

УДК: 007: 304

Щебликіна В.М.¹, Скуртул Г.С.²

¹ студ. гр. СНЗ-319, НУ «Запорізька політехніка»

² канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

РОЛЬ ВЕДУЧОГО У ФОРМУВАННІ РАНКОВОГО ЕФІРУ НА РАДІО

Роль ведучого в сучасній журналістиці набула великого значення. Це яскраво виявлена творча індивідуальність, принаймні такою має бути людина, яка претендує на цю посаду. Ведучий представляє тих, хто має виступати в ефірі, вимовляє текст, який з'єднує компоненти передачі, коментує, доповнює їх, регулює перебіг розмови біля мікрофона, керує дискусією.

Сучасний радіодискурс, сітка програмного колеса радіостанції та акустично-виражальні засоби радіомовлення все частіше викликають інтерес у журналістикознавців. Проте спеціального дослідження присвяченого ролі

ведучого у формуванні ранкового ефіру на радіо й досі немає, що зумовлює актуальність дослідження. Для цілісного аналізу обраних ранкових шоу вважаємо за необхідне дослідити професійні якості ведучих на прикладі ранкових радіошоу «Будильники на Русском» («Русское радио Украина»), «Камтугеа» («Радіо Рокс») і «Хепі ранок» («Хіт FM»).

У ранковому шоу «Будильники на Русском» працюють троє ведучих: Кирило Капустін, Сергій Федотов та Наталя Довлатова. Радіослухач із легкістю розрізняє за голосом ведучу, а от голоси Капустіна та Федотова схожі між собою. Слухач, який щойно приєднався до ефіру не завжди розуміє, хто саме з чоловіків-ведучих зараз розмовляє, і це відбувається через схожість тембрів та розмовної манери ведучих. Ведучими ранкового шоу «Камтугеа» є Сергій Кузін та Соня Сотник. Обидва ведучі не тільки є модераторами ранкового ефіру на «Радіо Рокс», а й музикантами, виконавцями та творцями рок-композицій. Ведучі ранкового шоу «Хепі ранок» – Микита Шевчук, Юля Карпова та Саша Станкевич. Ця команда ведучих вирізняється відносно молодим колективом: вік ведучих від 24 років до 34 (для порівняння, вік «Будильников» від 41 до 53, а ведучих «Камтугеа» 49 і 55 років).

Особливості роботи ведучих ранкових шоу «Будильники на Русском», «Камтугеа» та «Хепі ранок» відповідають типу «ведучий-співрозмовник», ведучі демонструють високий рівень зацікавленості подією (розповіддю, ситуацією) та використовують спеціальні прийоми спілкування зі слухачем, такі як: мовленнєві прийоми та засоби створення комічного. Ведучі користуються особливими прізвиськами («Будильники», «Ранкові рокери», «Хітовці»), навмисно даючи змогу аудиторії сприймати їх як давніх знайомих, які завжди підіймають настрій, завдяки чому, кількість слухачів невинно зростає.

В ефірі ведучі обговорюють різноманітні теми, співають разом із зірками естради, кумедно фантазують щодо майбутнього країни, пародіюють тексти добре відомих пісень, складають власні вірші, а також дуже багато жартують. Це, в свою чергу, створює ефект присутності й невимуженості спілкування. Будь-які тексти віршів та пародій є оригінальними, результатом блискавичної творчої імпровізації ведучих. Ведучі є брендом ранкового ефіру: у слухачів назва миттєво асоціюється зі жвавістю, жартами, хорошим настроєм, які вже давно є візитівкою комерційних радіостанцій. Про це свідчить і «промо» ранкового шоу «Будильники на Русском», яке можна впізнати за словами «Реально весело! Ранкові «будильники», Капустін, Федотов і Довлатова, зроблять ваш ранок незабутнім... «Будильники на Русском» – реально весело!» Таке промо швидко запам'ятовується, є привабливим та інтригуючим для аудиторії, викликає інтерес спостереження

за роботою діджеїв в ефірі ранкового шоу, причому постійні слухачі кожного разу чекають нових жартів та кумедних історій від ведучих.

Ведучі ранкового шоу демонструють прості, але водночас неповторні прийоми роботи з аудиторією, затверджений сценарій вони поєднують з умілими імпровізаціями. Для аналізованих команд ведучих характерні нестандартні коментарі. Позитивна тональність ранкового шоу забезпечується наскрізною комунікативною стратегією мовної поведінки ведучих-модераторів, орієнтованої на мінімізацію негативної й максимізацію позитивної інформації. Серед мовних прийомів, які створюють позитивну тональність ранкового шоу «Камтугеза», ведучі використовують засоби створення комічного ефекту, а саме: гумор, сарказм, іронія, пародія.

