

ПЕРСНИФИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ РАДИОВЕЩАНИИ

Д. В. Зубко

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 27 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье исследуется персонификация в публицистическом радиовещании начала XXI в. Отмечается, что реализация персонификации на современном радио происходит с помощью контактоустанавливающих средств, выбора жанра и формы радиопроизведения, количественных приемов, особых лексико-фразеологических, морфологических, синтаксических средств языка, образности речи, «наклеивания ярлыков», эмоциональной оценочности явлений; умения отделять главное от второстепенного.

Ключевые слова: радиовещание, персонификация, радиопублицистика.

Abstract: the article investigates the personification in publicistic radio broadcasting of the beginning of the XXI century. It is noted that the implementation of personification on modern radio occurs with the help of contact-setting means, the choice of genre and form of radio, comic techniques, special lexical-phraseological, morphological, syntactic means of language, speech imagery, "labeling", emotional evaluation of phenomena; the ability to separate the main from the secondary.

Keywords: radio broadcasting, personification, radio journalism.

Тенденция все большего увеличения личностного подхода к передаче информации наблюдается в начале XXI века на всех уровнях журналистской деятельности, даже в передачах информационного характера: не новость, а ее оценка журналистом выходит на первый план, информация таким образом «очеловечивается» и получает определенный идеологический подтекст. «В условиях демократии журналистика активно интерпретирует реальность, представляет интересы разных социальных групп, выстраивает связи между ними, берет на себя функцию связующего звена между общественными и государственными институтами» [1, с. 28].

Публицистика как наиболее личный вид журналистской деятельности в еще большей степени влияет на социальную реальность, формируя и расширяя представление аудитории о проблемных сторонах общественной жизни. Петербургский исследователь А. А. Юрков пишет: «Публицист не прячется за чужие авторитеты и не только не отрицает своего намерения повлиять на массовое сознание, но и всячески подчеркивает это свое намерение, не боится выносить на суд публики самые смелые суждения» [2, с. 24]. Таким образом, публицист — это личность, пропускающая через себя информацию и передающая ее аудитории через призму собственного восприятия, т.е. персонифицирующая информацию.

Под персонификацией можно понимать способ передачи и комментирования информации, посред-

ством которого журналист, с опорой на его собственный жизненный и профессиональный опыт и с помощью свойственных ему качеств личности, манеры общения, речевых, фонационных, половозрастных характеристик, логики построения высказывания, представляет суть общественных явлений и в определенной мере прогнозирует их воздействие на общественные процессы. Таким образом, персонификация играет особую роль в публицистическом радиоэфире.

Вместе с тем нельзя не согласиться с Е. В. Шиповой, которая убеждена, что основная опасность персонификации заключается в том, что представители аудитории формируют свой собственный образ определенного журналиста. Образ становится неотъемлемой частью сообщаемого, а смысл информации, получаемой аудиторией, находится под влиянием личности того, кто ее озвучивает [3]. Этот фактор создает опасность в том отношении, что успешно зарекомендовавший себя в других проектах или харизматичный журналист может пользоваться кредитом доверия аудитории, в то же время намеренно искажая реальность в пользу определенных финансовых или политических структур. Персонификация в этом отношении чрезвычайно актуализирует компетентность журналиста, его культуру и профессиональную состоятельность [4].

Борьба за нравственное, моральное и политическое переориентирование аудитории посредством персонификации информации в том виде, в котором мы ее видим в России, обостряется в период выборов процессов, нестабильности внешнеполитиче-

ских отношений, перераспределения внутригосударственных и международных сфер политического и экономического влияния, что объясняется необходимостью культурного и политического переориентирования общества.

Огромную силу получает персонализация в радиозфере. Радиореальность, как и телевизионная реальность, отлична от действительной картины мира, она всегда смоделирована, условна, фрагментарна. В этой реальности не столько отражена, сколько сформирована картина дня такой, какой ее пожелала увидеть конкретная редакция. Убеждающая сила радиослова дает журналисту практически неограниченную власть над представлением ситуации. Радиореальность стремится к упрощению жизни, вычленению из нее тех аспектов, которые конкретная редакция считает наиболее важными; этим событиям и явлениям придается феноменальное значение, они становятся темами для обсуждения в публицистических радиопрограммах.

