

УДК 81'42: 070

DOI 10.17223/19986645/29/5

Т.Г. Рабенко

ФАТИКА И СРЕДСТВА ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В РАДИОЭФИРЕ

Статья посвящена исследованию специфики фатической речи, звучащей в радиоэфире. Появление фатики в этой изначально ей не свойственной области коммуникации обусловлено общим процессом демократизации, являющейся основной стратегией СМИ в целом, и усилением личностного начала в сфере устного публичного общения. В работе определяются языковые средства, реализующие фатику. Прослеживаются приемы языковой игры, задействованной в радиоэфире с целью создания живого непринужденного диалога со слушателем.

Ключевые слова: фатика, фатическая речь, фатическая функция, разговорная речь, радиокommunikация, языковая игра.

В знаменитой повести Э. Хэмингуэя «Старик и море» главный герой, рыбак Сантьяго, находясь в одиночестве далеко от берега и разговаривая сам с собой, рассуждал: «Хорошо богатым: у них есть радио, которое может разговаривать с ними в лодке и рассказывать им новости про бейсбол» (заметим, что повесть появляется в середине прошлого века, когда в Америке впервые возникают информационно-музыкальные радиостанции). В данном фрагменте обозначается, пожалуй, одна из главных особенностей сегодняшнего радиоэфира – проникновение фатической речи в сферу публичной радиокommunikации. Слушая современные информационно-развлекательные радиостанции, «мы сталкиваемся с достаточно новым и необычным для русской речи явлением – фатической функцией, которую выполняет не бытовая, диалогическая, а публичная и при этом в подавляющем большинстве случаев монологическая речь» [1. С. 196–197]. Первое впечатление, которое возникает у человека, впервые услышавшего речь ведущего информационно-музыкальной радиостанции, – это, как правило, удивление тому, как долго, оказывается, можно говорить, когда сказать, по сути дела, нечего [2. С. 213].

Установлено, что тенденция проникновения спонтанного общения и разговорной речи (именно ее языковые средства использует «фатика») в область устного публичного общения, в частности радиоэфир, обусловлена процессом демократизации как основной стратегии СМИ в целом – стратегии близости к адресату. Об этом говорит Е.А. Земская, отмечая среди прочих изменений в пространстве массовой коммуникации возрастание личностного начала в речи, когда «безлика и безадресная речь сменяется речью личной, приобретает конкретного адресата». С усилением диалогичности устного общения «меняются важные параметры протекания устных форм массовой коммуникации: создается возможность непосредственного обращения говорящего к слушающим и обратной связи слушающего с говорящим. <...> Сухой официальный диктор радио и ТВ сменился ведущим, который размышляет, шутит, высказывает свое мнение» [3. С. 12–13].

Л.П. Крысин объясняет подобные изменения «демократизацией русского общества, деидеологизацией многих сфер человеческой деятельности, анти-тоталитарными тенденциями <...> На некоторых участках языка связь происходящих в нем изменений с изменениями в обществе проявляется более отчетливо»: так, активизируются некоторые речевые жанры радио- и телекоммуникации, предполагающие спонтанность речи и относительную свободу речевого поведения [4. С. 63].

Целью настоящего исследования является рассмотрение специфики фатической речи в радиозфере – той сфере коммуникации, которая ей изначально не свойственна. Каким образом (с какой целью, какими языковыми средствами) фатическая речь как инвариант речевого поведения, ранее ограниченный областью разговорного общения, реализуется в радиокommunikации? Данное исследование выполнено на материале сделанных нами в 2013 гг. магнитофонных записей речи ведущих информационно-музыкальной радиостанции «Серебряный дождь» (всего около 30 часов записи эфирного времени). По данным редакции, радиостанция ориентирована на высокообразованный средний класс с возрастным цензом 25–30 лет [5].

Фатика как самостоятельный объект научного исследования выделяется в 70-х гг. прошлого века. В настоящее время установлены два экстралингвистических параметра идентификации фатики – функциональный и содержательно-смысловой. В рамках первого фатика определяется как простой обмен словами, который способствует общности людей и не преследует иных, практических целей, это общение ради общения; выражаясь словами персонажа комедии Грибоедова, это разговор «о том, о сем, а больше ни о чем» (в известной дискуссии о сущности фатической коммуникации это так называемая «линия Малиновского»), или связывается со стремлением «установить, а затем либо продлить, либо прервать общение, то есть проверить, работает ли канал связи, а также для того, чтобы привлечь внимание собеседника и удержать его в случае надобности» («линия Якобсона») [6. С. 37–38].

