

Речевой этикет на радио

Одним из наиболее существенных признаков современного развитого общества является наличие широко функционирующих средств массовой информации (прессы, радио, кино, телевидения).

Специалистов-филологов, равно как методистов и учителей, давно интересуют проблемы, связанные с воздействием языка средств массовой информации на речевую культуру, в частности на речевую культуру школьников, у которых культура речи, как и культура общения, только еще формируется.

Известно, что средства массовой информации оказывают значительное влияние на литературную норму. С одной стороны, это влияние благотворно, так как нормированная в целом литературная речь радио и телевидения дает образцы словоупотребления и произношения. С другой стороны, речь средств массовой информации отличается определенной стандартностью. В нашей статье мы обратимся к средствам речевого этикета на радио, так как именно радио, охватывая многомиллионную аудиторию, является наиболее доступным средством получения информации.

В задачу статьи не входит освещение исторического аспекта темы, который пока недостаточно разработан. «Больше внимания требует обучение не только контактному, но и дистантному (бесконтактному или полуконтактному) общению, связанному со средствами массовой коммуникации (радио, телевидение, кино). Специфика этого обучения до сих пор не изучена, хотя аудиовизуальный способ получения информации стал привычным. Представляется, что именно с этим способом общения связаны неиспользованные резервы совершенствования умений речевого общения и воспитания молодежи средствами изучаемого предмета (русского языка)». Но это тема другой статьи.

Материалом для наблюдений послужили передачи радиостанций «Смена» и «Юность», популярные у молодежи и потому наиболее показательные в отношении аудиовосприятия.

Речевой этикет (РЭ) — один из важных элементов культуры, неотъемлемая часть общей системы этикетного поведения человека. По определению Н. И. Формановской, речевой этикет — это «микросистема национально-специфичных вербальных единиц, принятых и предписываемых обществом для установления контакта собеседников, поддержания общения и желательной тональности соответственно правилам речевого поведения, иначе говоря, единиц, при помощи которых осуществляется обращение и привлечение внимания, приветствие, прощание, знакомство, извинение, благодарность, поздравление, пожелание, просьба, приглашение, сочувствие, соболезнование, комплименты и т. д.» Заметим, что культура речи как наука рассматривает речевой этикет более широко. К нему относятся не только

устойчивые формулы общения, но и другие высказывания, реплики, включающие выражение отношения к собеседнику, а также интонацию и паралингвистические средства, используемые в тех же целях. Кроме того, в рамках речевого этикета актуально рассмотрение не только норм, обеспечивающих «поддержание желательной тональности», но и случаев нарушения этих норм, а также причин этих нарушений («антиэтикета»). Внутри системы средств речевого этикета наблюдается функционально-стилистическое расслоение синонимов. Н. И. Формановская отмечает, что РЭ «минимально проявляется в научном, более в публицистическом, еще более в официально-деловом функциональных стилях и максимально проявляется в таких функциональных разновидностях, как разговорная художественная речь, при этом в разговорной речи именно проявляется, а в художественном тексте отражается».

Речевые формулы этикета образуют особую группу устойчивых формул общения, которые не возникают заново в каждом акте речи, а воспроизводятся как единицы, хранящиеся в нашем языковом сознании в виде своеобразного фонда готовых типизированных фраз. Знаки речевого этикета нельзя считать произвольными, нельзя менять по своему желанию: они традиционны, имеют свою этимологию, связаны с другими этикетными знаками (вербальными и невербальными) и обладают определенной условностью. Именно последним объясняется возможность многовариантных способов передачи одного содержания.

Этикетная информация проявляется в речи на всем протяжении сообщения, но особую важность она имеет вначале, когда устанавливается психологический контакт с собеседником. Верно выбранная ведущим тональность общения «обеспечивает всем эмоциональный комфорт, помогает наладить общение необходимого... типа». Выбор наиболее уместных речевых этикетных знаков здесь будет определяться социальным статусом и социальной ролью говорящего и его партнера (партнеров), применением соответствующего официальному или неофициальному общению регистра языковых единиц, личностными отношениями коммуникантов и многими другими факторами.

Следует заметить, что этикетная информация необходима и в последующем общении, при поддержании установленного ранее психологического контакта. Однако человеческое общение не сводится только к этому.

Этикетные ситуации составляют лишь некоторую часть общения.

Неэтикетное общение не менее важно.