Как правило, автор-публицист интересен аудитории сам по себе, он «коммуникатор, проникающий в сферу жизнедеятельности слушателя не как абстрактный исполнитель информационной функции, а как личность, то есть с грузом своих собственных идей, мнений, ценностных ориентиров, мотивов» [5, с. 19]. Именно поэтому ведущими публицистических радиопрограмм часто становятся известные медийные личности, журналисты, писатели, общественные и политические деятели. Например, А. Невзоров, постоянный эксперт и соведущий передачи «Невзоровские среды» на радио «Эхо Москвы» (вел с 1987 по 1993 г. знаменитую передачу «600 секунд» на Ленинградском телевидении, в настоящее время является советником генерального директора «Первого канала» К. Эрнста); известный петербургский писатель, журналист, основатель «Агентства журналистских расследований» А. Константинов ведет на интернет-радиостанции «Фонтанка. Office» авторскую передачу «Итоги недели с Андреем Константиновым»; глава Синодального отдела по взаимоотношениям церкви с обществом и СМИ В. Легойда — автор и ведущий передачи «Откровенный разговор с Владимиром Легойдой» на радио «Комсомольская правда»; один из авторов программы «Один» на радио «Эхо Москвы» — писатель Д. Быков, наиболее известный интернет-аудитории по совместному с актером М. Ефремовым сатирическому проекту «Гражданин поэт»; депутат Государственной думы В. Милонов — соведущий передачи «Депутатская прикосновенность» на радио «Комсомольская правда».

Для быстрого привлечения внимания слушателя в названиях программ может содержаться указание на фамилию автора-журналиста или постоянного эксперта передачи. Это, например, программы: «Полный Альбац», «Невзоровские среды», «Ганапольское. Итоги без Евгения Киселева», «Реплика Ганапольско-

го», «Реплика Ореха» — радио «Эхо Москвы»; «Взгляд Максима Кононенко» — радио «Вести ФМ»; «Отзвуки театра с Александром Калягиным» — «Радио России»; «Итоги недели с Андреем Константиновым» — радио «Фонтанка. Office»; «120 минут с Андреем и Юлией Норкиными», «Горячие точки с Дарьей Асламовой», «Расследования Ульяны Скойбеда», «Откровенный разговор с Владимиром Легойдой», «Взгляд Поклонской» — радио «Комсомольская правда».

Особенностями радиопрограмм с известными личностями в роли ведущих или постоянных экспертов является не только узнаваемость авторов, их сугубо личный философский взгляд на действительность, но и жанр представления публицистического произведения. Как правило, публицистические радиопередачи в радиозфере 2010-х гг. за редкими исключениями (по несколько циклов передач в жанрах радиоочерка, радиофельетона, радиорассказа, радиокomпозиции, радиофильма, отдельных передач в жанре радиотеатра в эфире радиостанций «Радио России», «Радио Звезда», «Детское радио», «Вести ФМ», «Радио Мария — Россия») выходят в жанре авторского радиокomментария по поводу актуальной проблемы или в форме разнообразных видов дискуссионных программ.

Выбор жанра радиопроизведения является одним из проявлений персонализации. Яркая авторская индивидуальность, образность речи и художественное видение действительности наиболее ярко раскрываются в малораспространенных в эфире жанрах, например, в радиофельетоне, радиоочерке, радиокomпозиции. В 2017 г. на радиостанции «Вести ФМ» выходила передача «Разговорчики» журналиста и блогера М. Кононенко (в Интернете известного как Mr. Parker). «Разговорчики» выполнены в жанре радиофельетона, представляют собой «фантазии» Кононенко на тему политической реальности в России. 23 октября 2017 г. в радиозфере прозвучал радиофельетон Максима Кононенко «Ревизор-2018» на тему выдвижения К. Собчак в качестве кандидата в президенты Российской Федерации в 2018 г.

Личность автора прослеживается в выборе средств создания комического эффекта в сатирических жанрах. Указанный радиофельетон представляет собой высмеивание ряда явлений общественно-политической жизни России через пародирование прецедентных художественных текстов. Пьеса «Ревизор» Н. В. Гоголя выступает основным прецедентным текстом в радиофельетоне. Об этом свидетельствуют: заголовок выпуска передачи «Разговорчики» на сайте радио «Вести ФМ» — «Ревизор-2018», форма предъявления текста (пародия на пьесу), стилизация языка радиопроизведения под особенности речи XIX века (обращение «господа», использование устаревших выражений — «Вот не было заботы, так подай!»), зачин радиофельетона почти полностью повторяет стилистику пьесы Н. В. Гоголя.

Радиофельетон «Ревизор-2018» на радиостанции «Вести ФМ»

«Я пригласил вас, господа, — сказал самый старший из собравшихся, лидер одной из политических партий, — с тем, чтобы сообщить вам пренеприятное известие: к нам едет Ксения Собчак».

«Как Ксения Собчак?» — спросил один из журналистов.

«Как Ксения Собчак?» — спросил один из политологов.

«Ксения Собчак собственной персоной, — подтвердил лидер другой из политических партий, — и она баллотируется в президенты».