Содержательно-смысловой параметр фатики выявляется в противопоставлении информатике. По наблюдению Т.Г. Винокур, все поле коммуникации делится на области «фатики» и «информатики», которые различаются оппозицией «общение / сообщение». Для фатического общения характерна вторичность информативности, отсутствие смысловой наполненности, выражающейся в тривиальности обсуждаемых тем. Иными словами, смысл фатического общения обычно равен самому общению («говорить, чтобы высказаться и встретить понимание») [7. С. 139].

Следует особо отметить, что проблема разграничения информатики и фатики остается одной из наименее изученных областей речевой деятельности. Так, Т.Г. Винокур относит к информатике все языковые произведения, не имеющие целью удовлетворить потребности в общении (изначальная интенция информативного речевого поведения – «сделать сообщение») [7. С. 136]. В практическом плане дифференцировать информатику и фатику достаточно сложно. Чаще всего они вступают в речи в сложное взаимодействие: «...фатическое обрамление дискурса, интенционально представляющего собой информативное сообщение, может оказаться настолько обширным и многослойным... что в результате оно принимает самодостаточный харак-

тер» [7. С. 153]. Вслед за С.В. Андреевой под информацией мы «подразумеваем все то, что пополняет интеллектуальный запас знаний человека (слушателя) или содержит сведения бытового характера, необходимые в данный момент» [8. С. 52]. В анализируемом нами радиоэфире информация в ее чистом виде реализуется в блоках политических новостей, в передачах, повествующих о фактах и событиях неполитического характера (например, рубрика «Календарь эрудита»), в сообщениях о дате, точном времени, частоте радиовещания.

Первоначально используемая в сфере бытового общения, фатическая речь активно расширяет сферу своего влияния, становится неотъемлемой частью массмедийного пространства, ибо позволяет установить контакт с аудиторией и создать иллюзию дружеского общения между коммуникантами. Радиослушатель включается в некий искусственный мир, созданный особым способом организованной речи радиоведущих, которая за счет речи фатической максимально приближает публичное общение к бытовому, тем самым сокращая дистанцию между радиоведущим и аудиторией. Радиовещание активно формирует новую аудиторию не только содержанием своих передач, но и их эмоциональным, интонационным настроем. Слушатель становится активным участником радиокommunikации. Таким образом, фатической речью мы называем такую речь в радиокommunikации, которая способствует вступлению в контакт с аудиторией, налаживанию и укреплению связей с адресатом, проявляется в отходе от социально острых тем либо их сглаживании, в особом эмоциональном тонировании речи, формирующем непринужденное общение [9].

Радиоэфир, являясь частью массмедийного пространства, предстает как особая коммуникативная сфера, особенности которой обусловлены рядом технических характеристик, влияющих на характер общения радиоведущего с аудиторией. Будучи каналом для передачи звука, речи, радиовещание открывает огромные возможности воздействия на аудиторию. На радио не столь важно собственно «то, что сказано, сколько то, как это преподнесено» [10. С. 54].

Основная цель ведущего информационно-развлекательной радиостанции – создание и поддержание непринужденного контакта с аудиторией – достигается использованием особого типа речевого поведения, который зависит от «коммуникативных ролей-функций говорящего/слушающего: говорю «от себя», как отдельная личность (не несу ответственности за других); обоюбляю свой групповой опыт (говорю, как принято «у нас»); нейтрализую разные речевые опыты (выравниваю неравные отношения); формирую при этом бесконфликтную стилевую фигуру («перевожу», строю синонимический ряд)» [7. С. 67–68]. Для совмещения этих коммуникативных ролей активно используется разговорная речь, которая адаптирует элементы различных коммуникативных сфер и способствует их взаимодействию. Разговорные элементы являются инструментом реализации фатического общения в радиальном пространстве. Стилистическое тонирование речи осуществляется за счет ряда разговорных единиц и конструкций: *достали; ухмылялись; стырил; чушь полная; положить с три короба на все запреты; орать благим матом; суперская вещь; Во, блин, повезло!; Нереально круто!* Приближая уровень

своей публичной речи к узусу предполагаемых слушателей и их языковой компетенции, радиоведущий создает ощущение бытовой атмосферы, настраивает на непринужденное общение [8. С. 48].