Для забарвлення комунікаційного процесу ведучі аналізованих ранкових шоу використовують низку мовленнєвих тактик. Серед них найпоширенішими є: тактика насмішки, викриття, припущення, пояснення, розвитку теми, самоіронії, гіперболізації емоційного стану, тактика демонстрації особистої переваги, тактика похвали, вираження згоди, демонстрації готовності до співпраці. Для комунікативної ситуації в ефірі аналізованих ранкових шоу природним є те, що мовленнєва ініціатива в діалозі належить ведучим. Однак у той самий час їхнє завдання полягає не у висловлюванні власної думки стосовно певної проблеми, а в сприянні найбільш повному, логічному та послідовному розкриттю теми розмови співрозмовником. У такому випадку доречно говорити ще про одну тактику – передача ініціативи. Модератори ефіру у своїй роботі виконують ряд вимог, що закликають до переходу ініціативи від ведучого до гостя студії. Ведучі уникають багатозначних понять. Основні запитання до гостя вони формують у лаконічній, чіткій фразі, оскільки співрозмовник може не запам'ятати розлоге питання та в результаті відповісти тільки на його частину (зазвичай останню). Також, зазвичай, ведучі формують питання без альтернативи, щоби співрозмовнику не довелося обмежуватися вибором між двома варіантами відповіді.

Спілкування ведучих усіх перерахованих ранкових шоу збагачене фатичністю. Як відомо, фатична комунікація – це обмін неінформативними з погляду реальної комунікації повідомленнями, які виконують важливу етикетну функцію. Ведучі, дотримуючись правил етикету, також підтримують цю своєрідну мовну гру, яку зобов'язані підтримувати члени суспільства. Йдеться про зачин розмов, стримані відповіді, стереотипні запитання про життя, справи, здоров'я, особливо під час спілкування із гостями студії. Найчастіше ведучі використовують такі фатичні конструкції: «Як справи?», «Дякую», «Як життя», «Що нового?», «Як почався Ваш день», «Які успіхи?», «Будь ласка» та ін. Характер цих запитань і відповідей умовний, але для встановлення контакту, підтримання розмови вони дуже

важливі. Фатична комунікація в ефірі ранкових шоу має національну специфіку, а також відповідає нормам народної етики.

Варто зазначити, що імена ведучих цілком відомі для аудиторії, але в офіційному ефірі (реклами, «промо», анонси» тощо) використовуються лише їхні прізвища. Можна припустити, що подібна манера покликана полегшувати сприйняття створених в ефірі іміджів, концентруючи увагу постійного слухача на чомусь більш важливому. Позитивність та жартівливість ведучих завжди має межу. За час прослуховування ранкового шоу була відзначена ще одна перевага в роботі ведучих. Вони не завжди «заграють» (жартівливо не вітаються) з ведучим новин, адже це не завжди доречно, якщо далі повідомляється зовсім не позитивна інформація. Дивно чути з вуст новинного ведучого повідомлення про нещасні випадки та загиблих людей, якщо за декілька секунд до цього його провокували на жарту і сміх.

Отже, важливу роль у формуванні аналізованого ранкового ефіру відіграють ведучі-модератори, які наповнюють ранкове шоу динамікою, фатичністю, вдалою імпровізацією, гумором, поєднують між собою всі структурні елементи радіошоу. Успішна співпраця ведучих-модераторів допомагає підтримувати єдиний ритм програми. Команда шоу протягом усієї програми прагне зберігати заданий на початку ритм. Щогодини ведучі виходять в ефір 7-9 разів, щоб анонсувати майбутні рубрики, залучати слухачів до участі в іграх та акціях, представити ведучого новин тощо. Варто зазначити, що заданий ведучими ритм у повній мірі відповідає програмі такого типу, як ранкове шоу. У результаті – кожна з радіопрограм динамічна, наповнена імпровізацією, заряджає оптимізмом, що є однією з основних складових успішності ранкового шоу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Radio Roks : веб-сайт. URL: <https://www.radoroks.ua/> (дата звернення: 19.03.2021).
2. Русское радио Україна : веб-сайт. URL: <https://www.rusradio.ua/> (дата звернення: 19.03.2021).
3. Хіт FM : веб-сайт. URL: <https://www.hitfm.ua/> (дата звернення: 19.03.2021).