«Вот не было заботы, так подай!» — воскликнул кто-то из губернаторов.

«Господи Боже! — возопил кто-то из председателей комитетов, — еще и баллотируется в президенты!»

Н. В. Гоголь, пьеса «Ревизор»

Городничий: Я пригласил вас, господа, с тем, чтобы сообщить вам пренеприятное известие: к нам едет ревизор.

Аммос Федорович: Как ревизор?

Артемий Филиппович: Как ревизор?

Городничий: Ревизор из Петербурга, инкогнито. И еще с секретным предписанием.

Аммос Федорович: Вот те на!

Артемий Филиппович: Вот не было заботы, так подай!

Лука Лукич: Господи боже! еще и с секретным предписанием! [6, с. 112]

М. Кононенко комически обыгрывает факты биографии своих героев, творчески имитирует их индивидуальную манеру поведения, стиль и стереотипы речи. Например, согласно сюжету радиофельетона, Собчак, заходя в один из «тайных кабинетов», произносит: «Я Ксения Собчак, и мне есть что терять». С аналогичной в смысловом отношении фразы «Меня зовут Ксения Собчак, и мне есть что терять. Но я здесь!» К. Собчак начала свое выступление на митинге оппозиции, протестующей против результатов выборов в Государственную думу 4 декабря 2011 г.

С целью создания комического эффекта и для акцентирования внимания слушателей на том, что Собчак далека от политики, автор использует ироничный сюжетный поворот (Собчак выбрасывает в урну свои документы, решив, что предвыборная программа ей не нужна) и элементы преднамеренной фонетической игры: кандидат в президенты забывает фамилию российского экономиста А. Мовчана: «Экономист Морчан... То есть Овчан!» Поводом для языковой фонетической игры стал достоверный факт из биографии К. Собчак: в эфире телепередачи «Собчак живьем» 9 июня 2017 г. ведущая несколько раз неправильно назвала фамилию экономиста.

Персонализация в публицистическом радиовещании проявляется и в речевом поведении журналистов в общении с аудиторией и гостями программ, например с помощью использования контактоустанавливающих действий. К таким действиям относятся: обращение, приветствие, комплимент, прощание. Выбор вариантов речевых действий может демонстрировать авторскую индивидуальность (например, особая манера здороваться или прощаться).

Характерной особенностью ведущей программы «Полный Альбац» на «Эхе Москвы» является ее эфирная манера общения с гостями передач. Е. Альбац обращается к давно знакомым ей экспертам на «ты» и по имени, при этом к своим оппонентам или малознакомым гостям, присутствующим в той же студии, предпочитает обращаться по имени-отчеству.

Особой может быть и форма обращения ведущих программ к радиослушателям. Например, журналист Д. Быков в программе «Один» на радио «Эхо Москвы» регулярно употребляет по отношению к аудитории обращение «дорогие друзья». «Друзьями» называет слушателей и А. Стреляный (программа «Ваши письма» на радиостанции «Радио «Свободная Европа» / Радио «Свобода»). Автор радиоочерков в программе «Азбука путешествий» на «Детском радио» называет слушателей «маленькими путешественниками», «ребятами» — в силу специфики радиостанции (основной аудиторией, на которую рассчитана передача, являются дети и подростки). Другие авторы могут предпочитать избегать прямых обращений к аудитории, ограничиваясь приветственными конструкциями: «Добрый день», «добрый вечер», «здравствуйте» (Е. Альбац, передача «Полный Альбац») или же вовсе не здороваться и не прощаться, что чаще встречается в радиокомментариях, радиофельетонах, чем в дискуссионных передачах (например, А. Орех в передаче «Реплика Ореха»; М. Кононенко в программе «Разговорчики»).

Контактоустанавливающие речевые действия служат для установления и поддержания контакта с аудиторией, создания доверительной обстановки общения, преодоления дистанции, настраивают аудиторию на дальнейший контакт. Для радиовещания начала XXI в. уважительное общение с аудиторией наиболее важно, в связи с высокой популярностью звонков в эфир. Для ситуации телефонного общения характерно отсутствие визуального контакта с партнером по разговору, в связи с этим увеличивается нагрузка на устно-речевые средства взаимодействия собеседников [7, с. 169]. Выбор того или иного способа контактоустановления в телефонном разговоре может иллюстрировать отношение автора к своей аудитории.