Однако «нарастающая раскованность публичной речи в разных типах официальной обстановки», по мнению О.А. Лаптевой, «приводит к неконтролируемому смещению книжно-письменных и устно-разговорных речевых особенностей. Это способствует снижению речевой культуры: ведь книжно-письменные языковые средства не приспособлены для устного произнесения и потому таят в себе опасность искаженного употребления. Всё это не может не сопровождаться сильнейшим раскачиванием и расшатыванием литературной нормы» [11. С. 7] (о «постновоязе» см.: [12. С. 222]). Об усилении личностного начала в речи, диалогичности и стилистическом динамизме одним из первых писал в свое время М.В. Панов. В его представлении «норма становится не столько системой запретов, сколько выбором языкового средства» [13. С. 55].

Распространение инфотейнмента (сплав информирования и развлечения) как принципа информирования в массмедиа приводит к активизации игры как формы общения, стремление насмешить – к распространению квазикомических форм (шутки, анекдота) [14. С. 67–68]: *Достали мы говорить о здоровье драгоценном (смеется). По понедельникам мы, собственно, о здоровье только и говорим, потому что какое-то его количество теряем на выходных. И остается собраться с коллегами в понедельник и поделиться, что чё-то где-то не хватает.*

Непринужденный контакт с аудиторией поддерживается активным использованием диалогических форм речи: обращений: *Доброго вам утра, друзья! Отличной пятницы и удачных праздничных выходных!; Что мы имеем к этой минуте, друзья? А мы имеем объявление: «Продам MP3 плеер Филипс»; Да, девочки, веселитесь сегодня, играйте, сегодня ваш день;* вопросов к слушателям: *Вообще-то мне всё это напоминает один фильм, уж просто полная абстракция какая-то. Ну как вот, вот, ну как, подумайте сами!? Ну, правда; Угадайте, что сейчас будет? Нет, я настаиваю; Зачем я вам всё это рассказываю? Ну, во-первых, я надеюсь, что вы в следующий раз в магазине повнимательнее посмотрите чек.*

Созданию эффекта живого человеческого общения способствует использование в речи радиоведущих местоимения 2-го лица множественного числа «мы», позволяющего журналисту отождествлять себя с аудиторией: *Вообще жизнь мужчин полна разных странных ритуалов, которые нас, женщин, очень сильно задевают... Нам, женщинам, порой трудно понять, почему же всё-таки мужчины так неистово смотрят футбол; От себя за всех мужчин скажу. Мы, мужчины...*

Явление шоуизации позволяет создать яркое, колоритное зрелище из обыденных вещей, как следствие – обратить внимание на ту или иную область и опосредованно через реализуемую сферу провести самопрезентацию. Одним из популярных приемов самопрезентации, создания собственного имиджа, на радио является использование языковой игры. Языковая игра как характерная черта личностной журналистики, формирующая речевую индивидуальность журналиста (стремление выделиться и запомниться своей иг-

рой), представляет собой намеренное нарушение языковых норм с прагматической целью установления и поддержания экспрессивного фатического контакта со слушателями через создание комического эффекта [2. С. 214].

На волне «Серебряного дождя» языковая игра во всем многообразии ее приемов находит своё воплощение на разных уровнях радиоэфира. Игровое начало проявляется в названии радиопрограмм, в псевдонимах ведущих. Элементы языковой игры, отраженные в псевдонимах радиоведущих, направлены на тематическую актуализацию радиопрограммы, которую они представляют. Это позволяет расширить восприятие радиотекста, направить внимание аудитории в ту сферу, с которой связана программа или ее рубрика. Так, рубрику «Календарь эрудита» (здесь рассказывается о том, чем тот или иной день знаменит в истории) представляет радиоведущий под псевдонимом Бунин, что предполагает определенный уровень подготовленности радиослушателей (некоторую начитанность, эрудированность), имеющих представление о личности писателя, фамилией которого пользуется ведущий в качестве псевдонима.

Ведущий рубрики «Прайм-тайм» представляется Никитой Небылицким. В данном случае «говорящая» фамилия актуализирует содержательную сторону программы: беседа с приглашенными гостями.

