

СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ РАДИОЭФИРЕ

В статье рассматриваются средства создания комического эффекта в вечернем шоу «РАШ», относящемся к эфирной сетке музыкально-развлекательной радиостанции «Европа плюс». Все средства автор делит на две группы: экстралингвистические и лингвистические. Экстралингвистические приемы связаны с поведенческими характеристиками ведущих и элементами контента программы. Лингвистические приемы основаны на языковых механизмах создания комического. Делается вывод, что насыщенность эфира юмором зависит от личности радиоведущего.

К л ю ч е в ы е с л о в а: радиоэфир; лингвистические средства создания комического эффекта; экстралингвистические средства создания комического эффекта

Несмотря на то что в современном мире появляются новые способы коммуникации с аудиторией, радио по-прежнему играет важную роль. Скептики, полагавшие, что новое столетие выдвинет на передний план компьютерные и сетевые технологии, что затруднит перспективы для развития радио и приведет радиовещание к краху, ошибались. Современное радио не только упрочило свои позиции в рейтинге актуальности, но и, внедрившись в интернет-пространство, стало одним из сложных и в то же время органичных систем современной массовой коммуникации.

Важность технологического фактора, способствующего развитию радио, отмечают авторы учебника «Система средств массовой информации России»: «Массовая коммуникация наиболее представлена сегодня радиовещанием, которое получило новые стимулы благодаря развитию спутниковой связи и интернета, став сегодня практически вездесущим. С помощью интернета можно слушать радио в самых разных и далеких странах, а развитие спутниковой связи и цифрового формата вещания позволяет очень эффективно создавать радиостанции в разных уголках мира» [Система средств массовой информации России, с. 146].

Радио сегодня — это динамично развивающееся средство массовой информации. Одной из характерных черт современного радиовещания является его деполитизация и экономическая свобода, что кардинальным образом отражается на содержании выходов дикторов, на представлении информации в эфире. Кроме того, меняется модель поведения у микрофона журналистов, диджеев и приглашенных участников передач. Эфир становится более раскованным, живым и смелым.

Чтобы не возникало оттока аудитории, радиоведущий в первую очередь должен знать своих слушателей и ориентироваться на них при выборе языковых средств и юмористических приемов.

С. Н. Богуславский справедливо замечает, что радиопрограмма не состоится, если диктор не способен правильно выражать свои мысли, активно пользоваться всеми возможностями русского языка при подготовке материалов [Богуславский, с. 156]. Кроме того, целеустановка на позитивную оценку в радиодискурсе является одной из важнейших тактик удержания внимания аудитории [Нестерова, с. 32] в отличие от очень распространенных телевизионных ток-шоу, основу значительной части которых составляет конфликт [Ершова].

С установкой на позитив в шоу на музыкально-развлекательных станциях непосредственно связано использование различных приемов создания комического эффекта. Делают радиоведущие это для того, чтобы стать слушателю не только приятным собеседником, но и собеседником с хорошим чувством юмора. Другими словами, задача ведущих развлекательных передач — взбадривать слушателей, быть интересными собеседниками с прекрасным чувством юмора и при этом создавать качественный юмор.

О природе комического много сказано в отечественной и зарубежной научной литературе. Аристотель в своей «Поэтике» ввел данное понятие в систему эстетических категорий. В трудах, посвященных комическому, он утверждал, что «смешное есть часть безобразного: смешное — это некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющее страдания и ни для кого не пагубное» [Аристотель, с. 11]. Из современных отечественных исследователей комического в первую очередь следует отметить М. М. Бахтина, который комическое связывает с бытовой, физиологической сферой. История комического, по М. М. Бахтину, — это, в первую очередь, история борьбы с односторонней серьезностью, которую ученый считает антитезой комического, смешного. Серьезность монотонна и монологична. Сфера существования серьезности — остановившееся время вне движения и развития. Смех диалогичен и полифоничен — он всегда открыт изменению и развитию [Бахтин].

