

УДК 808.51
ББК 81.411.2

Юрий Владимирович Ключев,
кандидат филологических наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный университет
(198504, Россия, г. Санкт-Петербург,
Старый Петергоф, ул. Халтурина, 15),
e-mail: klim-yurish@inbox.ru

Публицистичность радиоречи

Актуальность статьи вызвана всё более возрастающим влиянием на современного человека каналов массовой коммуникации. Ключевым инструментом функционирования СМИ является речевая деятельность в письменной (периодическая печать) и устной (радио и телевидение) формах речи. Научный интерес представляет собственно речевой фактор, наиболее ярко проявляющийся в деятельности радиовещания. Именно речевые характеристики общения определяют векторы смыслов и стиль публичной коммуникации, влияют на поведение человека, актуализируют его жизненные ценности. В представленной работе с помощью методов наблюдения, дедукции и когнитивного анализа проанализированы аспекты публицистичности как основного свойства радиовыступлений. Изучены основные категории радиокоммуникации: «текст в радиожурналистике», «радиоречь», «диалогичность». Раскрыты функции публицистического стиля на радио: информационная и воздействующая. Исследованы ключевые характеристики публицистичности радиовыступлений – яркое авторское начало и социальная направленность, комментирование и оценка сообщаемого, нравственная составляющая обращения к аудитории. Отмечено, что усилению публицистичности общения способствует активное интонирование, применение выразительных средств. Выявлена зависимость степени публицистичности речи на радио от жанровых характеристик сообщений. Программы информационного вещания ориентированы на объективное логическое отражение действительности. В аналитических передачах актуальный вопрос исследуется, комментируется, активно применяются выразительные средства и оценка информации. Наивысшей степенью публицистичности обладают авторские передачи с явно выраженным публицистическим началом, экспрессивностью, самобытностью и яркостью речи. В статье дана также характеристика состояния культуры речевого общения на современном отечественном радио.

Ключевые слова: радиовещание, радиожурналистика, радиоречь, диалогичность, публицистичность, интонация.

Yury Vladimirovich Klyuev,
Candidate of Philology, Associate Professor
St. Petersburg State University
(15 Khalturin St., Stary Petergof, St. Petersburg, Russia, 198504),
e-mail: klim-yurish@inbox.ru

Publicist Style on Radio

Relevance of article is caused by more and more increasing influence on the modern person of channels of mass communication. The key instrument of functioning of mass media is the speech activity based on written (periodicals) and oral (radio and television) speech forms. Scientific interest represents actually speech factor which is most brightly shown in broadcasting activity. Speech characteristics of communication define vectors of meanings and style of public communication, influence behavior of the person, reveals its vital interests. In the presented work by means of methods of supervision, deduction and the cognitive analysis aspects of a publicist style as main property of radio performances are analysed. The main categories of radio communication are studied: "the text in radio journalism", "radio speech" and "dialogue". Functions of publicist style on radio are opened: information and influencing. Key characteristics of a publicist style of radio performances are the bright author's beginning and a social orientation, commenting and an assessment reported, a moral component of the address to audience are investigated. It is noted that strengthening of a publicist style of communication is promoted by an active intonation, application of means of expression. Dependence of degree of a publicist style of the speech on radio from genre characteristics of messages is revealed. Programs of informa-

tion broadcasting are focused on objective logical reflection of reality. In analytical transfers topical issue is investigated, commented, means of expression and an assessment of information are actively applied. The most advanced stage of a publicist style author's transfers with obviously expressed publicist beginning, expressivity, originality and brightness of the speech possess. In article also the characteristic of a condition of culture of speech communication on modern domestic radio is given.

Keywords: broadcasting, radio journalism, radio speech, dialogue, publicist style, intonation.

Современную систему массовой коммуникации невозможно представить без радиовещания. Обладая признаками всеохватности, массовости, доступности, радио стало привычным атрибутом жизни современного человека. Стремительное развитие технических средств обеспечивает массовость и вездесущность радиовещания как одного из главных каналов публичной коммуникации.

