

ДІАЛОГІЧНА ПРИРОДА РАДІОМОВЛЕННЯ

У статті розглянуто діалогічність як природну властивість радіомовлення, а також діалог як форму подання інформації. Автор досліджує специфіку діалогу залежно від форм радіомовлення, жанрових і тематичних особливостей програм.

Ключові слова: діалогічність, усне мовлення, монологічний діалог, спілкування.

Мова, комунікативна форма повідомлення, спосіб подання інформації визначили особливості кожного з засобів масової інформації та їх місце в житті людини. ЗМІ використовують найбільш дієві канали сприйняття – зір і слух. Виникнення аудіовізуальних засобів – радіомовлення, а пізніше – телебачення – дало можливість слухачам і глядачам більш природно і повно сприймати те, що відбувається навколо. Як відомо, радіомовлення здійснюється виключно засобами звуку. Акустичність складає саму серцевину його специфіки: тут закладені великі можливості, звідси витікають і деякі обмеження цього засобу масової інформації [3, 37]. Радіо, зважаючи на свою природу, розраховане на аудіювання, тобто на одночасне слухання й розуміння інформації, тому звук – головний засіб впливу на слухача. Цей факт важко заперечити, оскільки з появою та розвитком телебачення, яке також володіє звуком у поєднанні із зображенням, радіомовлення не втратило своєї актуальності.

На радіо користуються лише усним мовленням, на відміну від телебачення, де сказане доповнюють відеорядом. Радіо виконує непросте завдання: за допомогою усного мовлення доносить до аудиторії корисну інформацію, емоційно впливає на слухача, робить невидиме видимим. У цьому процесі стають у пригоді властивості усного мовлення й виражальні засоби радіо (природні й технічні).

Зупинимось на особливостях радійного мовлення, його діалогічній природі. Цьому питанню приділяли увагу чимало іноземних і українських учених. Феномен звукового мовлення та його акустичну природу, культуру мови досліджує О. Сербенська, особливості діалогу в радіодрамі розглядає автор п'єс і вчений І. Хоменко, специфіку усного слова залежно від жанрових характеристик вивчають журналістикознавці В. Смірнов, В. Лизанчук. Але в більшості випадків усне мовлення, характерне для радіо, розглядається в широкому контексті, у розділах про специфіку радіомовлення, його виражальні засоби, характеристики діалогічних радіожанрів.

Поза увагою вчених залишаються питання, пов'язані зі специфікою усного мовлення радіо залежно від його форм, прямого ефіру чи записаних матеріалів, тематичних особливостей програм. Діалогічність радіо зазвичай розглядають як тотожне поняттю акустичності, у контексті бесіди на відстані журналіста і слухача. Ми ж ставимо за мету дослідити діалог не тільки із загальною позиції природної характеристики радіо, а й з погляду виражального елемента, який має різне смислове навантаження залежно від характеру мовлення.

Радіомовлення – своєрідний вид звукової діяльності, який відрізняється навіть від розмовного мовлення, хоча інколи його може включати. Письмо є вторинним, додатковим щодо усної мови і виникло як спосіб її фіксації. Основою спілкування є усне мовлення [7, 349].

Діалогічність мови – специфічна риса, яка виділяє радійне мовлення серед інших видів вербального спілкування. Тому вона передбачає наявність співрозмовника, яким виступає окремий радіослухач. Така властивість створює ілюзію, що він є єдиною людиною, до якої звертається ведучий радіоефіру чи програми. Саме в цьому полягають величезні можливості впливу на аудиторію. Недаремно радіо влучно називають «суспільним діалогом», воно веде розмову з кожним окремо і з мільйонами одночасно [5, 73]. Така ілюзія дає змогу зацікавити слухача, переконати його в правильності своїх висловлювань. У зв'язку із цим навіть монологічна мова повинна набувати ознак діалогу. Яскравим прикладом такої діалогізації може стати програма Романа Шведа «У Романа нині гарні гостини», що виходить в ефірі Національного радіо. Це музично-інформаційна програма, де автор знайомить слухачів з різними музичними напрямками, акцентує увагу на гострих питаннях. Роман Швед викладає