Итак, рассмотрим использование средств речевого этикета в ситуациях начала и процесса общения со слушателями и окончания передачи.

1. Обращение, привлечение внимания.

В речевой практике обыденного общения не существует так называемого «кодекса» обращений, который бы строго дифференцировал соотношение той или иной формулы обращения с определенным адресатом. Нет строгих правил расположения обращения в тексте.

Специфика радиопрограмм, независимо от жанра, предусматривает более строгие рамки в определении реестра обращений. Ни в дикторской речи, ни в диалогах и полилогах радиопередач мы не встретим, например, столь характерных для повседневной разговорной речи обращений к незнакомому адресату (*Товарищ!*; *Гражданин!*; *Гражданка!*; *Молодой человек!*; *Девушка!*), просторечных обращений (*Браток!*; *Сестричка!*), фамильярно-грубоватых форм типа *Наташка*, форм обращений по отчеству (*Петровна*, *Семеныч*). Радио ориентировано на многомиллионную аудиторию, не ограниченную социально и демографически. Поэтому при опосредованном воздействии говорящего на слушающих возникают коллективные формы обращений. Самыми распространенными являются формулы типа *Уважаемые товарищи!* или *Дорогие радиослушатели!*, *Дорогие друзья!*, *Дорогие ребята!* (нейтральные в стилистическом отношении). Обращение к известному адресату (из числа радиослушателей) обычно включает слово *уважаемая(ый)* и имя (полное или сокращенное) или имя и отчество. Значительно большее количество вариантов отмечается в ситуации обращения к знакомому адресату (из числа участников передачи). В этом случае коммуниканты используют весь набор средств передачи информации: естественный язык (в том числе речевые формулы), паралингвистические средства общения, т. е. элементы поведения, которые сопровождают вербальное общение: громкость голоса, темп, речи, паузы и т. д. Но ведущим фактором радиоречи остается слово, ибо только оно является единственным способом выражения других показателей в речи и вне ее (по слову можно судить и о жесте говорящего). Итак, наиболее частотными необходимо признать такие формулы обращения ведущего: по имени и отчеству (*Аркадий Александрович*, *Сергей Борисович*), по имени (*Николай*, *Алена*, *Таня*). Полные и сокращенные формы имени отражают, как правило, тот факт, что гость программы молод, ровесник ведущего или хорошо знакомый ему человек, с которым можно общаться «на равных».

В «живом эфире» (особенно в передачах радиостанции «Смена») при непринужденном характере общения подростки, задавая друг другу те или иные вопросы, пользуются усеченными формами имени: *Лен*, *Слав*... Тем самым выражается некоторая доверительная разговорная непосредственность, которая максимально приближает их речь на радио к уровню повседневного общения.

В тексте радиопередачи может быть не одно обращение, а несколько. Этим достигается привлечение внимания слушателей к наиболее важным моментам речи, чаще всего при выражении просьбы, пожеланий, предложений, при вопросе. Так, на протяжении одного из выпусков программы «Вертикаль» (от 14 марта 1991 г.) ведущий задавал своему собеседнику, политическому деятелю, ряд вопросов, неоднократно благодарил его, обращался с просьбами. При этом в большинстве случаев каждое речевое действие журналиста предполагало обязательное наличие соответствующей формы обращения: *Сергей Борисович... первый вопрос к*

Вам будет такой...; Сергей Борисович, а вот если бы Вам в то время сказали...; Спасибо, Сергей Борисович; Сергей Борисович, а что Вы имеете в виду под словом «молодой»?

Как видно из приведенных примеров, ведущий программы использовал однотипные обращения, которые и определили социально-ролевые отношения между говорящим и его партнером (отношения официальные, деловые, не допускающие и тени фамильярности).

В этой же программе журналисту приходилось обращаться и к двум другим своим собеседникам. Одному из них, писателю, в течение передачи со стороны ведущего было задано также несколько вопросов, неоднократно выражались просьбы и т. д. Формулы обращения были аналогичны отмеченным выше, т. е. «имя, отчество+соответствующий вопрос»; «нейтральная форма благодарности (*спасибо*)+имя, отчество». В определенный момент беседы журналист в мягкой, тактичной форме выразил свое несогласие с некоторыми высказываниями гостя, а в дальнейшем (в завершение диалога) разделил мнение своего собеседника. При этом обращения как важный речевыкетный знак отсутствовали в речи ведущего:

Писатель: Я уверен, полагаю, что Вы [обращение к радиослушательнице, позвонившей в студию.— *И. М.*] этот роман в ближайшем будущем достанете...

