такие формы обращений, которые называют адресата только по отчеству – *Федорович*. Внутри парадигмы имени могут действовать механизмы стилевого сдвига: исходно уничижительные формы (*Колька, Колян*) могут использоваться в грубовато-дружеском общении и выражать, по определению А. Вежбицкой, «анти-сентиментальность».

Фамильярная лексика рассматривается в круге эмоционально окрашенной и сниженной лексики (Ш. Балли, Т.Г. Винокур, Е.М. Вольф, Н.А. Лукьянова, Е.Ф. Петрищева). Фамильярность в языке также выражается средствами других уровней: фонетическими (небрежность тона, скороговорочность, аффективность произношения), словообразовательными (суффиксы субъективной оценки) и грамматическими единицами (глагольные формы повелительного наклонения). Фамильярность проявляется на лексико-грамматическом уровне в выборе ты-формы общения (Ю.Д. Апресян, Е.А. Земская, Н.И. Формановская); на синтаксическом уровне в использовании разговорных синтаксических конструкций. Фамильярность создается и на основе паралингвистических параметров речевого акта: голоса, интонации, мимики, жестов и несоблюдения дистанции (Г.Е. Крейдлин, Э. Холл).

Типичной средой проявления фамильярности является повседневный разговорный дискурс. Поэтому фамильярность письменной речи придают функционально-стилистические средства разговорного стиля, а также устойчивые речевые приемы, имеющие данный стилистический эффект.

По своему эмоционально-экспрессивному содержанию семантико-стилистическая категория фамильярности включается в состав общетекстовой категории тональности, составляя одну из ее частных разновидностей. Перечисленные языковые и речевые сигналы фамильярности в совокупности и при экстраполяции в текст участвуют в формировании текстовой категории фамильярной тональности.

В четвертом параграфе «**Тональность как текстовая категория и фамильярная тональность**» тональность охарактеризована как текстовая

категория, определено ее место в ряду смежных понятий, теоретически осмыслен термин *фамильярная тональность*.

Термин *тональность*, получивший достаточное распространение, используется в лингвистике для обозначения психологического аспекта речи. В настоящей работе тональность мыслится как текстовая категория, в которой находит отражение эмоционально-волевая установка автора текста, его психологическая позиция по отношению к излагаемому (Т.В. Матвеева).

Категория тональности речи относится к понятийному полю субъективной модальности. Проблематика, связанная с проявлением субъективного начала в речевой деятельности, рассматривается в широком спектре разнообразных направлений лингвистики (Н.Д. Арутюнова, Ш. Балли, В.В. Виноградов, Е.М. Вольф, М.В. Всеволодова, И.Р. Гальперин, С.Г. Ильенко, М.В. Ляпон, Т.В. Маркелова, Т.В. Шмелева и др.). Смысловую основу субъективной модальности образует понятие оценки в широком смысле слова, основанием которой может выступать как мысль, так и чувство, отсюда условное выделение эмоциональной и рациональной оценки (Е.М. Вольф, А.А. Ивин).

Тональность текста понимается нами как частное проявление субъективной модальности: как функционально-семантическая категория, связанная с языковыми категориями эмоциональности – то есть с оценками на эмоциональном основании, усиления и волеизъявления. Субъективные оценки логического характера представляют собой вторую составляющую субъективной модальности и, соответственно, особую текстовую категорию оценочности (Т.В. Матвеева).

Категория тональности может быть представлена как совокупность частных категорий различной степени обобщенности. Вопрос о типологии частных категорий тональности недостаточно разработан. Одна из опор выделения категории фамильярной тональности как субкатегории общей категории тональности – принятая в лексикологии и лексикографии типология эмоционально-экспрессивных окрасок слова, в которой, в частности, выделяется (не во всех словарях) стилистическая помета *фам.* (фамильярное).

Вторая глава **«Речевая реализация фамильярной тональности в текстах таблоидных изданий»** содержит аналитическое описание категории фамильярной тональности как организующего стилевого принципа таблоидных изданий. В главе рассматривается проявление авторской фамильярности различной адресованности: по отношению к персонажу текста и по отношению к читателю. Два направления авторской фамильярности, накладываясь друг на друга, создают общую тональность текста.

Глава вторая состоит из трех параграфов.

В первом параграфе **«Речевая реализация фамильярной тональности по отношению к персонажу»** выявлены и описаны средства и способы реализации категории фамильярности, направленной на персонажа текста.

Таблоидные издания основаны на принципе нарушения конвенциональных ограничений, накладываемых на публичное распространение информации. Характер тех фрагментов действительности,

которые описываются в таблоидах, показывает, что авторы таблоидных текстов делают ставку на фамильярное вторжение в частную жизнь героев.