Радиовещание в современной системе многостороннего информационного взаимодействия не только не утратило своей популярности, но приобрело новые методы (инфотеймент, интерактивность) и практики деятельности (вещательные форматы). Благодаря Интернету радио получило мощный инструмент для расширения масштаба вещания, для дополнительного завоевания популярности слушателей, для воплощения своего организационно-структурного и профессионально-творческого потенциала.

Трудно найти человека, у которого не было бы если не любимой, то хотя бы знакомой ему радиостанции. Как отмечает В. В. Смирнов, радио «знакомит нас с интересными людьми, сообщает немало полезных сведений, расширяет наш кругозор, советует. Мы можем слушать разные радиоканалы, отдавая предпочтение оперативной информации, анализу актуальных событий, компетентному мнению специалиста, музыкально-развлекательным передачам. В эфире всегда можно найти программу на любой вкус, интерес, пристрастие» [14, с. 11]. Современный радиоэфир выступает как мощная разнообразная (диверсифицированная) система вещания, включающая радиостанции разных форм собственности, музыкальных и тематических направлений.

Речь на радио – это устно-ораторская форма воплощения языка говорящим человеком в расчёте на реакцию человека слушающего. Речь в эфире есть звуковая реализация текста, независимо от того, носит она подготовленный или спонтанный – неподготовленный, спорадический

(внезапный) характер. Радиоречь можно рассматривать в трёх ипостасях: 1) процесс пользования вербальным языком радио; 2) конкретное говорение по радио, протекающее во времени; 3) любая звучащая по радио речь.

Речевое общение на радио чаще всего предстаёт как коммуникация в виде диалога или полилога, «обмен текстами, причём каждый текст соотнесён с описываемой им реальной ситуацией общения, с говорящим и слушающим» [7, с. 49]. Материальным выражением устной речи являются звуковые волны. Именно с помощью звуков любое выступление по радио приобретает эфирное звучание, именно звуки, их сочетание составляют живую ткань речевого общения на радио.

Речевое общение в любом СМИ осуществляется с помощью литературного языка. С. Г. Корконосенко выделяет культурную миссию журналистики в организации массовой коммуникации, что возможно при очень бережном отношении к русскому языку: «Пером и устами корреспондента разговаривает целая нация, и это налагает на него ответственность за сбережение и органичное развитие родного языка» [8, с. 134].

Главным фактором формирования текста массовой коммуникации, в том числе по радио, выступает авторское начало, выраженное в отборе фактов, их интерпретации, композиционном построении, личностном (персонифицированном) подходе к отражению действительности, в специальном выделении ее смыслового контекста и средствах достижения цели журналистского произведения. В. В. Егоров пишет: «Установление контакта с аудиторией возможно только в том случае, если журналист, ведущий программу, способен заявить о себе как о личности, предстать в каждом высказывании человеком с определёнными культурными, психологическими характеристиками, обнаружить особенности своего мировосприятия, свои этические и ценностные ориентиры» [4, с. 17].

Задача любого осмысленного текста – целенаправленное влияние на аудиторию, формирование её информационных представлений о реальности. В радио- и теле-вещании с помощью речи формируется особая информационно-коммуникативная среда общения. Она основана на речемыслительной деятельности человека и устном характере речи.

Продуцирование внутренней и внешней речи – эта уникальная способность человеческого мозга активно используется в сфере публичной общественной коммуникации. Каким образом предстаёт в ней журналист, репортёр, ведущий – зависит от уровня его начитанности и общей эрудиции, от умения анализировать текущую жизнь социума, от степени осознания ответственности за свою работу в эфире.

В аудиовизуальных СМИ для успешной творческой деятельности журналиста большое значение имеют внешние характеристики общения – ЧТО и КАК говорит человек. Академик Д. С. Лихачёв отмечал: «Вернейший способ узнать человека, его умственное развитие, его моральный облик, его характер – прислушаться к тому, как он говорит»¹. Почему так важно внимание радиожурналиста к созданию текста и своей речи в эфире? Потому что любое его выступление у микрофона для слушателей становится примером для подражания.