матеріал у вигляді монологу, частини якого чергуються з музичними композиціями. Текст програми наповнений різноманітними зверненнями до слухачів, питальними, наказовими реченнями. Складається враження, що ведучий спілкується зі слухачами в аудиторії:

«Я хотів поділитися з вами, що то є діаспора... Не знаю, як вам сказати, щоб ви зрозуміли».

«Щоб вас до цього трохи підготувати, пропоную пісню січових стрільців. Ось послухайте».

«Ну, сподобалось? Якщо ти хоча б трохи українець, я знаю, що вона (пісня) торкає за серце».

«Українці боролися проти окупантів, а їх було дуже багато, самі знаєте».

У кожному з наведених прикладів наявна апеляція до слухача, при чому людина, яка знаходиться біля приймача, сприймається як повноцінний співрозмовник. Замість речень із прямими звертаннями автор використовує безособові та означено-особові конструкції із займенниками «ти», «ви», що сприяє більш розкутій і невимушеній атмосфері. У результаті кожен зі слухачів відчуває себе єдиним учасником діалогу з Романом Шведом. Щоб досягти такого рівня майстерності, журналіст має не лише володіти темою, а й знаннями основ усного мовлення. Саме усного, а не розмовного. Відмінність між цими поняттями полягає в тому, що розмовною мовою користуються при особистісному спілкуванні, коли точність висловлювання є не обов'язковою. При цьому широко застосовують відповідну розмовну лексику. До того ж безпосереднє спілкування дає змогу використовувати міміку й жести. Усне ж мовлення на радіо має бути зрозумілим усім, хто в цей момент знаходиться біля приймача, тому використання специфічних, діалектних, сленгових слів неприпустиме. Натомість в арсеналі радіоведучих важливий інструмент впливу на аудиторію – інтонація та невербальні засоби: мелодика, темп, ритм, пауза, логічний і фразовий наголос тощо.

За формою звучання в ефірі діалогічні жанри радіомовлення виділяють в окрему категорію, до якої відносять радіобесіду, радіоінтерв'ю та радіодискусію. Якщо два останні жанри передбачають форму живого діалогу двох чи кількох осіб, то радіобесіда характеризується монологічним діалогом, зверненням виключно до аудиторії. При цьому активний слухач виступає безпосереднім учасником комунікативного

процесу. Він разом із ведучим обговорює запропоновану тему, підтримує розмову, спілкується. У радіобесіді, на відміну від інших публіцистичних жанрів, з-поміж виражальних засобів використовують лише слово. І від того, наскільки воно емоційне, влучне, інтонаційно обігране, залежатиме успіх діалогу зі слухачами.

Зрозуміло, що усне мовлення на радіо більш емоційно забарвлене, експресивне, ніж розмовне, адже покликане вплинути на слухача, сприяти розвитку уяви. Особливою емоційністю відрізняється радіотеатр і дитячі програми.

Про відмінність між книжною, розмовною й усною мовою говорить дослідник і автор сучасної радіодрами І. Хоменко. «Спробуйте прочитати вголос будь-який фрагмент художньої прози, і ви відчуєте, як бракує вам вигуків, часток, обірваних речень, лексичних та семантичних повторів. Усього того, що надає усній мові смак і забарвлення, дозволяє «погратися» з інтонацією» [10, 35]. Тому діалог для радіоп'єси відрізняється від бесіди, яка властива, наприклад, для прямого ефіру. Так, І. Хоменко виділяє такі вимоги до діалогу для радіодрами:

- стислість і максимальна наближеність до природної людської розмови;
- наявність, крім вербального спілкування, відомостей про героїв, характеристик їхніх вчинків, опис обставин;
- повторення час від часу думок, ключових для розуміння вистави.