Анализ материала позволил составить перечень актуальных тем таблоидной прессы: тема интимных отношений; тема состояния здоровья; семейная тема; тема проведения досуга и неофициального общения с друзьями, коллегами, соседями, спонсорами, фанатами; тема вкусов и предпочтений; тема финансовых операций; профессиональная тема (изображение оборотной, скрытой от глаз зрителя стороны профессиональной жизни, а потому носящей личный характер); криминальная или судебно-процессуальная тема (взаимодействие людей с криминальными структурами, правоохранительными органами и проявление неправомерных с точки зрения закона и общественной морали действий личности).

В таблоидной прессе во множестве случаев наблюдается совмещение нескольких тем в пределах одного текста. Как правило, различные темы сопряжены иерархически. Так, в таблоидных статьях можно выделить «тему-повод» и «тему-факт» (Т.В. Ицкович). Тема-повод может носить общественно значимый характер, однако за этим поводом всегда следует тема-факт, обеспечивающая характерное для таблоидной публицистики внедрение в личную сферу участников описываемых событий. Так, к примеру, тема экономического кризиса подается в статье *Абрамович обнищал* (Э.Г. 01. 2009) через комментарий относительно состояния Романа Абрамовича и освещение проведения его досуга. В тексте наиболее значимыми оказываются две тематические группы: отдых (*беззаботно развлекаться, экзотическая центрально-американская страна, праздники, вечеринка, курорт, банкет, ресторан, прогулка, катер, Коста-Рика, спутник, отель, отдыхать*) и финансовое состояние (*богатый, олигарх, проматывать, акции, миллиард, евро, дорогой, роскошный, элитный, шикарный, купить, миллиардер, обанкротиться, покупка, состояние*).

Также характерными для таблоидной прессы являются событийный способ объединения тем и сцепление тем на ассоциативной основе.

Таблоидные издания стремятся представить публикуемую информацию как тайную, сознательно скрываемую публичными людьми от общественности. Внимание читателей акцентируется на нежелании звезд разглашать события из личной жизни и комментировать их: *Помнится, когда Орбакайте вынашивала Дэни, она тоже совершала всякие обманчивые маневры, чтобы журналисты ничего не разнюхали* (Окна 04. 2005); *В строжайшей тайне держит свою личную жизнь Влад Топалов* (М.К. 05. 2005). При этом в таблоидных изданиях подчеркивается внедрение в частную жизнь звезд: *Корреспонденты «ЖГ» пробрались «на кухню» «Останкино», чтобы разнюхать все подробности* (М.К. 09. 2006); освещение оборотной, скрываемой стороны события: *Оксана Федорова оказалась обманщицей. Ее муж Филипп Тофт, которого ведущая «Спокойной ночи, малыши» выдавала за крупного бизнесмена, на самом деле подрабатывает манекенищиком, владельцем же собственного предприятия является его отец – доктор Юнген Тофт. Выяснилось также, что Филипп сейчас – всего лишь студент медфака в Ростове. Непонятым осталось лишь*

то, зачем Оксана *пошла на подлог, выдав парня чуть не за миллионера* (Ж.Г. 12. 2007).

Авторы таблоидных текстов, внедряясь в личную сферу звезд, концентрируют внимание на аморальных или якобы аморальных поступках героев, связанных с выходом за пределы общественных социальных норм. Многие события, освещаемые в прессе таблоидного типа, квалифицируются авторами как сенсационные.

Характер представленной в таблоидной прессе необычной, исключительной информации обуславливает стремление журналистов обосновать и подчеркнуть достоверность описываемых событий. Поэтому в таблоидных текстах усиливается роль языковых средств, репрезентирующих персуазивность – оценочную категорию модуса, которая выражает авторскую точку зрения на достоверность информации. Авторы таблоидных статей сознательно прибегают к избыточному использованию традиционных и специальных приемов завоевания доверия читателей к излагаемому (использование клишированных конструкций типа *да и так все уже знают, уже давно не секрет, каждый знает* и др.; визуализация информации; включение несобственно-прямой речи; особые способы расположения информации и графические выделения; расшифрованные аудиозаписи, цитаты и точные номинации участников и свидетелей случившегося; апелляция к источнику информации; отражение в тексте метасобытия – деятельности, которую осуществляет журналист, изучая явление действительности, и др.). Избыточность приемов компенсирует неправдоподобность представленных в таблоидной прессе событий и позволяет сбалансировать объективную недостоверность информации субъективной установкой на достоверность.

В таблоидной прессе вырабатывается широкий спектр специальных средств и приемов, выражающих авторскую фамильярность по отношению к персонажу. Нами был выявлен следующий набор языковых средств.

