

РЖАНОВ А. А., РЖАНОВА С. А.
КОНСТРУКТИВНО-СТИЛЕВОЙ ВЕКТОР МАССМЕДИЙНОСТИ
СОВРЕМЕННОГО РАДИОЭФИРА

Аннотация. Авторы обращаются к проблеме высоких стандартов радиовещания. На основе анализа состава радиопрограмм прослеживается тенденция предрасположенности фонда информем к языковым субъединицам, а фонда экспрессем – к невербальным способам вещания, каким является музыкальное наполнение. Изучение использования языковых и выразительных средств русского языка показало, что радиопрограммы по нескольким параметрам напоминают тексты живых разговоров.

Ключевые слова: медиатекст, концепт, радиопрограмма, массмедиа, региональная станция, новостная информация, информема.

RZHANOV A. A., RZHANOVA S. A.
MASSMEDIA CONSTRUCTIVE-STYLE VECTOR
OF MODERN RADIO BROADCASTING

Abstract. The authors deal with the high standards of modern radio broadcasting. Considering the analysis of radio programs, the study proves the informema to be a linguistic subunit and the expessema to be a non-verbal way of broadcasting such as musical content. Studying the use of linguistic and expressive means of the Russian language, the article shows that radio programs are similar in some way to the texts of real-life communication.

Keywords: media text, concept, radio program, mass media, regional station, news, informema.

Язык радио – устный функциональный стиль массовой информации. Его речевая структура обусловлена (кроме общих закономерностей внутренней организации, определяющих принадлежность его текстов к области массовой коммуникации) основными принципами отбора речевых средств (интонационно-фонетических, грамматических – главным образом синтаксических, лексико-фразеологических), способами их взаимного сочетания, объединения, которые, в свою очередь, определяются, с одной стороны, специфичностью технической передачи речи в радиовещании, с другой – тем обстоятельством, что эта речь предназначена для массовой аудитории, адресована ей.

Преобладающая форма радиотекстов – монолог. Даже при всей устремленности современной радиожурналистики к интерактивности речь на радио как речь, обращенная к массовому адресату, по своей коммуникативной природе остается монологической.

Интерактивность же предполагает построение устного текста массовой информации с

обязательным участием всех сторон при их активном содержательном и речевом взаимодействии. В результате такого построения текста в его речевой структуре конструктивную роль играют элементы диалогизации речи: в подтверждение такие популярные в современных электронных СМИ, в том числе и на радио, жанры, как интервью, беседа, круглые столы, дискуссии по актуальным проблемам политиков, специалистов, игры, предполагающие активное участие (речевое) радиослушателей, репортажи (с говорящими «героями»), такие композиционные элементы, как сводка мнений радиослушателей (телезрителей), свидетельства очевидцев, участников события и т.п. Создатель текста, продуцент речи (ее исполнитель, вообще говорящий перед радиомикрофоном), стремится – с целью «приблизить» текст к слушателю, заинтересовать его, убедить, повлиять на его сознание, эмоции – оптимизировать организацию речевых средств радиотекста. Это вполне отвечает функциональным задачам языка радио.

Благодаря языку радио обеспечивается довольно устойчивая связь с многочисленной аудиторией слушателей. Принципиальной составляющей данного явления является технический и конструктивный подход, который сведен к составлению единства противопоставленных ориентиров, непосредственного желания приобрести оттенок экспрессивности, а также добиться максимально высоких стандартов вещания. На наш взгляд, вполне правомерным видится введение в оборот научной статьи понятия «конструктивно-стилевого вектора», предложенного В. Г. Костомаровым. По его мнению, «за основание классификации текстов можно принять отвлеченные стиливые установки, задающие не определенные наборы средств выражения и приемы их конструирования, но специфические направления из общего источника, становящегося на глазах все более однородным в функциональном плане. Именно их и показалось возможным и удобным именовать «конструктивно-стилевыми векторами» [1, с. 62]. Вне зависимости от различия технического оснащения, передачи текстовых сообщений, разнообразия тематики и смыслового содержания, вся коммуникация имеет единую конструкцию, непосредственно направленную на общение в целом.

Изучение специфики работы средств массовой информации сегодня предполагает развернутый анализ жанра, тематики, смысла, задач публикаций, программ. В. В. Славкин считает, что «медiateкст – творческий продукт, содержащий информационный стержень, предполагающий конкретную целевую ориентацию, отражающий идеологические ориентиры «родного» средства массовой коммуникации» [2, с. 17].