Так что, я думаю, все же-лающие сумеют его достать. А что касается коммерческих цен, то, как я понимаю, в обозримом будущем уже просто других цен не будет.

Ж у р н а л и с т: Ну я не совсем согласен насчет коммерческих цен. Наверно, еще будут договорные. .

П.: Ну, я думаю, договорные — это все-таки коммерческие при всем камуфляже, так сказать, этого наименования...

Ж.: Но я все-таки надеюсь, что наши слушатели... предпочтут хорошую толстую книгу...

(Далее идет сбивчивый полилог: в разговор включаются другие участники программы.)

П.: ...и это возможно лишь при добром и правильном знании недавней истории.

Ж. (после непродолжительной паузы): Ну, пожалуй, да.

Как видно, само содержание контекста в данном случае достаточно четко выделяет участников диалога, и потому формула обращения оказывается необязательной. Приведенный текст свидетельствует о том, что журналист действовал как равноправный участник общения, стремился оптимально разрешить возникшую проблему, не стараясь навязывать собственного мнения и в то же время высказывая свою точку зрения.

Необходимо отметить и другое. Отличительной чертой такого типа радиобесед является практическое отсутствие формул обращения к ведущему со стороны приглашенных для участия в программе. Связь между участниками радиобеседы здесь имеет некоторую однонаправленность: ведущий программы - приглашенный для выступления. За счет этого усиливается информационная сторона общения.

Характер коммуникативных связей с третьим собеседником, коллегой ведущего, свидетельствует о переключении тональности общения. Изменяется темп речи: она становится более динамичной, «раскованной», а манера общения — непринужденной, дружеской. Выбор наиболее уместного стереотипа опирается в данном случае на равный социальный статус собеседников (оба журналисты) и на их личностные отношения (они хорошо знакомы; кроме того, приглашенный журналист — частый гость программы «Вертикаль»).

Мы не находим в такой радиоречи формул обращений по имени и отчеству, как это было в речевых контактах предыдущих участников этой передачи. Участники беседы обращаются друг к другу на *ты*.

Ситуации, в которых средством привлечения внимания собеседников служат различные виды обращений, нельзя рассматривать в отрыве от тех, когда нет необходимости непосредственно называть адресата. При контактном общении на радио адресат определен с самого начала, поэтому нарочитое использование обращений к одному лицу будет отвлекать слушателя и затруднять процесс восприятия необходимой информации. При дистантном общении, когда адресат неизвестен, но обязательно «мыслится», сигналами привлечения внимания служат типизированные фразы: *Послушайте (нашу информацию, наш репортаж и т. д.)* или *Послушайте, пожалуйста, эту беседу*. Характеризуя указанные фразы с точки зрения структуры, нельзя не отметить столь традиционные для аудиовосприятия глагольные формы повелительного наклонения во множественном числе. Различие между ними заключается лишь в использовании или неиспользовании слова *пожалуйста*, т. е. напрашивается вывод о наличии одновариантного способа привлечения внимания к какому-то факту, сообщению и т. д.

Мы намеренно подробно остановились на характере использования различных форм обращений в радиоречи, считая их наиболее важным, определяющим средством речевого этикета.

2. Приветствие.

Речевые формулы обращения довольно часто употребляются вместе с приветствием, которое также представляет собой один из важных знаков РЭ. Приветствие можно рассматривать как первое связующее звено между говорящим и слушающим. С его помощью устанавливается контакт, определяются личностные отношения между людьми. Поэтому ведущим радиопрограмм необходимо владеть различными формулами приветствия. Приветствие на радио является одним из средств создания атмосферы доброжелательности между ведущим радиопередачи и слушателями. Назовем традиционные формулы приветствия, звучащие в различных радиопрограммах, независимо от жанра: *Здравствуйте!; Здравствуйте, дорогие друзья!; Добрый день (вечер)!; Добрый день (вечер), дорогие радиослушатели!..* Все эти формулы стилистически нейтральны. Многие из них включают и обращение.