1. Фамильярные формы собственных имен:

а) «домашние» имена: *Охранник Фили* взглядом отгонял помехи от хозяйского мобильного (Э.Г. 12. 2008), *Как рассказал Лева*, «никто из наших директоров и предположить не мог, что подобное может произойти...» (Ж.Г. 12. 2002); *Да и Натаха* тоже сдала: то была на госканале с Кобзоном и Лужковым, а теперь — одна, даже без Тарзана (М.К. 01. 2004);

б) прозвища, в основе создания которых может быть имя: *Через минуту довольный Фил* (Филипп – М. С.) уже сидел за столом, сметая с него все без разбору (Окна 06. 2005); фамилия персонажа: *Причем, по словам Жирика* (Жириновский – М. С.), *западным мастерам готовы оплатить вертолеты, мотоциклы, катера, компенсировать использование самой дорогой и мощной аппаратуры* (М.Э. 04. 2006); название творческого коллектива, участниками которого являются персонажи текста: *«Бишники»* (члены музыкальной группы «Би-2» – М. С.) *хотели было схитрить* (Ж.Г. 05. 2007);

в) трансформированные личные имена персонажей. К данному кругу сигналов фамильярной установки автора отнесены устные варианты имени, воспроизводящиеся в письменном тексте: *Он то и дело интересовался у*

сидящего рядом русского богатыря **Сан Саныча Карелина** нюансами схватки (Ж.Г. 08. 2008); *Очень Михал Саныч* любил чернушки (Ж.Г. 03. 2008); усеченные варианты полного имени: *Ведущие высмеяли умение звезд принимать законы и позировать обнаженными, а также «случайный» поджог пафосного «Дягилева», засилие «Камеди Клуба» и борьбу резидентов с самим Ваганьчем* (Ж.Г. 07. 2008);

г) номинации персонажей, построенные по модели **тетя / дядя + имя (фамилия)**: *К лицам канала все того же Галкина, Пельша, Малахова и дяди Коли Дроздова присовокупилась многолика наша Алла Борисовна* (М.К. 01. 2004).

2. Ты-форма общения: *Вот нудит – «фактор неопределенности», «инвестиционный климат»... Так и скажи: при мне, мол, было хорошо, а сейчас – хреново!* (Ж.Г. 04. 2006).

3. Стилистически маркированные единицы разных уровней языка.

3.1. Лексические средства:

а) эмоционально окрашенная лексика: *Пара была на пороге развода, скандалы следовали один за другим, а Майкл уже начал шутить относительно того, при каких именно обстоятельствах грохнет свою благоверную* (шутл.), *которая ему жуть как успела надоест* (Ж.Г. 09. 2007);

б) разговорная лексика: *Говорят, сделала это специально, чтобы насолить* (разг.) *Киселеву – он-то наверняка будет переживать больше всего, если доверенная ему звезда вот так запросто уйдет к конкурентам* (Жизнь 04. 2005). Традиционно разговорная окраска указывает на сферу употребления единицы в непринужденном личном общении. В таблоидных текстах разговорная лексика характеризуется наличием дополнительной функциональной нагрузки – не прямой характеристикой персонажа. Разговорные единицы, номинирующие персонажа и его действия, помещают образ публичного человека в обиходно-бытовой, обыденный контекст;

в) внелитературная лексика (жаргонные и просторечные единицы): *Сорокина вдрызг* (прост.) *расплевалась* (прост.) *с Киселевым* (Жизнь 04. 2005); *В 1987 году певец взял в собственность барокамеру, чтобы дышать там кислородом (Майкл надеялся прожить 150 лет) за 10 миллионов долларов, но через пару лет «толкнул»* (жарг.) *ее ...всего за сто тысяч! В общем, поп-кумир попал на бабки* (жарг.) (Ж.Г. 12. 2004).

3.2. Словообразовательные средства. С помощью словообразовательных ресурсов языка возможны два пути демонстрации авторской фамильярности: непосредственное выражение фамильярного отношения автора к персонажу и опосредованное – через снижение образа персонажа путем помещения его в стилистически сниженный контекст. В числе открытых средств выражения фамильярности оказываются лексические единицы с суффиксами субъективной оценки. Наиболее частотными выразителями фамильярности являются суффиксы с диминутивным значением: *В журнале «Телевидение и радиовещание» он трудился простым фотографом и снимал всех подряд: от кумира публики Ираклия Андроникова до никому тогда не известной худящей певички Алочки Пугачевой, которая только начинала привыкать к свету*

софитов и более калорийной пище (Ж.Г. 01. 2009). Косвенно характеризуют персонажей, их действия и состояния производные единицы, образованные по высокопродуктивным в разговорной речи словообразовательным моделям: *Бритни Спирс ждет от мамы подлянки* (Ж.Г. 12. 2007); *Принц Эндрю и организатор форума Сергей Колушев: серьезные дела на трезвянку не решаются* (Э.Г. 04. 2008).