Проведенный анализ позволяет смоделировать представление о специфике аудиторного контингента, о влиянии социальных факторов (возраста, образования, среды) на формирование личности. Кроме того, в текстах массмедиа содержатся так называемые

тематические концепты, которые автор транслирует аудитории. Комплексное исследование текстов радиопрограмм, прозвучавших в радиозэфире «Авторадио» и «Дорожного радио» предоставило возможность обнаружить использование различных концептов. Мы соотнесли основные темы радиопрограмм и концептов. В радиопрограммах можно проследить частое употребление концепта – «уклад жизни автомобилиста». Основными целями радиостанций являются следующие: создавать эфирное пространство, где люди без опасений открывают свои сердца и души; быть для слушателей любимым путником во всех жизненных обстоятельствах; создавая атмосферу единой семьи (человеческого единства), укреплять и поддерживать слушателей, вдохновлять их и приносить им радость. С другой стороны, повседневность рассматривается автором как своеобразная рефлексия, имеющая свойство проникать и пропитывать восприятие человеческого окружения, его среды обитания, а также влиять на эмоционально-культурное миропонимание индивида или же социального объединения. Для непосредственного моделирования обыденной и повседневной жизни неотъемлемым и надежным помощником является язык.

Используемый нами гипертекстовой уровень рассмотрения радиотекста позволил обнаружить такой характерный для «Авторадио» и «Дорожного радио» концепт как «безопасность на дороге». Цель его использования в программах – забота о сохранении жизни. Отражение этого концепта можно пронаблюдать на примерах таких радиопрограмм как «Дорожная хроника» и «Автомонитор».

Радиопрограммы, звучащие в эфире «Авторадио», «Дорожного радио» напоминают тексты живых разговоров по нескольким параметрам: по определенной тематике, по имитированию естественной речи и беседы, по непосредственной окружающей обстановке, по связям со звучанием, по присоединению дополнительных средств языка невыразительного характера [3, с. 14].

Звеном, объединяющим эти категории, является непредсказуемость выделенного в эфир текстового содержания, который в свою очередь рассчитан на аудиторию с опосредованным контактом взаимодействия. Например, в региональном эфире «Авторадио», «Дорожное радио»: «... 13 марта в Парке им. 1 мая прошел «Масленичный разгуляй» с «Авторадио». Каждого гостя ждали конкурсы, призы, дискотека «Авторадио» и необычное развлечение – соревнования по стрельбе из лука от компании «Лукомания...». Другой пример: «... Ближится Новый год, время мандаринов, елок, подарков, утренников... А вы помните, кем были на утреннике в детском саду? Зайчиком или Снежинкой?» Так, все разговорные тексты объединены непредсказуемым и всеобъемлющим содержанием, имеющим предрасположение только к личному контакту.

При рассмотрении более подробного состава радиопрограмм можно проследить тенденцию предрасположенности фонда информем к языковым субъединицам, а фонда экспресsem – к невербальным способам вещания, каким является музыкальное наполнение. Например, «Авторадио» – это массовая радиостанция с широкой аудиторией в возрасте 30-49 лет. На «Авторадио» звучит разнообразная музыка: как отечественная, так и зарубежная.

Радиостанции постоянно совершенствуются, пытаются разработать новые пути для общения с аудиторией и поиска необходимой информации. Поэтому практически каждая радиостанция имеет свой собственный сайт, разработанные мобильные приложения, группы в социальных сетях. Все это направлено для более тесного сближения со своей аудиторией.

Региональный уровень вещания постоянно трансформируется. Связующим звеном вещательной сетки региональных станций являются новостные выпуски. Необходимо отметить тот факт, что при рассмотрении на станциях регионального уровня классического выпуска новостной информации, проявляется закономерность выхода новостных выпусков того района, области, округа, где именно проживает слушатель, сразу же после новостей федерального масштаба.

Связующим звеном и массовой коммуникации, и разговорности является сюжминутная актуальность, которая имеет приходящий или же наоборот постоянный характер. Для того, чтобы идеи последовательного чередования стандартов и экспрессии стали востребованными и актуальными, потребовалось практически более трех десятилетий бурного и прогрессивного развития массмедиа.

Конструктивно-стилевой вектор является отражением императива непрерывного контакта, при необходимости имеющий личностный доброжелательный характер. Такой стиль влияет и управляет не просто обращенностью ко всему языку в целом, но и определяет отбор наиболее перспективных и контактных средств выражения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.
2. Славкин В. В. Журналистский текст в динамическом аспекте // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 17–18.
3. Чаткина М. Г. Коммуникативные стратегии негосударственных радиостанций в рамках медиапространства Поволжского региона (по материалам эфира «Авторадио», «Дорожное радио»): автореф. дис ... канд. филол. наук. – Казань, 2016. – 24 с.