Устное общение онтологически присуще радиовещанию, потому что появилась оно после языка (коммуникации) жестов. И. П. Яковлев отмечает, что «люди вначале использовали жесты, а затем развили устную коммуникацию на основе тесной связи звуков с жестами. Звуковой язык расширил возможности общения между людьми. Возникновение языка связано с обозначением звуковыми символами объектов и явлений, с которыми сталкивался человек. Первичный конкретный язык возникает благодаря деятельности левого полушария головного мозга, а абстрактный – правого. На мозг действуют различные сигналы, связанные с реальными явлениями. Мозг отбирает из них понятие, имеющееся в памяти, и образует символ, который в звуковой форме (языке) выпускается в среду» [15, с. 146–147].

¹Мудрые мысли. Афоризмы, которые изменят вашу жизнь / сост. П. Кошелев. СПб.: Азбука: Веды, 2010. 480 с. С. 369.

Таким образом, отправной точкой порождения текста является мозговая деятельность индивида, без которой невозможным было бы само существование человечества как сообщества разумных существ. Именно благодаря языку, речи и мышлению, способности создавать публицистические и литературные шедевры жизнь человека представляет цивилизованный социальный характер. Мышление и речь отличают человека из животного, биологического мира – как существо самостоятельное и мыслящее.

Текст (от лат. *textum* – «связь, соединение») – это:

- «последовательное расположение знаков, образующих единое семантически завершённое произведение» [11, с. 95];
- «сложное и разнохарактерное системное знаковое образование» [11, с. 99];
- самостоятельное авторское произведение, «выраженное с помощью определенной системы знаков» [6, с. 328];
- «информационное содержание документа, программы, сообщения» [6, с. 328];
- структурообразующий компонент средств массовой коммуникации;
- универсальный компонент (средство) публичного общения.

Текст в радиожурналистике – это специально созданное для передачи по радио журналистское произведение, имеющее устную, ораторскую форму выражения содержания; опирающееся, главным образом, на лексические средства книжного литературного языка, часто имитирующее живую непринуждённую разговорную речь; выражающееся в монологической или диалогической форме. Каждое отдельное произведение, прозвучавшее в эфире, можно назвать микротекстом программы.

Текст на радио можно понимать и в более широком ключе – как весь аудиоматериал, звучащий по радио: музыкальные позывные, джинглы (краткие логотипы радиопередачи или радиоканала), любые нежурналистские выступления (реклама, музыка, представление программы в эфире). Совокупность всех сюжетов и передач эфира конкретной программы (например, утреннего радиоканала, аналитического ток-шоу, беседы или радиожурнала) можно назвать макротекстом программы.

Г. С. Мельник и М. Н. Ким выделили основные функции журналистского текста: эвристическую (познавательная), аксиоло-

гическую, онтологическую, коммуникативную, семантическую, развлекательную [9, с. 99]. Названные функциональные, т. е. органически присущие журналистскому произведению характеристики, в полной мере можно отнести к тексту, предназначенному для звучания по радио.

Исследователи современных речевых практик массовой коммуникации пришли к мнению, что любой медиатекст, в том числе на радио, имеет речевую форму выражения. Поэтому на радио мы встречаемся со специфической формой воплощения текста, а именно – с радиоречью. В предыдущий период (1970–1990-е гг.) учёные рассматривали речевую проблематику на радио, изучая, прежде всего, комплекс его языковых факторов. Исследовались такие научные категории, как «язык радио» (С. И. Бернштейн) [1] и «стиль радиопередач» (М. В. Зарва) [5].

Однако речевая специфика радиокommunikации значительно шире только языкового круга вопросов. Это понимание привело исследователей к выводу, что в аудиовизуальных СМИ в целом (и на радио, и на телевидении) применяется разновидность устной публичной речи публицистического стиля. При этом надо отметить, что речь в электронных СМИ не является ни собственно разговорной, ни собственно письменной формой речи. Хотя и производит впечатлительные синтезы этих речевых форм.