3.3. Экспрессивный синтаксис в меньшей степени участвует в выражении авторской фамильярности по отношению к персонажу. Экспрессивные синтаксические конструкции сами по себе, за редким исключением, не могут участвовать в формировании семантического поля какой-либо тональности. В таблоидной прессе на синтаксическом уровне фамильярный тон по отношению к персонажу поддерживается, но не конструируется. Так, к примеру, восклицательная интонация может поддерживать фамильярность, интенсифицируя явленные в содержательной стороне предложения смыслы.

Исключение составляет небольшое число фрагментов, в которых авторская фамильярность эксплицирована самой синтаксической конструкцией. К ним относятся, например, вопросы с фиксированным конструктивным элементом *что ж ты...*, адресованные персонажу текста (*Что ж ты обидчиков, Кирилл, буквы на три не зарулил?*) (Ж.Г. 08. 2005) и др.

Круг средств с непрямым выражением эмоционально-психологической установки автора ограничен.

1. Среди не прямых сигналов фамильярной тональности в таблоидной прессе наиболее частотными являются нейтральные лексические единицы с эмоциональным семантическим потенциалом: *Представляете, что это за люди! Если их не смогли разжалобить страдания прекрасной Ди, могут ли надеяться на снисхождение наши неуклюжие кандидаты в депутаты?* (Ж.Г. 09. 2008). Реже в качестве выразителя фамильярности встречается нейтральная лексика в эмоциональном употреблении: *Только что ж ты, родной, здесь надрываешься? Ведь как-никак – помощник самого президента: не проще все ему на пальцах в Москве объяснить?!* (Ж.Г. 04. 2006).

2. Негативно-оценочная лексика. Для таблоидной прессы характерно использование прямых оценочных единиц, эксплицирующих негативное отношение автора к персонажу: *Мэрилин Монро – развратная шантажистка* (Ж.Г. 05. 2005); *Скандалный рок-музыкант, известный матерщинник, хулиган и алкоголик Сергей Шнуров* (Ж.Г. 05. 2005).

С большей очевидностью объективируют авторскую фамильярность лексические единицы, в которых негативная оценка сопряжена со сниженной стилистической окраской: *Наталья Ионова еще в школе шлялась* (прост. неодобр.) *по подвалам, материлась* (прост.) *и баловалась* (разг.) *травкой* (Ж.Г. 05. 2005); *Этот придурок* (прост.) *разместил в газете объявления об интимных услугах...* (Ж.Г. 01. 2004).

На основе анализа таблоидной прессы выявлены речевые приемы выражения авторской фамильярности по отношению к персонажу.

1. **Формирование «детского контекста».** Основным способом реализации этого приема является трансформация прецедентных текстов

детской литературы: *Ампилов пел, Буратаева молчала, Драпенко Лена ногой качала* (Ж.Г. 11. 2002); *Демид Мур: я стриптиза не боюсь, если надо обнажусь!* (Окна 11. 2007).

Средством реализации данного приема является также включение в текст единиц детской речи: *Тоненький голосок, льющийся из динамиков, совсем не ассоциировался с большим дядькой* (Андреем Разиным – М. С.), *вальяжно прохаживающимся по сцене, и вызвал смех собравшихся* (Ж.Г. 11. 2002); указание на детский образ мышления персонажей: *Мечтает дама лет ...дцати всерьез волшебника найти* (Э.Г. 08. 2004); использование единиц лексико-семантической группы «детство»: *Без конца у «пацана» с журналистами война* (о Филиппе Киркорове – М. С.) (Ж.Г. 06. 2007); *До музея мадам Тюссо, где выставлены скульптуры знаменитостей, Шакире еще подрасти надо* (Э.Г. 11. 2007).

Приведенные средства, реализуя прием включения героев в «детский контекст», обеспечивают косвенную характеристику этих персонажей, выражают скрытое фамильярное сравнение *звезды, политики как дети*.

2. **«Игра на понижение» с помощью тропов и фигур.** В работе выделена наиболее типичная для таблоидной прессы фигура – сравнение. Использование данного приема, как правило, сопровождается выбором такого объекта сравнения, который сам по себе детерминирует негативную оценочность: *Поп-кумир задолжал огромные деньги – если он не продаст свой дом, ему не удастся выплатить кредиторам сотни миллионов долларов. Не исключено, что он скоро окажется за решеткой, как заурядный должник-кидала* (Ж.Г. 12. 2002); либо такая оценочность наводится фоновыми знаниями читателя: *Новые русские: на форуме вели себя, как болельщики лондонского «Арсенала»* (М.Э. 10. 2006).