Ці вимоги зумовлені акустичною природою радіо. При цьому велика роль відводиться уяві слухачів. Текст дає основу, достатню для розуміння змісту та його емоційного забарвлення. Решту характеристик слухач відтворює самостійно. Слід зауважити, що текст драматургічних творів найповніше використовує розмовне мовлення, оскільки, як і твір художньої літератури, покликаний передати характер кожного з учасників діалогу, відтворити живе побутове спілкування.

Радіомініатюра І. Хоменка і В. Фоменка «Антонієві печери», що звучала в ефірі Національного радіо, побудована на діалозі двох осіб: місцевого жителя Чернігова і гостя – інженера-акустика. Вони розглядають пам'ятку старовини домонгольського періоду – Антонієві печери. На місце події слухачів переносять шуми – звуки, що імітують кроки в печері. З початку діалогу ясно, що мешканець Чернігова захоплений цим таємничим місцем. Він говорить практично пошепки,

а тому зрозуміло: мовець вірить у магічність печери, у привида, якого нібито тут бачила молодь. Саме зі слів мовця слухачі дізнаються всю історію об'єкта, де колись був монастир. Одна коротенька репліка характеризує й іншого учасника діалогу: він не вірить у цю розповідь, про що говорять гучність його голосу та іронічне ставлення:

Гість: Світло червоне, як на підводному човні.

Мешканець Чернігова: А це ліхтарі такі, спеціальні.

Або:

Мешканець Чернігова: Молоді люди заблукали і вночі бачили, після дванадцятої... (про привид – чорного ченця)

Гість: М-м, дванадцятої чарки? (Сміх)

Мешканець Чернігова: Години.

Гість: О-о, які жахи! Слухай, облиш ти це.

Наведений діалог побудований на контрасті думок, що виражається не стільки в словах, скільки в інтонації. Репліки гостя дуже короткі, але завдяки невербальним засобам слухач може охарактеризувати учасника розмови, дати йому свою оцінку. У цьому й полягає специфіка радіодіалогу, де репліки виконують і зорову функцію, тільки в уяві слухачів.

Згадані вище ознаки діалогу характерні і для дитячого радіотеатру, і для дитячих програм загалом. Відмінності зумовлені особливостями сприйняття інформації дитиною. Перш за все, радіомовлення стає одним з інструментів освіти й виховання, заснованим на вільному спілкуванні, використанні діалогу як найбільш дієвого засобу встановлення контакту з аудиторією [9]. Учасники дитячих програм завжди звертаються до малечі, вбачаючи в них рівноправного співрозмовника, активного учасника комунікації. При цьому важливо передбачати реакції дитини, її бажання, можливі запитання. Більше того, схему мовлення необхідно будувати так само, як під час живої бесіди. Будь-яка казка на радіо, починається словами: «Добрий вечір, любі малята». Ця проста, на перший погляд, фраза одразу переносить маленького слухача в дивовижний світ казки. М'яка, лагідна, доброзичлива інтонація мовця, що найчастіше супроводжується відповідними казковими звуками, сприяє позитивному налаштуванню дитини. Казка, хоча й являє собою монолог ведучого, проте сприймається діалогічно. Тут, на відміну від програм для дорослих, використовуються прямі звертання до дітей, вказівні й питальні речення постійно апелюють до уваги малих слухачів, чим утримують їх біля

приймачів як учасників казкової розповіді. Діалог, на якому побудована казка, більш емоційно забарвлений, інтонаційно гіперболізований.