Л. Р. Дускаева отмечает, что «из устного характера радио- и телевыступлений совсем не следует их отождествление с разговорной речью. Как продукт профессиональной журналистской деятельности, радио- и телеречь должны являться произведением осмысленного творчества, с продуманной системой средств воздействия, направленной на достижение запланированного результата, поэтому неправомерно рассматривать язык электронных СМИ разновидностью устной разговорной речи. <...> Используемые здесь средства разговорности служат задачам общепублицистического воздействия. Выступление максимально эффективно, если оно сочетает элементы заранее подготовленного письменного текста с устной формой его реализации» [3, с. 642–643].

Радиоречь (речь, звучащая по радио) – это комплексная система реализуемых посредством звуковых волн (звуков) вер-

бальных, музыкальных, шумовых средств, передаваемых на расстояние с помощью радиотехнического оборудования и сети проводного вещания. Эфирный текст, в отличие от газетно-журнального текста, приобретает яркое, явное и сильное речевое звучание, поскольку каналом его реализации является не периодическая печать, а радиозфир.

Речь можно понимать как психофизиологический феномен. Исследователи отмечают, что «в самой организации речи есть как полностью автоматизированные процессы, так и осознаваемые. Характер и степень осознания зависят от типа речи, уровня развития речевых умений говорящего, социальной ситуации. <...> Говорящим осознаётся содержание речи, иногда осознаётся словесная структура, грамматика, может осознаваться даже звуковая сторона речи, которая, казалось бы, наиболее автоматизирована» [13, с. 27].

Основное свойство используемой на радио речи – публицистичность, она включает, прежде всего, диалогичность, а также устный характер и социальную направленность выступления, ориентированность на конкретную аудиторию. Диалогичность связана с направленностью на адресата и стремлением взаимодействовать с ним, причём это взаимодействие может происходить «с предполагаемыми смысловыми позициями» слушателей. Выступающий должен предугадать реакцию аудитории и суметь ответить на неё. Участникам диалога в эфире необходимо предвидеть различные точки зрения на проблему, аргументируя собственную. Л. Р. Дускаева отмечает, что диалогичности речи способствуют вопросно-ответные комплексы, прямая и косвенная адресованность, побуждения к ментальным и конкретным физическим действиям, использование «мы-конструкций», указывающих на двусторонность коммуникации [3, с. 644].

Диалогичность – свойство любого канала массовой коммуникации, но именно на радио она усиливается признаками естественного живого общения, формирующего ткань акустического образа журналиста и героев его передачи. Вымышленной искусственной интонацией и неискренностью поведения у микрофона обмануть слушателя нельзя. Динамики радиоприёмника всегда раскроют фальшивость настроения неис-

кренного человека, его раздражительность, досаду, обиду, злость, ненависть. Радио со всей откровенностью передаёт слушателю психологическое состояние участников программы, включённых в диалог, – с помощью отражения их культуры речи, этики поведения у микрофона, интонации, темпа и тембра речи.

Как одна из основных тенденций радиожурналистики, диалогичность свидетельствует, что процесс общения посредством радиовещания является живым, динамичным, ориентированным на цельное отражение окружающей действительности: «Радиовещание распахивает двери аудитории в полифонию звучащего мира, отбирая, организуя, укрупняя его фрагменты, находя взаимосвязи и возвращая их аудитории. Авизуальная сущность этого коммуникативного канала, которая является его основным ограничителем в процессе социального общения, значительно активизирует слуховое восприятие, включает воображение и даёт мощный толчок зрительным образам» [2, с. 10].