По нашим наблюдениям, специфика использования средств словесной образности в таблоидных изданиях определяется также ограниченностью круга моделей переноса признака с одного предмета / явления на другой. В таблоидах ведущее положение занимают следующие семантические модели сравнения:

1) человек → человек (при этом объект сравнения имеет негативную оценку): *«Голубой огонек» — минимум выдумки, любимые артисты мельтешили настолько, что под конец от них хотелось избавиться, как от сильно натрескавшихся собутыльников* (М.К. 01. 2004);

2) животное → человек: *Телезвезду, ноги которой разъезжались в разные стороны, трудно было назвать иначе как коровой на льду...* (Э.Г. 03. 2008);

3) предмет → человек: *Маша шумит, как поезд* (Э.Г. 03. 2008).

3. **Использование уничижительных прецедентных единиц.** Авторы таблоидных изданий, помещая персонажа в уничижительный прецедентный контекст, умаляют статус публичной личности: *Один такой нашелся и решил забрать свою драгоценную подпись взад...* (Э.Г. 02. 2008) [Источник прецедентной единицы – рассказ М. Зощенко «Аристократка»: *Ложки, – говорю, – взад!*]; *«Грязные танцы» Славы многих шокировали* (М.К. 08. 2006) [Источник прецедентной единицы – название фильма *Грязные танцы*].

4. «Слом» тональности. Суть данного приема заключается в конструировании в основной части текста тональности сожаления или сопереживания с последующим переворотом этой тональности в завершающей части текста.

«Слом» тональности может осуществляться в одной заключительной фразе или находиться вовсе за пределами основного текста – в комментариях к сопровождающей статью фотографии. Однако сила эмоционального заряда одной такой фразы оказывается достаточной для смены тональности всего текста. Так, например, происходит в небольшом тексте, описывающем курьезный случай, произошедший с Сарой Джессикой Паркер: ***Бедная Сара Джессика Паркер! К депрессии, охватившей ее после окончания сериала «Секс в большом городе», добавилась новая неприятность. В День святого Валентина Сара шла на свидание с букетиком цветов, а в итоге вляпалась... в кучу самого настоящего навоза! Теперь Сара намерена подать в суд на парижских дворников (все случилось именно там), которые испортили ей самый любимый праздник. А может, надо просто под ноги смотреть, а не в облаках летать?*** (Э.Г. 03. 2002).

Фамильярность поддерживается не только семантикой «истинного» тона автора, эксплицированного во фрагменте-«сломе», но и самим фактом бесцеремонной игры автора с образом персонажа – публичного человека.

5. **Имитация непосредственного, близкого общения автора и персонажа в монологическом публицистическом тексте.** Данный прием имеет ряд способов реализации. Одним из таких способов является включение в текст вопроса-совета, адресованного персонажу. Жанр совета свидетельствует о более высоком статусе автора по отношению к персонажу. Использование этого жанра, адресованного публичной личности, воспринимается как авторская фамильярность. Ср.: ***А может, надо просто под ноги смотреть, а не в облаках летать?*** (Э.Г. 03. 2002).

Авторская фамильярность подчеркивается также прямыми сниженными обращениями к персонажам таблоидных текстов, создающими эффект преувеличенно близкого общения журналиста и персонажа: ***Так держать, чувак!*** (Окна 09. 2003).

Эффект близости общения поддерживается соответствующим позиционированием автором самого себя. Так, для авторизации таблоидных текстов используются «домашние» имена: ***Вовочка Казаков, алкогольный обозреватель «ЭГ».***

6. **Прием самодискредитации.** Создание контекстов самодискредитации, или самокомпрометации, «фигурантов» описываемой ситуации (С.И. Виноградов) – один из распространенных в СМИ приемов косвенной оценки. Обычно такие контексты создаются путем цитирования высказываний какого-либо человека, которые отрицательно характеризуют его личность или деятельность, тем самым снижая его статусную роль. Например: ***Распутина накинулась на своих подчиненных с криком: «Что это за старый козел?! Он и хрена-то своего не разглядит, не то что дырку в зубе! Кого вы привели, му...ки!»*** (Окна 08. 2003).

7. **Немотивированные утверждения снижающего характера.** Включение немотивированных утверждений относится к числу «паралогических» риторических приемов (А.П. Сковородников). Как правило, смелая авторская интерпретация описываемого лишена логических оснований в предшествующем и последующем контексте: *Игорь Крутой испугался набить морду мужу Валерии!* (Э.Г. 05. 2008). В тексте нет никакой информации, подтверждающей страх Игоря Крутого.

Часто авторы таблоидных текстов восстанавливают причинно-следственную связь за счет вербализации своих собственных предположений, не находящих в тексте фактических подтверждений. Сопровождающий фотографию текст *«Влюбленная певица: от избытка чувств взмокла с ног до головы»* (Ж.Г. 12. 2005) содержит домысел автора, достоверность которого в принципе не может быть проверена. Часто подобные отклонения от логических норм реализуются в заголовках таблоидных статей, что создает «эффект обманутого ожидания» на уровне смысловых отношений заголовка и текста (Э.В. Чепкина) для привлечения внимания читателей к «сенсационным» событиям частной жизни публичной личности.