Крім вищезгаданих мовних засобів діалогізації, вчені називають ще один – структурний. Він пов'язаний з особливостями побудови та змісту інформації. Це «чергування комунікативних блоків двох основних типів, а саме: тих, у яких розгортається змістова інформація (повідомлення, що описують, розповідають, аргументують, аналізують), і ті, які слугують цілям ствердження чи заперечення можливих або реально існуючих суперечок, протилежних поглядів, контраргументів (вони мають полемічний, переконливий, впливовий характер)» [6, 20]. Такі прийоми останнім часом стають дедалі популярнішими, оскільки в електронних ЗМІ з'являються нові програми, побудовані на діалогах і полілогах. Це ток-шоу, дебати й політичні шоу на телебаченні, інтерактивні ігри й живе спілкування в прямому ефірі на радіо. Такий прийом зі зміною комунікативних блоків є доцільним, якщо програма побудована на розмові кількох осіб і дискусія або інтерв'ю проходять безпосередньо в студії. Для прикладу наведемо уривок із програми Національного радіо «Футболomanія». У студії знаходиться двоє гостей: заступник начальника організаційного відділу Федерації футболу України Анатолій Горбань і голова Київської обласної федерації Анатолій Янголь. Ведучий – Олександр Тютюн. Програма присвячена обговоренню проблем і перспектив розвитку шкільного футболу в нашій країні. Формат програми передбачає телефонні дзвінки слухачів і їхню участь у розмові.

***Слухач:** Зараз у ЗМІ летить потік повідомлень про смертельні випадки школярів на уроках фізкультури. Що про це каже Міністерство сім'ї та молоді? Як же будемо готувати футболістів у школі, коли кроси бігати не можна? Що кажуть лікарі? Дякую.*

***Тютюн:** Дуже слушне запитання, бо, дійсно, останнім часом гинуть наші діти. І сьогодні цю проблему я і мої колеги бачать не в тому, грати у футбол чи не грати, бігати кроси чи не бігати. Вона набагато ширша: починаючи від відпочинку і харчування дитини, яке медичне обслуговування мають школярі. У кожен школу треба вводити посаду лікаря, закуповувати апаратуру, щоб можна було діагностувати учнів. Але ви згадайте себе, я розумію ви людина вже у поважному віці. Ми тоді не проходили ніяких комісій, бігали з ранку до вечора у футбол. Так, сьогодні можна заперечити, бо яка*

зараз екологія? А те, що забороняти, ну, ми заборонаю не вирішимо питання, адже мова йде про здоров'я майбутнього покоління.

Янголь: Я хочу зазначити, що федерацію дуже збентежило повідомлення про смерть школярів на уроках фізичної культури. І як наслідок були рекомендації Кабінету Міністрів щодо заборони кросів. І президент федерації зауважив, що, напевно, змінювати треба саме підходи до оцінювання учнів. Не йдеться про те, що ми готуємо у школах спортсменів, мова про фізичну культуру тіла.

Журналіст: Я ще хочу від себе додати, що не лише екологія впливає на це, а й інформація. Раніше, можливо, і були такі випадки, але інформація про них була відсутня. Зараз при таких випадках з'являється лава репортажів, ЗМІ виносять на перші шпальти і, таким чином, привертають увагу громадськості. Над цим також треба поміркувати.

З наведеного прикладу зрозуміло, що для діалогу в радіодискусії характерна полемічність думок. Аналізуючи специфіку жанру, В. Смірнов вказує, що «точки зору, як правило, виражають погляди певної частини суспільства, акумулюють поширені ідеї, переконання, тому дискусія відомих людей стає умовною дискусією серед слухачів» [8, 169]. Тому часто до розмови в студії шляхом телефонних дзвінків долучаються слухачі. Вони розвивають тему бесіди, пропонують нові аспекти для обговорення. У наведеному вище уривку питання слухача стало чи не найбільш гострим і актуальним, воно відображає зацікавленість багатьох українців. Крім того, такі дзвінки володіють значними можливостями для привернення уваги, вони активізують громадську думку, перетворюють пасивних слухачів на активних учасників дискусії. Цей жанр вимагає від ведучого значних зусиль, адже на нього покладена функція корегування розмови, щоб вона відповідала заданій темі й не відхилилася в інше русло. До того ж журналіст висловлює свою думку стосовно обговорюваної проблеми і стає активним учасником розмови.