Во многом показательно название передач, которое обыгрывается за счет каламбурного сближения с фамилией или именем ведущего: «Соловьиные трели» – ведущий Владимир Соловьев, «Кучерявый вечер» – Оскар Кучера, «Мишанина» – один из ведущих Михаил Козырев.

Языковая игра в названиях рубрик и программ позволяет привлечь внимание радиослушателя. Яркое название создает определенный образ, который надолго остается в памяти и в дальнейшем побуждает к прослушиванию данной программы. Как и в случае с псевдонимами радиоведущих, языковая игра неразрывно связана с темой программы.

Основным приемом создания языковой игры в радиоэфире является каламбур – шутка, основанная на объединении в одном тексте либо разных значений одного слова, либо разных слов (словосочетаний), тождественных или сходных по звучанию [15. С. 60]. Так, каламбур лег в основу названия утренней информационно-музыкальной программы «Бодрое ухо». Каламбурно сближенные единицы *доброе* – *бодрое* ориентированы на слуховое восприятие слова. В программе звучит ряд треков, сопровождаемых комментариями ведущего. Поэтому часть названия «бодрое» говорит об утреннем времени вещания, которое ассоциируется с пробуждением и бодростью, а вторая часть «ухо» (созвучие со словом «утро») свидетельствует о музыкальной составляющей программы. Само название построено по аналогии с этикетной формулой «Доброе утро!», что четко прочитывается в игровом названии.

Примечательно в связи с рассматриваемой проблематикой название ежедневной рубрики «Культур-мультиур» (здесь представлен календарь культурных событий на день). Основанное на использовании приема рифмованного эха название является ярким созвучием, которое делает название запоминающимся и отражает центральную тему данной программы – культура. Эхо-конструкция «культур-мультиур» выступает одновременно в роли шуточной

рифмовки и в то же время имеет семантическое наполнение, поскольку определяет тематическую направленность радиопередачи.

Языковая игра активно используется радиоведущими во время представления определенного информационного или развлекательного материала, при непосредственном контакте с радиослушателями. Так, каламбурно сталкиваются разные значения полисемичного слова: *Дорогие женщины! Ну очень дорогие... во сколько же обойдется подарок вам к Восьмому марта?!*

Как средство экспрессии, переводящее речь говорящего в шутливую тональность и в итоге направленное на установление эмоционально-психологического контакта радиоведущего с аудиторией, широко используется прием цитации [16. С. 204–205]:

Но как поется в одной известной песне: «без женщин жить нельзя на свете, нет». Подписываюсь под каждым словом (Отсылка к «Песенке Бони» из оперетты «Сильва»).

Вы хотели сказать (напевает): *«Куда, куда вы удалились?»* Да, практически так получилось, как у Пушкина... (Отсылка к опере «Евгений Онегин» П.И. Чайковского).

Шутливое цитирование нередко сопровождается изменением цитаты: в цитате производится замена одного из слов на ситуативно актуальное слово:

Еще немного информации для размышления... новые нормы минтранса в России. Спасение летающих – дело рук самих летающих. Посмотрите... письмо, опубликованное на днях екатеринбургским пилотом... (Отсылка к выражению «спасение утопающих – дело рук самих утопающих» из романа «Двенадцать стульев» И. Ильфа и Е. Петрова).

Ведущий 1: *В большинстве случаев руководители сами приносят на работу вкусенькое. И только 38% шефов угощают их коллеги и подчиненные <...> Самое популярное кондитерское изделие – это шоколад, и менее предпочтительны, видимо, ассоциации плохие, сухари* (смеется).

Ведущий 2: (Смеется) *Ну а чё? Вот ты приходишь к начальнику, а там – сухари, и он такой их тебе предлагает, типа готовься!*

Ведущий 1: *Как у Станиславского, ружье на стене.*

Ведущий 2: *Сухари обязательно должны выстрелить* (смеется) (Отсылка к выражению К.С. Станиславского: «Если на сцене висит ружье, то в конце спектакля оно обязательно должно выстрелить»).

Ведущий 1: *Пятое мая является днем рождения водолазной школы, первой в мире, она была основана в Кронштадте в 1888 г. по указу императора Александра III, в то время вся Европа ездила в Россию учиться водолазному делу. Еще песня была: «Удивительный вопрос: почему я...»*

Ведущий 2: **Водолаз?**

Ведущий 1: *Водовоз. «Волга-Волга» фильм* (Отсылка к фильму Г.В. Александрова «Волга-Волга»).