8. **«Псевдодворжение» в сознание персонажа.** Данный прием сокращает дистанцию между автором и персонажем посредством включения в таблоидные тексты несобственно-прямой речи. Традиционной сферой функционирования несобственно-прямой речи является художественный текст, в котором прием позволяет воспроизвести сознание персонажа, открытое автору.

Принципиально иную функцию выполняют фрагменты с несобственно-прямой речью в таблоидных текстах. Возможность моделирования чужого сознания в таблоидных изданиях должна быть ограничена тем, что носителями «чужого» сознания оказываются реальные личности, равно как и мир, представленный в данном типе прессы, не является особым «рассказываемым миром» (И.П. Матханова), поэтому журналист должен стремиться к фотографическому отражению объективной реальности. Однако авторы таблоидных текстов смело воспроизводят мыслительную деятельность персонажа, позволяя себе додумывать и домысливать не поддающиеся внешнему наблюдению особенности восприятия / мышления участника описываемых событий.

Включение в таблоидные тексты несобственно-авторской речи демонстрирует фамильярное вторжение в сознание персонажа. В подобных текстах фамильярность усиливается нарушением этических норм, а именно, публикацией авторских предположений – очевидно недостоверной информации, истинность которой в принципе не может быть проверена. Часто данный прием сопровождается актуализацией иронических смыслов. В таких случаях характерным для таблоидной прессы механизмом выражения иронического взгляда автора является включение в «партию» персонажа «псевдооправдания» его (персонажа) действий: *По слухам, некоторые секретные организации всерьез заняты подготовкой компромата на известных политиков и вот-вот заполнят разоблачающей информацией газеты и телепрограммы. А что делать? Время – деньги, а протолкнуть*

своих в Госдуму очень хочется, вот и приходится придумывать, какой еще грязью залить конкурентов... (Ж.Г. 12. 2007).

9. **Экспликация авторского «я»** – выражение субъективной установки автора предельно открытым способом.

Как правило, такие фрагменты нивелируют особое положение звезды, публичного человека: *Так проходит мирская слава. Недавний любимец миллионов ныне мечется, как волк в клетке, чтобы не оказаться на улице без всего. Вчера король и баловень публики, сегодня – стареющий бомж. Жизнь жестока, гласит банальная истина. И ее Майклу пришлось целиком испытать на себе* (Ж.Г. 12. 2002). Часто в подобных фрагментах актуализируется смысл «персонаж (звезда, политик) – обычный человек, не лишенный недостатков»: *И не надо никакого эсперанто! Чтобы человек человека понял, достаточно принять на грудь энное количество спиртного. Будь ты в Крыжополе на съезде доярок или на экономическом форуме в Лондоне – сразу уразумеешь все нюансы* (Ж.Г. 06. 2005).

При этом нельзя утверждать, что статус публичного человека вообще игнорируется в таблоидной прессе. В ряде случаев авторы открыто противопоставляют звезд обычным людям, то есть читателям и самому автору: *Нам же, простым зрителям, остается пока только наблюдать за развивающимися скандалами и надеяться, что телевидение будет лучше* (Жизнь 09. 2007). Особое положение звезды может не только учитываться, но и подчеркиваться. Однако это не мешает авторам таблоидных текстов демонстрировать фамильярное отношение к этим персонажам, позволяющее не считаться с их статусом. Таким образом, таблоидные издания повсеместно и постоянно сокращают дистанцию между персонажем и автором, полностью снимая вертикаль социально-статусного общения.

Сокращение дистанции между автором и персонажем обеспечивается снижением статуса последнего. Психологическая установка автора по отношению к персонажу квалифицирована в данной работе как фамильярно-уничижительная.

Во втором параграфе второй главы **«Речевая реализация фамильярной тональности по отношению к адресату»** определены черты образа адресата таблоидной прессы и тип отношений между участниками коммуникации (автором и читателями).

При анализе образа читателя таблоидной прессы мы опирались на ряд принципов, самый важный из которых – это принцип соответствия типа речевой культуры журналиста уровню коммуникативной компетенции предполагаемой аудитории, это необходимость владения адресата и адресанта идентичными кодами: единством языкового опыта, единством «представлений о норме, языковой референции и прагматике» (Ю.М. Лотман). Подстраивание авторского узуса к узусу предполагаемого адресата, установка на некоторую усредненность речевого стандарта, рассчитанного на массовую, а не элитарную языковую компетенцию, предполагает снижение языковой планки.