Высоким уровнем культуры и этичности отличается манера телефонного общения со слушателями Т. Трубачевой, автора и ведущей вечернего радиоканала «Пулковский меридиан» на «Радио России — Санкт-Петербург». Она всегда здоровается со зво-

нящим в эфир, просит его представиться, а затем обращается к нему по имени или по имени-отчеству (в зависимости от того, как предпочитает себя позиционировать радиослушатель), благодарит за звонок, в ряде случаев использует при обращении к звонящим прилагательные «уважаемый», «дорогой», «родной». Это позволяет говорить о внимательном, равнодушном отношении ведущей программы к слушателям, их проблемам и мнениям, заинтересованности в дальнейших контактах с ними.

Однако в некоторых случаях контактоустанавливающие средства становятся контакторазрывающими, т.е. выполняющими дисфункцию контактоустановления. Ведущие могут пренебрегать не только речевой формулой благодарности слушателю за его звонок, но и такими ритуальными речевыми действиями, как приветствие и прощание, служащими цели проявления уважения к собеседнику и особенно важными именно в ситуации телефонного разговора. Происходит своего рода гиперперсонализация, когда личность ведущего, его известность и узнаваемость словно бы затмевают собой необходимость соблюдения им этикетных формул, звонящие в эфир становятся только материалом для ведения программы, создают иллюзию ее востребованности. Вместе с этим в деловом телефонном общении важное место занимает коммуникативная установка, т.е. способность расположить собеседника к дальнейшим деловым контактам [7, с. 170]. Использование не слишком хронологически затратных этикетных речевых формул приветствия и прощания способно оказать благоприятное воздействие на собеседника, расположить его к ведущему и настроить на дальнейший контакт в следующих передачах.

Средством проявления персонализации может также являться прием речевого манипулирования, состоящий в «наклеивании ярлыков». Этот прием представляет собой использование слов с негативной коннотацией для создания дискредитирующего образа группы, личности или идеи. Как правило, прием «наклеивания ярлыков» представляет собой использование не объективных, но субъективных, оценочных, часто поверхностных, в большинстве случаев крайне отрицательных суждений об объекте высказывания. Ярлыки — это элемент идеологической борьбы [8; 9; 10]. Их опасность заключается, во-первых, в предельной субъективности, во-вторых, в том, что ярлыки, тиражируемые СМИ, становятся привычными для аудитории, входят в ее активный словарный запас.

Ярлыки отражают персональное отношение автора к различным явлениям действительности, в част-

ности к политическим: «И своими галочками, крестиками и ноликами создали вожаделенную явку к *урнам российских выборов*» («Реплика Ореха», 22.02.2018). Журналист А. Орех через отождествление урны для голосования с урной для праха и представление выборов как мертвой политической процедуры передает свое негативное отношение к ним. Выборы для него мертвые, неэффективные.

Персонализация в радиоэфире проявляется и на уровне последовательности предъявления событий, их анализа. Речь идет, во-первых, о том, о каких событиях или проблемах журналист говорит в своей программе в первую очередь, какие события он вычленяет из общей картины дня или недели при подготовке своих программ, а какие темы игнорирует, а во-вторых, о персональном анализе этих событий, выстраивании публицистом логических связей между явлениями.

Таким образом, персонализация как особый способ сущностного отражения событий и построения определенной картины мира через личность играет особую роль в публицистическом радиоэфире в период 2000–2018 гг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ключев Ю. В. Политический массмедиадискурс в России: феномен и концепции (2000-е годы): автореф. дис. ... д-ра. полит. наук / Ю. В. Ключев. — СПб., 2017.
2. Юрков А. А. Заметки о публицистике: книга для начинающего журналиста / А. А. Юрков. — СПб.: Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики, 2011.
3. Шипова Е. В. Персонализация информации на российском телевидении: профессионально-этический аспект: дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Шипова. — СПб., 2006.
4. Васильева Т. В. Курс радиотелевизионной журналистики / Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Г. Н. Петров. — СПб.: Специальная литература, 2004.
5. Халина Е. В. Особенности активной интеракции на современном разговорном радио / Е. В. Халина // Журналистский ежегодник. — 2013. — № 2. — Ч. 2. — С. 18–19.
6. Гоголь Н. В. Женитьба. Ревизор: пьесы / Н. В. Гоголь. — М.: АСТ: Астрель; Владимир: ВКТ, 2010. — С. 112.
7. Русский язык и культура речи / под ред. проф. В. И. Максимова. — М.: Гардарики, 2001.
8. Копнина Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. — М.: ФЛИНТА, 2007.
9. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. — М.: Наука, 2003.
10. Стриженко А. А. Язык и идеологическая борьба / А. А. Стриженко. — Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1988.

Санкт-Петербургский государственный университет
Зубко Д. В., аспирант
E-mail: prostdasha@yandex.ru

Saint Petersburg State University
Zubko D. V., Postgraduate Student
E-mail: prostdasha@yandex.ru