Диалог как сущностная, неотъемлемая часть любой коммуникативной деятельности пронизывает все сферы массовой коммуникации. Мастерство поддержания диалога в эфире целиком и полностью зависит от радиожурналиста, от того, насколько уверенно держит он бразды эфира. Поэтому важно бережно относиться к программе: заранее подготовить вопросы для интервью, продумать его структуру, проверить, хватит ли времени и сюжетов для заполнения эфира непрерывным вещанием. Непосредственный диалог в эфире рождает опосредованную – психологическую реакцию аудитории на звучащую передачу. В зависимости от степени успешности программы слушатель остаётся у приёмника, или выключает его, или переключает на другой канал.

Нельзя понимать радиоречь как некое хаотическое скопление вербальных компонентов и мыслей автора произведения. Особенность вербальной радиокommunikации заключается в том, что она совмещает в себе разноплановые компоненты речевого общения: устная и письменная речь сочетаются, активно применяется интонация, выступлениям характерны сочетание логики и эмоциональности.

Интонация имеет значение для всех вербальных выступлений и жанров радиожур-

налистики, одно из центральных мест она занимает в жанре радиорепортажа – наиболее динамичного, открытого и детерминированного авторским подходом, открытой композицией и нетривиальной концепцией раскрытия творческой задачи. На радио интонация выполняет акцентную, выделительную функцию в произнесении устного текста, раскрывает самое главное, самое существенное, что журналист хотел бы донести до массовой аудитории. К. Ю. Новиков отмечает: «Репортёр должен научиться следить за интонацией, соблюдать логические ударения, логические паузы. Желательно не допускать такой интонации, благодаря которой одна и та же фраза может быть двояко истолкована» [10, с. 52]. Интонация помогает журналисту раскрыть отношение к происходящему и дать её оценку. Слушатель воспринимает интонацию как внутреннее состояние выступающего, его искренность или неискренность.

Выразительность радиоречи зависит от нескольких критериев [12, с. 642–643]:

– дикция – отчётливое произнесение слов и слогов (наличие хорошей дикции, т. е. ясное для слушателей проговаривание текста – залог коммуникативного успеха журналиста);

– звучность – напряжение голоса (расслабленность, нетренированность голосовых связок не даёт возможность быть услышанным аудиторией, но и перенапряжение вредно сказывается на восприятии речи, поэтому нужна «золотая середина» – достаточно тренированный голос);

– темп – скорость речи (для информационного вещания рекомендуется произносить три слова в секунду, обычный темп речи составляет примерно 110 слов в минуту, большее их количество может превращаться в скороговорку и быть непонятным слушателю);

– высота – тональность голоса (её монотонность или немонотонность, монотонная речь противопоказана для выступлений по радио и телевидению, вызывает психологическое отторжение аудитории);

– тембр – окраска голоса (напряжённость мышц горла, работа челюсти, подвижность языка, губ и мягкого нёба, за тембр отвечают голосовые связки);

– артикуляция – правильное и отчётливое произношение звуков и их комбинаций (за артикуляцию отвечают активные органы

произношения – язык и губы и пассивные органы произношения – зубы, дёсны, мягкое и твёрдое нёбо).

Речь на радио (тактика речевого поведения) характеризуется следующими признаками:

- имитация в большинстве радиовыступлений разговорного стиля – квазиразговорность;

- диалогичность речевого поведения;

- общая приверженность, за некоторыми исключениями, нормам и этике речевого поведения;

- динамичный для восприятия аудиторией темп и ритм воспроизводства текста в эфире;

- соответствующая содержанию и смыслу радиосообщений мелодика высказываний (повышающаяся или понижающаяся);

- активная суггестия – чередование в тексте радиовыступления эмоциональных (экспрессивных) и стандартных (логических) средств воздействия на аудиторию;

- постоянное мировоззренческое (идеологическое) воздействие программ любого радиоканала на аудиторию, независимо от формы собственности вещателя, его информационной политики и содержания передач.

В публицистической речи по радио факты, как правило, всегда выражены с помощью образных и выразительных средств. Благодаря этой особенности аудитория радио окунается в ощущения и настроения автора журналистского произведения, становится участником речевого эфирного взаимодействия, способна реагировать на происходящее у микрофона. Так проявляется уникальность и универсальность особого типа современной вербальной коммуникации – радиопублицистики.