Эффект неформального общения с читателем обеспечивается также спецификой предмета речи. Таблоидные публикации относятся к разряду таких

текстов, которые Д.Н. Шмелев называл «бытовым повествованием». Таблоидная публицистика на уровне содержания максимально приближена к разговорному стилю, обслуживающему сферу повседневно-бытового общения. Бытовой информационной наполненности соответствует сниженный стилистический регистр таблоидных текстов. Язык таблоидной прессы сближается с языком повседневной межличностной коммуникации. В такой языковой среде стилистически сниженные единицы не создают «разностилья» (И.П. Лысакова), характерного для современной качественной публицистики. Тематическое своеобразие таблоидной прессы исключает конфликт высокой патетики содержания, острой социальной проблематики с разговорными или внелитературными единицами.

Сдвиг в сторону снижения стиля, обеспечивающий стратегию приближения к адресату, является общей тенденцией развития современной публицистики. Однако стилизация разговорности, свидетельствующая об отношении автора к общению в СМИ как к неформальному, бытовому, личностно-ориентированному, создает фон, необходимый для проявления авторской фамильярности по отношению к читателю.

Кроме близости языковых узусов, автору необходима апелляция к ценностям целевой аудитории, настроенность на мир собеседника. Определяющим фактором является близость мировосприятия говорящего и слушающего. Установление контакта со «своей» аудиторией в таблоидной публицистике обеспечивается общностью систем стереотипов. Читатели находят в таблоидах свою систему ценностей, им предоставляется возможность категоризировать все описываемое согласно распространенным установкам массового сознания.

Автор имитирует дружеское общение со своим читателем. Это дает основание утверждать, что разновидностью фамильярного отношения со стороны журналиста к читателю является *панибратство*, которое указывает на *чрезмерную простоту товарищеского обращения*. Речеповеденческая свобода людей «своего круга», проявляющаяся в абсолютной раскованности языкового выражения, эпатазирующем освещении событий, апелляции к чувственному восприятию, сопряженному с эмоциональными переживаниями, создает тональность фамильярного характера.

К числу прямых выразителей разговорно-фамильярной манеры общения с читателем, выработанных таблоидной прессой, относится имитация устной фактуры текста, жаргонно-просторечное лексическое наполнение традиционных приемов популяризации газетного текста, открытая опора на слухи как на важный источник информации, традиционной средой которого является бытовая сфера общения, вкрапление «сильной» сниженной лексики, в том числе обценной.

Особое внимание в работе уделено самому сильному пласту функционально-стилистического просторечия (Л.П. Крысин, В.В. Химик) – обценной лексике, которая активно используется в таблоидах. Поскольку автор текстов устанавливает товарищеские отношения со своим адресатом, он переходит на язык, коррелирующий с языком носителя городского

просторечия. Взгляд на просторечие изнутри (в противовес взгляду извне, то есть взгляду лингвиста) показывает, что для носителя просторечия обсценная лексика является ментально значимым ценностным объектом. В неписанный кодекс речевого поведения носителя просторечия входит одно из правил: «умей материться / цени матерное слово» (Н.А. Купина, И.В. Шалина). Хотя носители просторечия понимают ограниченность мата, но в «своем кругу» высоко оценивают эмоциональный потенциал этого класса слов. Для данной социальной группы инвективизированная речь является нормой. Если человек не допущен в «свой круг», то в диалоге между чужим и своими обсценности отсутствуют. Поэтому употребление автором обсценной лексики можно считать средством установления контакта между равными по социальному положению. Обсценная лексика выполняет функцию установления «корпоративного духа» общающихся (В.И. Жельвис). Ненормативная лексика используется в качестве пароля, по которому узнают друг друга люди одной субъязыковой подгруппы. При этом журналист как бы отказывается от своей более высокой субкультуры, отрицает элитарность в принципе и заявляет о своей принадлежности к новой группе.

Обильная инвективизация современной публицистики воспринимается читательской аудиторией как чрезмерная, так как инвективы – это не «обыкновенные» слова, они выступают, по образному выражению Ю.И. Левина, как «детонирующие запятые», выражающие особый взгляд на жизнь и создающие фрустрирующую модель поведения. Ненормативная лексика в таблоидах обычно встречается в речи персонажей, но может употребляться и в речи автора: *В тульской гостинице «Москва» муда-директор из трех лифтов два поставил на ремонт, а третий сломался* (К.П. 07. 2002). Ссылка на авторитет – один из приемов внедрения «сильной» лексики в текст: *Как в жизни: полоса говна — полоса повидла. Так говорит Табаков* (М.К. 12. 2008). Реже обсценная лексика используется в сильной позиции – заголовках: *Вместо Пелевина показали жопу* (М.К. 11. 2000); *Трахтенберг хочет проср...ться рядом с группой «Серебро»* (Ж.Г. 08. 2008).