Для передачи радиостанции «Смена» характерны стилистически сниженные приветствия, свойственные непринужденному, дружескому общению

подростков-ровесников; *Привет!*; *Прежде всего хочется сказать «привет» нашим слушателям...* Иногда в молодежных радиопрограммах встречаются и не совсем привычные здесь стилистически повышенные формулы типа *Рад вас приветствовать в прямом эфире* (ведущий программы - радиослушатели); *Вместе со мной вас приветствуют...* (ведущий, все участники программы - радиослушатели). Такие формулы приветствия благоприятно влияют на расширение возможностей в использовании средств РЭ: традиционное *привет* настолько «закрепилось» в сознании молодого человека, что ведет к обеднению и упрощению его речи.

Формулы приветствия, используемые в радиопередачах, существенно отличаются от обиходных формул. В радиопередаче, как правило, отсутствуют такие выражения, как: *Как живете?*; *Как дела?*; *Что нового?*; *Как жена (дети...)?*; *Ну что у вас?*; *Как ваше самочувствие?*

В условиях дистантного общения этот круг вопросов, обычный при личном общении, оказывается неоправданным: ведь общение по радио не предусматривает ответных реплик радиослушателей. Да и при общении ведущего с участниками передачи подобные вопросы должны остаться «за кадром» для радиослушателей. Сама этика радиообщения не позволяет звучать в эфире такого рода фразам, подчас ставящим в неловкое положение приглашенных в студию собеседников.

Коротко остановимся еще на одной характеристике радиоречи — ее звуковой окраске, имеющей непосредственное отношение к приветствию (орфоэпической характеристике в этой статье мы не касаемся).

В радиоречи интонация должна стать осознанным средством воздействия на слушателей, так как в восприятии радиослушателя содержание передачи неизбежно преломляется через «призму» звучания, а тем самым — через образ ведущего. «По характеру речевого звучания... мы судим о темпераменте говорящего, о его... мироощущении, о его настроенности, наконец, о его искренности. Бодрость и вялость, энергия и инертность, решительность и робость, заинтересованность и безразличие — все эти психические моменты, сопровождающие устную речь, как бы аккомпанируют ее содержанию, находят верное отражение звуковом потоке»⁵.

В радиопередачах для молодежи обычно нет расхождения между общей звуковой окраской речи говорящих и семантикой того или иного высказывания. Различные формулы приветствия — от стилистически нейтральных до стилистически сниженных — сопровождаются верно выбранной тембровой окраской. Так, стилистически нейтральные *Здравствуйте!*; *Добрый день!* обычно произносятся без резких колебаний громкости и высоты голоса. При стилистически повышенных формулах (*Рад вас приветствовать в прямом эфире...*) также нет резких колебаний в силе и высоте тона, хотя вся тональность характеризуется некоторой эмоциональной приподнятостью. Стилистически сниженные приветствия (*Прежде всего хочется сказать «привет»...*) характеризуются динамизмом речи, колебаниями громкости и высоты голоса, некоторым «юношеским задором».

3. Заключительная часть передачи. Формулы прощания.

Правила речевого этикета обязывают завершать речевое общение одной из уместных формул прощания. Всякий текст в нашем общении (в том числе и на радио) необходимо строить в «этикетной рамке», ибо только тогда в речевом этикете проявится благожелательная тональность любого общения. Уместно выбранная формула прощания окажется последним важным звеном в создании своего рода этикетного обрамления речи. Эта формула будет свидетельствовать о характере установленного контакта между ведущим радиопрограммы и радиослушателями; определит социальный статус и социальные роли говорящих и их партнеров, личностные отношения собеседников при контактном общении на радио. Следовательно, безупречное владение определенным набором формул прощания прежде всего обязательно для тех, кто имеет самое прямое отношение к созданию той или иной радиопередачи.

Наиболее употребительны следующие нейтральные в стилистическом отношении выражения: *До свидания!*; *До встречи в эфире...* (с указанием даты); *Всего вам доброго, до свидания!*

В молодежных радиопередачах могут использоваться и характерные для доверительного, непринужденного общения юных собеседников фразы: *Пока!*; *Пока! Счастливо, друзья!* Последний вариант получает эмоциональную окраску в результате объединения в одной фразе трех самостоятельных речевых этикетных формул: *пока* (прощание), *счастливо* (пожелание), *друзья* (обращение).