Для публицистического стиля радиокommunikации характерны, прежде всего, информационная и воздействующая функции. При этом воздействующая способность имеет доминирующее значение. Выразительность (экспрессия) радиопублицистики реализуется разными методами. В одном случае экспрессия достигается с помощью полемичности (проблемное интервью, аналитическая корреспонденция, комментарий, обозрение). В другом случае – благодаря максимально сдержанному, строгому информированию (информационное сообщение, хроника, выпуск новостей). В тре-

тьем случае – посредством непринуждённого диалога (беседа, круглый стол, дискуссия).

В зависимости от жанровых характеристик сообщений публицистичность речи на радио дифференцирована. Информационные передачи ориентированы на объективное логическое отражение действительности, речь в них строго структурирована, ей свойственна конкретность и экономия лексических средств – это связано с необходимостью в одном сообщении за малое количество времени дать наибольшее количество информации. Аналитические передачи включают исследование, комментирование актуального вопроса, проблемы, могут представлять дискуссию, что предполагает активное применение выразительных возможностей, оценок сообщаемого. Наивысшей степенью публицистичности обладают авторские передачи с явно выраженным публицистическим началом, экспрессивностью, самобытностью и яркостью речи. Эти программы ориентированы, как правило, на интеллектуально развитого, пристрастного и предвзятого слушателя, которому интересно «путешествовать» по лабиринтам размышлений публициста и, выслушав его, согласиться или не согласиться с его точкой зрения.

Не случайно именно публицистика считается высшей ступенью журналистского творчества. Публицистика многогранна, глубинна, затрагивает актуальнейшие вопросы нравственного бытия человека в ключевых сферах деятельности: политике, экономике, культуре. Публицистика – очень хрупкая субстанция, та часть публичного общения, которая формирует стержень, скелет невидимого понимания и расшифровывания окружающего мира. Она многогранна, не следует общественной моде и конъюнктуре, часто надрытна и нервозна, заставляет человека задавать самому себе неудобные и нелицеприятные вопросы о смысле его существования и о том, как он живёт, как реагирует на острые и злободневные проблемы. Собственно публицистический тип общения – очень редкий, «штучный» вид радиопередач и коммуникативной деятельности. Их мало и, как правило, они не имеют высоких рейтингов, но всегда запоминаются, врезаются в сознание и память аудитории.

Стремительные изменения в современном социуме и эфире радиостанций ведут к трансформациям радиожурналистики, меняют ее. Количественный рост современных радиостанций вызывает необходимость пристального исследования качества их вещания, мотивов и методов общения с радиослушателями.

Радиовещание меняется, как меняется жизнь вокруг нас. Во многих случаях поведение радиожурналистов и диджеев на отечественном радио становится свободнее, непринужденнее, часто легковеснее, бесшабашнее, чем в прежние подцензурные времена. Мода отдельных эфирных «звезд» на скандал, эмоцию, вызывающее поведение и настроение у микрофона – привлека-

тельная, но недолговечная, временная. Для аудитории и для журналистского сообщества актуальными остаются непреложные принципы: трудолюбие, социальная ответственность, профессиональная честь.

Речь человека – это зеркало его души, отражение его мыслей. Работнику любого СМИ, и особенно его аудиовизуального сектора, важно не только тонко чувствовать конъюнктуру мимолетных, «быстрых» запросов аудитории, но и понимать, что каждое выступление в массовой коммуникации формирует его профессиональную культуру, общественную и профессиональную репутацию, сказывается на дальнейшем жизненном пути, влияет на развитие журналистской карьеры.

Список литературы

1. Бернштейн С. И. Язык радио. М.: Наука, 1977. 47 с.
2. Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н. Курс радиотелевизионной журналистики. СПб.: Спец. лит., 2004. 288 с.
3. Дускаева Л. Р. Язык и стиль электронных СМИ // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. 696 с.
4. Егоров В. В. На пути к информационному обществу. М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2006. 192 с.
5. Зарва М. В. