

**Место и роль комплиментов как контактоустанавливающих средств в современном медиаландшафте на примере интервью**

**Научный руководитель – Дускаева Лилия Рашидовна**

*Сабынина А.А.<sup>1</sup>, Тюрина Е.М.<sup>2</sup>*

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: aleksandra.sabynina@gmail.com*; 2 - Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: katekatze12@gmail.com*

**Тезисы:**

Статья посвящена рассмотрению функционирования комплимента как элемента фатической речи в медиадискурсе. В научной статье дается дефиниция основного понятия и рассматриваются особенности функционирования комплиментов на страницах глянцевого журнала (на примере журнала «Esquire»), в телевизионном ток-шоу (на примере передачи «Малахов. Прямой эфир») и в вечерней авторской развлекательной программе (шоу «Вечерний Ургант»). В медиaprостранстве комплимент является контактоустанавливающим и воздействующим средством формирования эмоционального настроения, которое привносит в медиаречь тональность интимизации, позволяющей применять речевые стратегии и тактики в условиях определённого коммуникативного контекста.

В последнее время существенное значение среди исследователей придаётся изучению русского языка в контексте коммуникативного аспекта. На основе этого внимание акцентируется на комплименте как части норм речевого этикета. Комплимент многократно являлся объектом исследований, ключевые аспекты изучения данного феномена рассматривались в трудах А. Н. Васильевой, С. В. Волынкиной, В. В. Леонтьева, Н. М. Фирсовой, В. Г. Костомарова, М. Р. Львова и многих других.

Комплимент следует считать активной единицей русского речевого этикета. Особенно важным в контексте данного вопроса нам кажется изучение сущности комплимента не только в рамках разговорно-бытового дискурса и произведений художественной литературы, но и его функционирования в реалиях медиаландшафта. В контексте активно меняющегося медиaprостранства и новыми особенностями репрезентации информации средства массовой информации стремятся уменьшить дистанцию между собой и аудиторией путем создания способов диалогического взаимодействия с читателем (зрителем). Нам представляется совершенно ясным тот факт, что этикетные жанры выполняют функцию установления контакта, удержания внимания и эмоционального воздействия в медиадискурсе.

В данном исследовании мы использовали метод контент-анализа и метод классификации и рассмотрели комплименты по предмету комплимента (комплимент к качествам, комплимент к статусу, авторитету, комплимент к достижениям, комплимент к вещи, комплимент к внешности, комплимент к стилю, вкусу, комплимент к способностям) и проанализировали выделенные нами темы по коммуникативным целям.

Таким образом, мы пришли к следующим выводам. В медиасреде комплимент может выступать в качестве средства метакоммуникации. Комплимент определяет эффективность коммуникативного акта на всех этапах: установление, поддержание и размыкание коммуникативного контакта.

В фатической коммуникации комплимент может реализовывать следующие цели: выражение восхищения, симпатии и уважения, возвышение, поддержка, представление и

признание гостя, расположение аудитории, поддержание гармоничных отношений с собеседником; подбодрить героя и акцентировать его исключительность.

Комплимент как инструмент фатической коммуникации играет конструктивную роль, что заключается в создании подходящего тона беседы, становлении конкретного отношения адресата к транслируемому, минимизировании дистанции между коммуникаторами и уменьшении эмоционального напряжения. Также комплимент несёт в себе деструктивную функцию - дискредитирующее речевое действие в сторону получателя. Иллокутивная задача комплимента не формировать благоприятные отношения с участниками разговора, а, напротив, косвенно показать негативную позицию по отношению к получателю.

По нашему мнению, комплимент также выступает в качестве мощного коммуникативного хода в рамках реализации определённой коммуникативной цели, направленной на получение неизвестной ранее информации, создание авторского стиля журналиста, поддержание заинтересованности аудитории и создание открытой к диалогу атмосферы. В том числе, для интервьюера комплимент выступает важным инструментом для достижения «корыстных» целей. Эффективность всей коммуникации при том может зависеть от умений журналиста использовать данный коммуникативный ход.

### Источники и литература

- 1) 1. Дускаева Л. Р., Корнилова Н. А. Этикетные речевые жанры в газетном дискурсе // Вестник пермского университета / Российская и зарубежная филология, Вып. 3(19), 2012
- 2) 2. Волынкина С.В. Комплимент в аспекте жанровых взаимодействий (на материале телевизионных ток-шоу) / С.В.Волынкина // Филология: Сборник науч. статей. - Красноярск: КрасГУ, 2006. - С.30-36.
- 3) 3. Балакай А.Г. Толковый словарь русского речевого этикета. М., 2004. 681 с.
- 4) 4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи // Москва, Издательство ЛКИ, 2008, 179 с.
- 5) 5. Иссерс О.С. Речевая тактика комплимента в разговорной речи / О.С.Иссерс // Речь города: Тезисы докладов Всероссийск. межвузовск. научной конференции. - Омск. - 1995. - С.179.
- 6) 6. Кубаева О. В., Исаева З. Н. Основные типы комплиментов в русском и цахурском языках // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. Т. 12. № 2. 2018. С. 51-55./ Электронный ресурс, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tipy-komplimentov-v-russkom-i-tсахurskom-yazykah/viewer> (Дата обращения 22.11.2019)