Д. С. Лихачев также исследовал комическое. Он пишет: «Смех внешне не стремится к истине. Напротив, нарочито искажает мир. Но в скрытом и глубинном плане смех активно заботится об истине; не разрушает мир, а экспериментирует над миром и тем самым деятельно его исследует». Это важно понимать, поскольку иногда смех воспринимается как нечто злое и разрушающее. На самом деле «функция смеха — обнажать, обнаруживать правду, раздевать реальность от покровов этикета, церемониальности, искусственного неравенства, от всей сложной знаковой системы данного общества» [Лихачев, Панченко, Понырко, с. 34].

Общую формулу теории комического выразил В. Я. Пропп: «Мы смеемся, когда в нашем сознании положительные начала человека заслоняются внезапным открытием скрытых недостатков, вдруг открывающихся сквозь оболочку внешних, физических данных» [Пропп, с. 170]. Таким образом, комическое предстает у В. Я. Проппа как отклонение от социальной и моральной нормы.

Наиболее оригинальную из новейших теорий предложил Л. В. Карасев. Он рассматривает смех как целостный культурно-исторический и психофизиологический феномен, раскрывающий свой смысл при сопоставлении с окружающими его символами. В основе теории Л. В. Карасева лежит гипотеза о смехе как о символическом целом, развивающемся по своим внутренним законам. Ученый весьма последовательно излагает универсальное положение о том, что смех является парадоксальным способом оценки и преодоления некоторой «меры» зла, обнаруживает в себе возможности и для объяснения внутреннего механизма смеха, и для классификации различных форм смешного. Согласно Л. В. Карасеву, все видимое многообразие различных проявлений юмора и смеха принципиально сводимо к двум основным типам. Первый тип смеха связан с ситуациями, когда человек выражает свою радость, телесное ликование. Этот тип Карасев называет «смехом тела» и относит к разряду состояний, которые характерны не только для человека: нечто похожее можно увидеть и у животных, которым также знакомы радость игры и физическое удовольствие. Второй тип связан с собственно комической оценкой действительности. Этот вид смеха может включать в себя и элементы только что названного типа, однако его сущность в том, что он представляет собой соединение эмоции и рефлексии. Этот тип получил у Л. В. Карасева наименование «смеха ума» [Карасев].

В современном радиоэфире все развлекательные радиопередачи ориентированы на юмор. Дикторы целенаправленно искажают привычные явления, доводят их до абсурда, используют экстралингвистические и лингвистические приемы создания комического эффекта в радиоречи, чтобы слушателя насмешить, вовлечь его в некое сотворчество. Цель ведущего — нарушить привычное восприятие действительности радиослушателя. Это в большинстве случаев в развлекательных эфирах достигается за счет комического. Юмор — это наиболее распространенное проявление комического. Он, как было сказано выше, возникает при отклонении от некоторой нормы и слагается из двух вещей: несоответствие и неожиданность.

Наряду с юмором радиоведущие часто используют иронию или даже самоиронию. Ирония как особый способ восприятия и отражения действительности находит свое лингвофилософское обоснование в теории комического. Как отмечает М. П. Орехова, «в основе создания иронии лежит общий принцип порождения комического — противоречие плана выражения плану содержания: адекватное восприятие иронического высказывания зависит от степени интерпретации адресатом речи внешнего, первичного значения, отрицание которого является ключом к прочтению глубинного смысла сообщения» [Орехова, с. 166].

Эмпирическим материалом для исследования комического эффекта в современном радиоэфире послужило радишоу «РАШ». «РАШ» — это популярное вечернее шоу в диалоговом формате на музыкально-развлекательной радиостанции «Европа плюс». Программа слагается из необычных тем, шуток, споров, общения с радиослушателями. Радиопередачу в паре ведут Антон Комолов и Лена Абиатаева. Механика радиопередачи следующая: ведущие в момент появления в эфире анонсируют тему — например, «Мое самое большое заблуждение». Затем

каждый из ведущих выражает свою точку зрения на заявленную тему, после чего обсуждение перерастает в спор, а иногда даже в небольшой конфликт.

Важно понимать, что слушатель становится не просто свидетелем происходящего диалога, но и непосредственным его участником. Он дозванивается в прямой эфир и высказывает свою точку зрения. Поэтому шоу является максимально интерактивным. Оно нацелено на слушателя, который возвращается поздно с работы, готовит ужин, занимается какими-то делами после работы. Так называемый вечерний прайм-тайм.