Особую значимость при установлении контакта со «своей» аудиторией в таблоидной публицистике приобретают специфические способы изложения информации, которые не апеллируют к интеллектуальной деятельности и не требуют от читателя широкой эрудиции, больших фоновых знаний. Массовые издания пользуются прецедентами, отсылающими к клише массовой культуры, что соответствует культурному уровню современного массового читателя, который «плохо знаком со сферой культуры, не идентифицирует многие цитаты, не знает истории, не помнит классиков русской литературы» (В.И. Коньков, А.Н. Потсар, С.И. Сметанина).

В третьем параграфе «**Опыт комплексного анализа тонального оформления таблоидного текста**» подтверждена гипотеза о текстовом характере категории фамиллярной тональности.

Для того чтобы проследить, каким образом различные по своей природе показатели психологической установки автора участвуют в формировании фамиллярной тональности в пределах целого текста, был проведен

сопоставительный анализ публикаций, сходных тематически. Нами были выбраны три текста: *Новогоднее свин-ТВ* (М.К. 01. 2007); *Операция «С Новым годом!»* (Э.Г. 12. 2007); *Бардак на «Голубом огоньке»: канал «Россия» выгнал упившихся звезд со съемок* (Ж.Г. 12. 2002). Данные статьи посвящены новогодним телевизионным шоу.

Анализ проявления авторской фамильярности на примере целых текстов позволил сделать вывод о многослойности выражения данной категории. В рассмотренных текстах таблоидных изданий по-разному скомпонованы различные сигналы авторской фамильярности: языковые единицы различных уровней языка (средства) и собственно речевые сигналы (приемы). Такие показатели субъективной установки автора конвергируют по своему стилистическому значению, применяются пишущим комплексно, усиливая и взаимодополняя друг друга. Рассыпанные в тексте сигналы авторской фамильярности ощутимо поддерживают друг друга согласованностью своей эмоциональной семантики и укрепляют создаваемую автором единую субъективно-модальную линию текста – фамильярную тональность.

Кроме того, в таблоидных текстах фамильярная тональность определяется содержательной спецификой текста (обращением к тематике повседневности, к частной стороне жизни публичных людей), языковыми (речевыми) показателями «вторжения» в частную жизнь персонажей. Компоновка различных языковых сигналов и речевых способов создания авторской фамильярности позволяет создавать разнообразные тексты, в той или иной степени эксплицирующие характерную для таблоидной публицистики фамильярную установку автора.

В заключении обобщаются основные результаты проведенного исследования.

Основное содержание диссертации отражено в следующих **публикациях**:

Статья, опубликованная в ведущем рецензируемом научном журнале, определенном ВАК

1. Смирнова М. П. Фамильярная тональность в текстах современных российских таблоидных изданий / М. П. Смирнова // Известия Уральского государственного университета. Серия 2. Гуманитарные науки. – 2009. – № 1/2 (63). – С. 50–56. (0,5 п.л.).

Другие публикации

2. Смирнова М. П. Черты таблоидного стиля в современных массовых изданиях / М. П. Смирнова // Человек в мире культуры. Материалы науч. конф. молодых ученых (28 октября 2005 г., Екатеринбург) / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – С. 69–71.

3. Смирнова М. П. О проявлении речевого экстремизма на страницах желтой прессы / М. П. Смирнова // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. – Екатеринбург: Изд. УрГУ, 2006. – Вып. 3. – С. 27–42. (Соавт.: И.Т. Вепрева).

4. Смирнова М. П. Таблоидная разновидность публицистического стиля: комплекс объективных признаков / М. П. Смирнова // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, филологический факультет, 20–23 марта 2007 г.): Труды и материалы. – М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 531–532.

5. Смирнова М. П. Моделирование адресата таблоидной прессы как носителя массовой культуры / М. П. Смирнова // Взаимодействие национальных художественных культур: литература и лингвистика (проблемы изучения и обучения): материалы XIII научно-практической конференции словесников. Екатеринбург, 23–24 октября 2007 г. / УрО РАО; РОПРЯЛ; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», ИФИОС «Словесник»; УрМИОН УрГУ; МНИЦ «Европейский проект» БГПУ. – Екатеринбург, 2007. – С. 187–193.

6. Смирнова М. П. Коммуникативный портрет адресата таблоидной прессы / М. П. Смирнова // Естественно-научные, гуманитарные и социально-экономические науки: первая заочная международная научно-практическая конференция (24 мая 2008 года). – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2008. – С. 186–191.

Подписано в печать Формат 60×84/16
Печать офсетная. Бумага типографская.
Заказ Усл. печ.л. Тираж 100
Уральский государственный университет
620083, г. Екатеринбург, К-83, Ленина, 51
Типолаборатория УрГУ