Иногда в одной формуле прощания встречаются элементы разных стилей. Например, в выражении *Пока, ребята, и до встречи в эфире...* (далее называется дата и время встречи) первая часть (*Пока, ребята...*) выражает фамильярно-дружеские отношения участников общения — студентов, школьников, учащихся ПТУ, техникумов. Вторая часть (*...до встречи в эфире...*) — стилистически нейтральна. Это вполне объяснимо стремлением ведущего, с одной стороны, приблизиться к адресату общения, соблюсти характер неформальных отношений со своими слушателями; с другой стороны — опереться на словесную этикетную модель-штамп, сложившуюся в практике радиовещания.

Необходимо отметить и отсутствие в радиопередачах молодежной тематики стилистически повышенных формул прощания. Это, вероятнее всего, обусловлено тем, что повышенная эмоциональная окрашенность в целом не присуща речи молодежи.

Анализируя звучащие на радио формулы прощания, важно также сравнить их с теми, что сопровождают наше бытовое общение.

В заключительной части радиопередачи отсутствуют выражения, распространенные в обиходе: просьбы, обращенные к уходящему (*Не забывай(те) нас!*; *Милости просим к нам еще раз*); просьбы, содержащие внимание к близким, друзьям собеседника (*Передай(те) привет жене, мужу, родителям, нашим общим друзьям*); извинение за отнятое время (*Не могу вас больше задерживать* и т. д.).

Как уже было замечено, почти никогда не бывает так, чтобы формула прощания прозвучала вдруг совершенно неожиданно для собеседника. Правила речевого этикета предусматривают обычно какие-то указания на завершение общения. Хотя они и не столь стандартны, как формулы, но тоже достаточно устойчивы. Перед тем как проститься, ведущий нередко благодарит за общение, выражает удовлетворение встречей после завершения беседы в студии (*Спасибо Вам за интересный рассказ*), благодарит радиослушателей за внимание (*Как говорится, всем спасибо!; Ну а мне остается поблагодарить всех радиослушателей и всех, кто был в нашей студии*).

Это еще раз свидетельствует о том, что средства речевого этикета представляют собой своеобразную систему, в которой каждый компонент значим и в то же время получает свое истинное наполнение лишь в результате взаимодействия с другими средствами РЭ.

Обратимся к необходимой характеристике радиоречи — звуковой окраске. Традиционное *До свидания* в устах ведущего радиопрограммы может приобретать многие дополнительные оттенки. Во внешней выразительности здесь возникает особая потребность. «Эта выразительность противостоит массе речевых стандартов, в той или иной степени обновляя их. Она способствует ощущению индивидуальности, неповторимости данного акта общения. Она «работает» на выражение субъективности говорящего и на эффективность речевого воздействия на адресата»⁶.

Специфика радиовещания ограничивает наличие возможных дополнительных скрытых коннотаций, которые приобретаются обычными стандартными формулами речевого этикета.

Типизированные выражения прощания — стилистически нейтральные и стилистически сниженные — сопровождаются в основном верно выбранной тембровой окраской. Так, стилистически нейтральные формулы (*До свидания; До встречи в эфире; Всего вам доброго, до свидания*) характеризуются нейтральной звуковой окраской: отсутствием резких колебаний громкости и высоты тона голоса, сдержанностью речи.

Стилистически сниженные формулы (*Пока; Пока! Счастливо, друзья!*) характеризуются определенной окрашенностью: динамичностью речи, наличием колебаний громкости и высоты тона голоса.

Итак, мы рассмотрели некоторые специфические особенности функционирования средств речевого этикета в условиях массовой коммуникации на радио. Подводя итоги сказанному, необходимо сделать следующие выводы.

Совершенно ясно, что нормы речевого этикета не могут быть в чистом виде перенесены в радиовещание в силу специфики радио как средства общения, социально ориентированного на, массового адресата (радиослушателя).

Средства речевого этикета представляют собой своеобразную систему, в которой каждый компонент значим и в то же время получает свое

наполнение в результате взаимодействия с другими средствами речевого этикета.

Любой текст, звучащий в радиоэфире, как правило, строится в «этикетной рамке», которая организует благожелательную тональность контактного общения (ведущий программы - собеседник (и) в студии) и дистантного общения (ведущий программы - радиослушатели).

Характер функционирования средств речевого этикета в радиопередачах молодежной тематики имеет тенденцию к узости выбора способов выражения.

В речи на радио интонация должна стать осознанным и преднамеренным орудием воздействия, так как в восприятии радиослушателя содержание радиопередачи неизбежно преломляется через призму звучания; образ ведущего создается на основании одних только слуховых впечатлений