Немаловажную роль в высоком рейтинге передачи среди разновозрастной аудитории играют различные приемы создания комического эффекта, которые ведущие используют в диалоге друг с другом и радиослушателями.

Все приемы создания комического эффекта условно можно разделить на экстралингвистические и лингвистические. Экстралингвистические приемы связаны с поведенческими характеристиками ведущих и элементами контента программы. Лингвистические приемы основаны на языковых механизмах создания комического.

Известные радиоведущие А. Хрусталева и А. Кремев в качестве одного из самых распространенных приемов создания комического эффекта — мы его отнесем к экстралингвистическим приемам — выделяют *быстрый комментарий* [Хрусталева, Кремев с. 15]. Они отмечают, что любой комментарий, сделанный радиоведущим, будет смешным, если он производится достаточно быстро. Юмор в данном случае строится на умышленно несоответствующей трактовке сказанного другим человеком. В формате «живого общения» данное явление незаменимо, поскольку это подчеркивает остроумие ведущего. Кроме того, прием быстрого комментария востребован в развлекательном ток-шоу, так как радиоэфир не терпит пауз и пустот.

Лена Абитаева: Ну, во-первых, сегодня (правда, мы уже не успели) день рождения телепередачи «Спокойной ночи, малыши». Хотя, подожди, а во сколько она выходит?

Антон Комолов: А я не зна... Ты у меня спрашиваешь?

Лена Абитаева: У кого спрашивать?

Антон Комолов: Я уже года два как перестал [смотреть. — Т. Б.]. Мне как двадцать исполнилось, я думаю: ну, все — можно.

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 26.11.2020)

В данном фрагменте юмор построен на несоответствии возраста человека и его интересов. Слушатель понимает, что двадцатилетний юноша имеет совсем другие интересы, следовательно, смотреть детскую передачу не станет. Но главное здесь то, что Антон Комолов отвечает на вопрос Лены Абитаевой (вопрос о времени выхода детской передачи) не оправданием, а остроумной, быстрой и неожиданной формулировкой.

Еще один экстралингвистический прием создания комического — *уведение ситуации в подтекст*. Смешное связано с узнаванием. Считается, что если некое явление, ситуацию увести в подтекст, а слушатель угадает это явление, это непременно у него вызовет улыбку.

Л е н а А б и т а е в а: Вот сегодня младенец в славянской мифологии — воплощение новогоднего цикла коляды. Это поворот солнца к весне. Празднуется в период больших зимних святок. <...> Так что можете сегодня куда-нить на Рублевку, Успенское шоссе проехаться да поклониться денег.

А н т о н К о м о л о в: Думаешь, да? Что-нибудь светит там?

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 25.12.2020)

Лена Абитаева предлагает слушателям поколядовать в элитном месте Московской области. Это звучит как ирония. Быстрая реакция-риторический вопрос соведущего должна вызвать у слушателя улыбку, поскольку тема «богатых-бедных» в контексте оказания первыми помощи последним часто воспринимается с грустной иронией, особенно когда речь идет о «рублевских жителях». При этом учитывается еще и непростое время — эпидемия коронавируса, — когда богатые сами нуждаются в помощи.

Справедливости ради стоит отметить, что в силу радиийной специфики экстралингвистические приемы создания комического эффекта уступают место лингвистическим, так как все же главная нагрузка в восприятии радиоэфира ложится на текст.

Среди лингвистических приемов создания комического эффекта следует выделить прежде всего *языковую игру*. «Она представляет собой игровое использование языковых единиц в целях повышения экспрессивности текста как характерная черта личностной журналистики, формирующая речевую индивидуальность журналиста», — отмечает Т. П. Куранова [Куранова, с. 213]. При языковой игре используются сленг и окказиональные номинации, искажение орфографии и произношения, прием стилистического контраста, яркие метафоры, рифмовка. Результатом языковой игры часто бывают *каламбуры*. Как правило, каламбур основан на полисемии или омонимии, когда при использовании многозначного слова или слова-омонима в контексте реализуются оба его значения.