Особливості жанру передбачають певні стилістичні й мовні характеристики діалогу. Оскільки кожен з його учасників висловлює свою думку, бесіда насичена вставними словосполученнями, що виражають суб'єктивність: «на мою думку», «напевно», «може». Діалог у радіодискусії покликаний окреслити головні проблемні питання, тому характеризується наявністю риторичних запитань. Вони не потребують відповіді, але досить

гостро вказують на проблему. Олександр Тютюн запитує: «А яка зараз екологія?». Він не чекає відповіді, а акцентує увагу учасників на тому, що однією з проблем слабого здоров'я дітей стало забруднене навколишнє середовище. Дискусія відбувається в процесі живого спілкування, що передається відповідними реченнями: «Я хочу зазначити», «Від себе хочу додати». На відміну від діалогу в радіодрамі чи дитячих програмах, репліки в дискусії більш об'ємні, насичені складними й ускладненими реченнями, серед виражальних засобів використовується переважно слово.

Ще однією сферою використання діалогу в радіомовленні є реклама. Ю. Бернадська називає його основні переваги в рекламних повідомленнях на радіо. По-перше, діалог у ситуації використання товару показує споживача в реальних умовах; по-друге, таке подання матеріалу дає змогу більш доступно та правдиво розвинути аргументацію, і, нарешті, у діалогованій рекламі можуть бути використані прямі й побічні аргументи на користь товару [1, 86]. Додамо ще переваги, пов'язані з особливостями сприйняття, оскільки діалог завдяки своїй природі краще усвідомлюється, звертає увагу слухачів, запам'ятовується. Крім того, діалоговане мовлення забезпечує створення більш яскравого й повного звукового образу, що також впливає на ефективність рекламного повідомлення. Звичайно, щоб діалог привернув увагу аудиторії, мовлення його учасників має бути природним, живим. Воно повинно утримувати слухача, оскільки співрозмовники протягом радіоспоти обговорюють один товар чи послугу. Тому діалог у рекламі нерідко супроводжується яскравим музичним оформленням, шумовими ефектами та іншими виражальними засобами.

Не треба забувати, що в результаті монтажу програм, що йдуть у запису, усі компоненти логічно вибудовуються в один ланцюг, на який ніби нанизуються всі необхідні елементи: вербальні блоки, музична підложка, шумові ефекти, технічні прийоми. У ведучого таких програм є час, щоб відібрати кращі з них для впливу на слухача. Ведучий же прямого ефіру перебуває в умовах живого спілкування, яке може вийти за межі запланованого руслу. Тому головним засобом впливу на слухачів виступає слово. Діалог у прямому ефірі відіграє не менш важливу роль. Маємо на увазі інтерактивне спілкування ведучого з тими, хто знаходиться біля приймачів. У цьому разі провідна роль належить ведучому, бо він спочатку має зацікавити аудиторію, щоб хоча б її частина стала активними слухачами, а потім докласти зусиль, щоб задовольнити їхні потреби:

в інформації, у спілкуванні, у висловленні свого «Я» тощо. В. Миронченко зазначає, що «мало уявити свого слухача. Треба ще й уміти налагодити з ним контакт і підтримувати спілкування у процесі мовлення. Радіожурналіст може гарно писати, але він не стане гарним ведучим, якщо він не володіє даром спілкування» [4, 376]. Нерідко спілкування ведучого та слухача в ефірі FM-радіостанцій обмежується знайомством, передачею вітання чи привіту й назвою музичного замовлення. Такий короткий діалог не цікавий ні самій людині, якій вдалося потрапити в ефір, ні іншим слухачам, що знаходяться біля приймачів. Проте це не значить, що розмова має тривати 5 хвилин. Щоб бесіду сприйняли позитивно, вона має бути лаконічною, але динамічною. Ведучий повинен побудувати діалог таким чином, щоб слухач висловив не лише свою думку, а й зробив це емоційно. Практики радіомовлення стверджують: щоб досягти поставленої мети, необхідно налагодити контакт зі слухачем ще до виходу в ефір, у телефонній бесіді налаштувати його на необхідний лад.