Ведущий 2: *Конечно, не везде хорошо, где нас нет, но местами все-таки весело получается без нас* (Отсылка к выражению М.М. Жванецкого: «Хорошо там, где нас нет»).

Ведущий 1: *Верблюд – он и в Африке верблюд, поэтому он породистый обязательно должен быть. Его же не сличишь с лошадей, правильно?*

Ведущий 2: «Какие докуМенты: усы, лапы, хвост, да? Вот мои главные докуМенты», – говорил Матроскин. **У верблюда главные докуМенты – горбы** (Отсылка к мультфильму «Каникулы в Простоквашино»).

Стырил, понимаешь, где-то верблюда и куда-то повел его. Представляешь, у кого-то... Ты кем работаешь? **Водителем верблюда** (Отсылка к «Песне старого извозчика» Л.О. Утесова).

Да она **красавица, активистка, комсомолка**, которая помогает нам не только в работе каждодневной, но и в организации праздников (Отсылка к кинофильму Л.И. Гайдая «Кавказская пленница»).

Использование прецедентных текстов оживляет речь радиоведущего, делает ее менее тривиальной. Функционирование узнаваемых фраз опирается на такой значимый признак разговорной речи, как общность апперцепционной базы и культурного опыта коммуникантов [16. С. 204].

Эмоционально-экспрессивной тональности общения способствует обыгрывание фразеологизмов:

(1) Да они не здороваются, они не говорят «здравствуйте», они не говорят «до свидания». Я говорю о пассажирах... которые сидят в бизнес-классе, они считают, что могут вести себя как хотят. Они, тО, что говорится, **свиньи одной цепи**. Надо приучать наших граждан нормально себя вести.

(2) Ведущий 1: *Надо тут как раз сходить за шоколадкой.*

Ведущий 2: *И начать утро такое бодрое!*

Ведущий 1: *И пусть всё у вас в шоколаде будет!*

Ведущий 2: *Вот, да! В шоколаде! Совершенно верно!*

(3) Как щас помню, я пришла (на радиостанцию) и сразу с места в карьеру: «Я пришла к вам на работу проситься!» Я пришла и сказала: «Хочу!». И вот, работаю.

Комический эффект создается при нарочитом нарушении законов лексической сочетаемости слов: *Отвратительная погода, на погрустить клонит*; построении необычных лексических единиц: *Я не знаю, зачем это нужно. Зачем нам это (новый закон) вухали?; А как вы предлагаете жестоко это пресекать? Как жестоко пресекать тыканье* (обращение на «ты») *друг другу на улице?; Когда вы сдаете на права, есть набор упражнений, которые вы должны сделать, так вот упражнение «троганье в горку»*; использовании перифрастических номинаций: *Мы знаем двух сельских докторов, о-оч хорошо писали, одного Чехов звали, другого Булгаков.*

Шутливая тональность поддерживается особыми просодическими показателями (интонационным выделением, замедлением темпа, выделением отдельных слогов): *Вы будете иметь бо-о-льшую проблему при аренде автомобиля в Европе.*

Таким образом, фатическая речь, активно проникая в область публичной коммуникации, определяет свойственную современному радиоэффору тенденцию к амбивалентности, в рамках которой совмещаются столь разнородные явления – живой непринужденный диалог со слушателем и информативное сообщение. Избирая определенный тип коммуникативного поведения и сопряженные с этим коммуникативным поведением языковые средства, радиоведущий выстраивает квазидиалог со слушателем, воссоздает дружескую

атмосферу, тем самым приближает программу к живому общению и формирует положительное настроение у аудитории. Подобный характер вещания современных музыкально-информационных радиостанций обусловлен коммерциализацией радио. Радиовещание становится прибыльным бизнесом, где ведется конкурентная борьба за слушательскую аудиторию. Успех этой борьбы зависит во многом от умения радиоведущего удержать внимание слушателя за счет эмоционального эфирного повествования, привнесения элементов живого человеческого общения, включения игровых элементов, которое делает это общение более непредсказуемым и интересным для восприятия аудитории, и в конечном счете от способности радиоведущего создать у слушателя ощущение душевного комфорта, «чувства принадлежности к окружающему миру и обществу» [8. С. 47].

Специфика средств выражения фатики радиийной коммуникации (относительно фатики разговорной коммуникации) обусловлена особенностями радиоэфира как уникальной коммуникативной сферы, одним из определяющих свойств которой является акустичность. Ориентация на звучащее слово обуславливает использование речи, непременно окрашенной интонационно, активное привлечение (с ориентацией на слуховое восприятие текста) каламбурно сближенных слов. Кроме того, установка на интеллектуальность, предписанная форматом радиостанции «Серебряный дождь», определяет значительное использование приема цитации (нередко сопровождаемое изменением цитаты) в расчете на высокий уровень эрудиции слушателя; привлечение разговорно маркированной лексики здесь незначительно. Хотя в целом использование фатических средств (различных приемов языковой игры, обращений и вопросов к радиослушателям и др.) на «Дожде» отражает общие тенденции радиокоммуникации, речь идет лишь о дозировании этих элементов согласно формату радиостанции.

Литература

1. Федосюк М.Ю. Репертуар жанров речи радиоведущих музыкальных программ // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С. 196–200.
2. Куранова Т.П. Языковая игра в речи ведущих радиопрограмм // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 1. С. 213–217.
3. Земская Е.А. Введение // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996. С. 12–14.
4. Крысин Л.П. О некоторых изменениях в русском языке конца XX века // Исследования по славянским языкам. М., 2000. № 5. С. 63–91.
5. Официальный сайт радиостанции «Серебряный дождь». <http://www.silver.ru/>
6. Дементьев В.В. Фатические речевые жанры // Вopr. языкознания. 1999. № 1. С. 37–55.
7. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. М., 1993. С. 135–157.
8. Андреева С.В. Фатика в радиоэфире (к вопросу об употреблении синтаксических единиц разного типа) // Филол. науки. 2002. № 6. С. 47–57.
9. Корнилова Н.А. Фатика как фактор изменения речевой структуры журналистских жанров // Медиаскоп: электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1238> (дата обращения: 09.03.2014).
10. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002. 288 с.
11. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана. М., 2007. 517 с.
12. Васильев А.Д. Слово в российском телеэфире. М., 2003. 224 с.

13. Панов В.М. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. М., 1988. 399 с.
14. Дускаева Л.Р., Корнилова Н.А. Фатика как речевая форма реализации развлекательной функции в медиатексте // Гуманит. вектор. 2011. № 4 (28). С. 67–71.
15. Санников В.З. Русская языковая шутка. М., 2003. 549 с.
16. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Лексика. Морфология. Лексика. Жест. М., 1983. С. 204–205.

PHATICS AND MEANS OF ITS REALIZATION ON THE RADIO.

Tomsk State University Journal of Philology, 2014, 3 (29), pp. 50–59. DOI 10.17223/19986645/29/5
 Rabenko Tatiana G., Kemerovo State University (Kemerovo, Russian Federation). E-mail: tat.rabenko@yandex.ru

Keywords: phatics, phatic speech, phatic function, speaking, radio communication, language game.

The article is devoted to the study of the specificity of phatic speech on the radio. Phatics in this communication is conditioned by the process of democratization which is the main strategy of the media in general and, as a consequence, by the increased personal element in the sphere of oral public communication.

There are two extralinguistic elements of identifying phatics: a) functional, where phatics is defined either as a simple exchange of words contributing to people uniting or as an implementation of the contact-making language function; b) semantic, where the specificity of phatics is determined in contrast to the informative content.

Originally used in the sphere of everyday communication, phatic speech becomes an integral part of the mass media space today, as it enables to establish the contact with the audience and create an illusion of friendly communication between interlocutors. A radio listener enters the artificial world the presenters create by their specifically organized speech. The phatics in the speech makes public communication similar to the every day one, thus reducing the distance between the presenter and the audience.

Approaching the level of their public speech to the language usage of prospective listeners and their language competence, radio presenters create a sense of home atmosphere suitable for informal communication. Colloquial speech is actively used. It adapts elements of different communicative spheres and facilitates their interaction. Colloquial elements express phatic communication on the radio.

Infotainment as the principle of informing in the media leads to the activation of the game as a form of communication. The game is a deliberate breaking of the language norms with a pragmatic aim to establish and maintain the expressive phatic contact with the audience through the comic effect. Language game in a variety of techniques functions at different levels of radio broadcasts: program names, presenters' nicknames, presenters' speech. Pun is a common form of a language game; it is based on the use in one text of words with identical or similar sound forms (in precedent texts, idioms). The comic effect is created by a deliberate breach of lexical compatibility laws, constructing unusual lexical units and using circumlocutory nominations.

Thus, phatic speech actively penetrating the area of public communication determines the tendency of the modern radio to ambivalence, which combines different phenomena – a natural vivid dialogue with the listener and an informative message. Imitation of colloquial speech and language game on the radio bring an element of live human communication and make it more unpredictable and interesting for the audience.

REFERENCES

1. Fedosyuk M.Yu. *Repertuar zhanrov rechi radiovedushchikh muzykal'nykh programm* [Repertoire of speech genres of music program radio broadcasters]. In: Kupina N.A. (ed.) *Kul'turno-rechevaya situatsiya v sovremennoy Rossii* [Cultural and speech situation in modern Russia]. Ekaterinburg: Ural University Publ., 2000, pp. 196–200.
2. Kuranova T.P. Language game in the speech of the leading radio programmes. *Yaroslavskiy pedagogicheskiiy vestnik – Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 2010, no. 1, pp. 213–217. (In Russian).
3. Zemskaya E.A. *Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya (1985–1995)* [The Russian language of the end of the 20th century (1985–1995)]. Moscow: Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1996, pp. 12–14.

4. Krysin L.P. O nekotorykh izmeneniyakh v russkom yazyke kontsa XX veka [On some changes in the Russian language of the late 20th century]. *Issledovaniya po slavyanskim yazykam – Research on Slavic Languages*, 2000, no. 5, pp. 63-91.
5. Official site of Serebryanyy Dozhd' radio station. Available at: <http://www.silver.ru/>.
6. Dement'ev V.V. Fatcheskie rechevye zhanry [Phatic speech genres]. *Voprosy yazykoznanija*, 1999, no. 1, pp. 37-55.
7. Vinokur T.G. *Govoryashchij i slushayushchij: varianty rechevogo povedeniya* [Speaker and listener: options of speech behavior]. Moscow: Nauka Publ., 1993, pp. 135-157.
8. Andreeva S.V. Fatika v radioefire (k voprosu ob upotreblenii sintaksicheskikh edinit raznogo tipa) [Phatics on the radio (on the use of different types of syntactic units)]. *Filologicheskie nauki – Philological Sciences*, 2002, no. 6, pp. 47-57.
9. Kornilova N.A. Phatic speech as a factor of language structure of journalism genres transformation. *Mediascope*, 2012, no. 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/123>. (Accessed: 9th March 2014). (In Russian).
10. Smirnov V.V. *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of radio journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2002. 288 p.
11. Lapteva O.A. *Zhivaya russkaya rech' s teleekrana* [Live Russian speech on television]. Moscow: Editorial UVSS Publ., 2007. 517 p.
12. Vasil'ev A.D. *Slovo v rossiyskom teleefire* [Word in Russian TV broadcasting]. Moscow: Flinta, 2003. 224 p.
13. Panov V.M. *Iz nablyudeniy nad stilem segodnyashney periodiki* [From observations on the style of today's periodicals]. In: Shulga M.V. (ed.) *Yazyk sovremennoy publitsistiki* [Language of modern journalism]. Moscow: Nauka Publ., 1988. 399 p.
14. Duskaeva L.R., Kornilova N.A. Fatika kak rechevaya forma realizatsii razvlekatel'noy funktsii v mediatekste [Phatics as a speech form of entertainment function realization in a mediatext]. *Gumanitarnyy vektor*, 2011, no. 4 (28), pp. 67-71.
15. Sannikov V.Z. *Russkaya yazykovaya shutka* [Russian language joke]. Moscow: Agraf, 2003. 549 p.
16. Zemskaya E.A., Kitaygorodskaya M.V., Rozanova N.N. *Yazykovaya igra* [Language game]. In: Zemskaya E.A. (ed.) *Russkaya razgovornaya rech'. Fonetika. Morfologiya. Leksika. Zhest* [Russian colloquial speech. Phonetics. Morphology. Vocabulary. Gesture]. Moscow: Nauka, 1983, pp. 204-205.