Л е н а А б и т а е в а: Сегодня 28 декабря на календаре. И сегодня, друзья, необычный праздник. Можно поднять бокал с игристым за поиск северного оленя, потому что сегодня День поиска северного оленя.

А н т о н К о м о л о в: День северного оленя... Именно день поиска?

Л е н а А б и т а е в а: Да, можно на дороге найти какого-нибудь оленя. Назвать его северным и...

А н т о н К о м о л о в: Кругом одни олени и ездят.

Л е н а А б и т а е в а: Ну, что ты обзываешься, Антон. Я тоже полтора часа проехала.

А н т о н К о м о л о в: Вот что они выезжают на перпендикуляр? Они выехали и перегородили тем, кто мог бы проехать. Что вы за олени? Куда вы со своим Санта Клаусом и эльфом стремитесь-то?

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 28.12.2020)

В данном диалоге мы видим, как развивается образ и трансформируется значение слова *олень*. Происходит это через обыгрывание ведущими названия праздника «День поиска северного оленя». Однако вместо того чтобы рассказывать слушателям буквально про этот праздник, уже во второй фразе Лена Абитаева

переключает сознание радиослушателей на сленговое значение слова: «Глупый, наивный, несообразительный человек» [Мокиенко, Никитина, с. 397], а в данном случае — неумелый водитель.

В следующем диалоге наблюдаем каламбур с сексуальным подтекстом. Поднимать в прямом эфире темы, запрещенные для обсуждения в массовой аудитории, — опасный прием, так как такое обсуждение может оттолкнуть некоторые сегменты слушателей, не принимающих никаких скабрёзностей. Но если сделать это изящно, с установкой на комический эффект, успех такой шутке обеспечен.

Лена Абитаева: Издавна запрещалось в Германии, например, ходить в этот день в лес на охоту. Говорили, что в этот святой праздник охотник может погибнуть от холода или стать жертвой зверя. Так что никаких охот сегодня, мальчики и девочки.

Антон Комолов: Не охота сегодня, короче.

Лена Абитаева: Неохота сегодня.

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 24.12.2020)

В данном фрагменте комизм достигается за счет использования омонима и многозначного слова *охота*. В первом предложении речь идет об охоте в прямом значении: «Поиски, выслеживание зверей, птиц с целью умерщвления» [Ожегов, с. 485]. Когда ведущая говорит: *Так что никаких охот сегодня, мальчики и девочки*, — актуализируется индивидуальное авторское значение: «Поиск сексуального партнера». Завершается диалог омонимичным повтором: *Не охота сегодня, короче. Неохота сегодня*. За счет такого повтора актуализируется омонимичное значение слова категории состояния: «Есть желание, хочется» [Там же, с. 486]. Так в одном небольшом диалоге реализовались сразу три значения слова *охота*.

Одним из приемов создания комизма в диалоге являются индивидуальные авторские переносы — метафоры:

Лена Абитаева: Сегодня во всем мире, друзья, отмечается Международный день кино.

Антон Комолов: Да, Международный день кино.

Лена Абитаева: Наши аплодисменты.

Антон Комолов: Жижа у вас вместо аплодисментов.

Лена Абитаева: Ну, знаете, как снимают, так и аплодируют.

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 28.12.2020)

Если бы ведущий наделил аплодисменты признаком, например, *жидкие*, это не было бы смешно, так как было бы реализовано языковое значение слова: «Недостаточный, неполноценный по величине, силе, жизненности, выразительности» [Ожегов, с. 194]. То есть «жидкие аплодисменты» — аплодисменты, лишённые звучности. Но ведущий не случайно использовал разговорное слово «жижа», которое в ряду ассоциаций больше имеет отрицательных слов-реакций, нежели нейтральных или положительных. Соединение высокого и низкого, положительного (*Международный день кино, аплодисменты*) и отрицательного (*жижа*) рождает комический эффект. Комментарий Лены Абитаевой: *«Ну, знаете, как снимают, так и аплодируют»*, — закрепляет шутку в эфире.

Еще одним ярким приемом создания комического эффекта является умышленное преувеличение, гиперболизация и через нее доведение ситуации до абсурда.

Антон Комолов: Друзья, мы переходим к теме нашего эфира: моя экстравагантная странность. Лен, ну расскажи о себе! Вот многие уверены, что ты прям сплетена, соткана из этих странностей, и все...

Лена Абитаева: Я абсолютно спокойная, здоровая.

Антон Комолов: Конечно! Кого слышно за полтора километра отсюда?
(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 24.12.2020)

В данном фрагменте преувеличиваются голосовые способности Лены Абитаевой. Голос человека не обладает такой силой, чтобы распространяться на полтора километра без помощи специальных устройств.

Лена Абитаева: Что нельзя делать сегодня? Сегодня нельзя садиться за стол в грязной одежде. Сегодня же будут накрыты столы (о католическом сочельнике).

Антон Комолов: А в обычные дни? Нет-нет да и рюхнешься прям в самом грязном.

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 24.12.2020)

Лена Абитаева говорит, что именно в сочельник нельзя садиться за стол в грязной одежде. Чтобы комично обыграть неточно выраженную мысль ведущей, Антон Комолов преувеличивает понимание этикета за столом в обычные дни и доводит ситуацию до абсурда, говоря, что в обычные дни разрешается пренебречь общими правилами: «нет-нет да и рюхнешься прям в самом грязном». Комизм выражению придает жаргонное слово *рюхнуть*. Большой словарь русского жаргона дает следующие значения этого слова: «1. Вспомнить что-л., спохватиться. 2. Почувствовать неладное, подвох. 3. Сойти с ума» [Мокиенко, Никитина, с. 519]. Как видим, ведущий использует слово без учета его лексического значения. Можно этот глагол соотнести с диалектными *рюхать* — «хрюкать, кричать свиной» и *рюхнуть, врюхаться* — «упасть, ввалиться» [Даль, т. 4, с. 123]. В любом случае слушатель понимает, что ведущий хотел сказать, и принимает это юмористическое окказиональное употребление данного слова.

Вообще, использование окказионализмов как юмористический прием в вечернем шоу «РАШ» занимает значительное место. В основном этим приемом пользуется Антон Комолов. Окказионализмы могут создаваться как фразы-перевертыши — игра ради игры: *чуть-чуть подлатал, подлатал лапты, подлатил лапы и вперед!* Окказионализмы могут создаваться по активным словообразовательным моделям:

Лена Абитаева: Ну сегодня сочельник, сегодня можно, ребят.

Антон Комолов: Я насочелился уже, ребят...

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 24.12.2020)

В данном фрагменте ведущий использует индивидуальный авторский неологизм «насочелился». Данное слово создано по преобразованной модели «приставка *на* + акциональный глагол + постфикс *-ся*» со значением «что-то сделать

с избытком»: напиться, наесться, нагуляться, надушиться и т. д. Преобразование модели заключается в том, что глагола «сочелить» в языке не существует, но, как было сказано выше, комический эффект возникает, когда происходит отступление от нормы и реципиент в незнакомом узнает знакомое. Так мы понимаем, что, когда ведущий использует слово *насочелился*, он имеет в виду, что уже «наотмечался».

В заключение анализа средств создания комического эффекта нельзя не отметить, что с комическим принято связывать пониженную тональность текста, которая создается с помощью разговорной лексики, молодежного жаргона, просторечий. И когда в радиопрограмме, ориентированной, по ожиданию слушателей, на чистую литературную речь, встречаются разговорные слова, подвергнутые компрессии, типа *ваще, прям, куда-нить (на Рублевку)*, или молодежные жаргонизмы *репит, сорян, покруче, короче*, слушатель уже настраивается на непринужденное и легкое восприятие эфира:

Л е н а А б и т а е в а: Сегодня день рождения Дмитрия Викторовича Билана. Друзья, давайте его сегодня поздравим. Во-первых, у парня вышел в этом году хороший альбом, свежайший. Называется «Вторая жизнь». Как второе дыхание практически.

А н т о н К о м о л о в: И это покруче даже.