Останнім часом на FM-радіостанціях прями ефіри побудовані на діалозі двох ведучих. Такий формат завжди сприймають позитивно, динамічно, але вимагає від журналістів значного досвіду міжособистісного спілкування. Нерідко до діалогів вдаються й ведучі новин. На радіо «Люкс FM» інформаційні випуски починаються або завершуються розмовою ведучих новин і прямого ефіру. Ці діалоги покликані урізноманітнити музичний ефір, зробити його більш легким і невимушеним, тому зазвичай таке спілкування відповідає характеристикам розмовного мовлення з використанням відповідної лексики, сміху та інтонації.

Практики радіомовлення наголошують, що в прямому ефірі важливо не лише апелювати прямим зверненням до слухачів, а й підтримувати ситуацію діалогу, обов'язкову як для передачі в запису, так і для прямого ефіру [2]. Йдеться не про формальні властивості діалогу, а про розмову, яка сприйматиметься як спілкування двох осіб. У разі успішного втілення цієї ідеї радіомовлення перетворюється на радіоспілкування, учасниками якого є ведучий і слухач.

Отже, щодо діалогізації радіомовлення, то наголошуємо на прагненні до міжособистісного спілкування ведучих і слухачів. При цьому не має значення, де знаходиться співрозмовник – у студії чи біля приймача, розмова має бути побудована на рівних партнерських відносинах. Діалог – один із засобів такого спілкування. Його побудова залежить від жанру

програми, її тематичної спрямованості та цілей, поставлених перед журналістом.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Бернадская Ю.* Звук в рекламе / Ю. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 135 с.
2. *Гаспарян В.* Работа радиожурналиста (технология творчества) : учеб. пособ. [Электронный ресурс] / В. Гаспарян. – М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. – 37 с. – Режим доступа: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru>.
3. *Любосветов Д.* Акустическая природа радиовещания / Д. Любосветов // Вестник Московского университета. Сер. 10 : Журналистика. – 1997. – № 3. – С. 37–47.
4. *Миرونченко В.* Основы радиомовлення: підручник / В. Миرونченко. – К.: ІЗМН, 1996. – 440 с.
5. Основы радиожурналистики. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 264 с.
6. *Светана-Толстая С.* Проблемы новой русской риторики / С. Светана-Толстая // Журналистика и культура русской речи. – 2005. – № 1. – С. 14–21.
7. *Сербенська О.* Феномен звукового мовлення / О. Сербенська // Телевізійна й радіожурналистика: зб. наук.-метод. праць. – Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2000. – Вип. 3. – С. 349–358.
8. *Смирнов В.* Жанры радиожурналистики : учеб. пособ. / В. Смирнов. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 288 с.
9. *Терещенко Е.* Диалог в детском радиовещании / Е. Терещенко // Диалог в образовании: сб. материалов конференции. Сер: Simposium. [Электронный ресурс]. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – Вып. 22. – 350 с. – Режим доступа: <http://anthropology.ru>.
10. *Хоменко І.* Оригінальна радіодрама : навч. посіб. / І. Хоменко; за ред. В. Миронченка. – К.: Вид-во Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2002. – 320 с.

Yulia Lubchenko

DIALOGICAL NATURE OF BROADCASTING

In the article the author reviews dialogic speech as a natural feature of broadcasting, and also dialogue as a form of information presentation. The author investigates specificity of a dialogue depending on broadcasting forms, programs' genre and theme peculiarities.

Key words: dialogic speech, oral speech, monological dialogue, communication.