Л е н а А б и т а е в а: Хороший крепкий альбом, ваще волшебные песни. Там две крутейшие работы Димки.

А н т о н К о м о л о в: Всего две, Лен? Ну, невысоко ты его оценила. Дим, сорян.

Л е н а А б и т а е в а: Нет, все одиннадцать классные, вы не так меня понимаете. Да что ж я так косноязычно изъясняюсь! Короче, ну, две прям в душу запали. Они прям на репите у меня.

(«РАШ». Европа плюс. Эфир от 24.12.2020)

Помимо указанных средств имитации разговорной речи здесь встречается стилистический контраст (*Дмитрий Викторович Билан — Димка — Дим*), короткие предложения, передающие живое общение, самокритика (*Да что ж я так косноязычно изъясняюсь*), разговорные фразеологизмы (*в душу запали*). Все эти конструкции помогают создать в радиостудии живую и раскрепощенную атмосферу.

Хотелось бы отметить, что ярким и неповторимым делает радиоэфир ведущий, его остроумие, быстрота реакции на ситуацию, умение создать смешной, оригинальный образ. Из двух ведущих радиошоу «РАШ» данными качествами и несомненным лидерством обладает Антон Комолов. Именно он держит программу. Лена Абитаева как бы на подхвате. Шутки Антона интеллигентнее, органичнее, остроумнее. У Лены комический эффект достигается через оговорки, неверно выстроенные предложения, часто через неточно сформулированную мысль, т. е. у ведущей именно «смех тела», в отличие от ведущего, у которого «смех ума». При этом тандем ведущих весьма органичен, и программа обладает высоким рейтингом.

Итак, современное радиовещание — это коммуникационный процесс, который с каждым годом становится все сложнее. В мире информационных технологий появляются новые интернет-платформы (Tik-Tok, Likee), которые создают свои эфиры. Возникает конкуренция. Менеджерам радиостанций становится непросто продать тот или иной контент, крупные компании предпочитают то, что в тренде.

А в тренде социальные сети. Но вместе с тем следует понимать, что радио — уникально. И уникальность его заключается в том, что большие по хронометражу передачи создаются только на радио; остроумные ведущие — на радио; необычным образом подобранная музыка — на радио. Вместе с тем радио не пытается доказать отдельным платформам свое превосходство, не борется с ними. Оно пользуется современными информационными технологиями себе во благо. За счет этого становится сложным, но интересным, упорядоченным, передовым и, бесспорно, имеющим свою аудиторию.

-
- Аристотель.* Об искусстве поэзии. М., 1983. 184 с.
- Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М., 1990. 541 с.
- Богуславский С. Н.* Каким должен быть радиоязык. М., 2000. 156 с.
- Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. М., 1998. Т. 4 : Р — γ. 688 с.
- Ершова В. Е.* Речевое взаимодействие в условиях конфликта: ситуационный подход (на материале ток-шоу и теледебатов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2013. 18 с.
- Карасев Л. В.* Философия смеха. М., 1996. 224 с.
- Куранова Т. П.* Языковая игра в речи теле- и радиоведущих : дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2008. 100 с.
- Лихачев Д. С., Панченко А. М., Поньрко Н. В.* Смех в Древней Руси. М., 1984. 295 с.
- Мокиенко В. М., Никитина Т. Г.* Большой словарь русского жаргона. СПб., 2001. 716 с.
- Нестерова Н. Г.* Коммуникативно-прагматический потенциал оценки в речи радиоведущего // Вестн. Том. гос. ун-та. 2011. № 12 (353). С. 30–33.
- Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка. М., 1999. 944 с.
- Орехова М. П.* Ирония как компонент комического: лингвофилософский аспект // Идеи и идеалы. 2012. Т. 2, № 2 (12). С. 165–171.
- Протт В. Я.* Проблемы комизма и смеха. М., 1999. 288 с.
- Система средств массовой информации России : учеб. пособие для вузов / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др. ; под ред. Я. Н. Засурского. М., 2003. 259 с.
- Хрусталева А., Кремев А.* Хочу на радио, или «Почему на радио работать не стоит». М., 2017. 440 с.

Статья поступила в редакцию 25.02.2021 г.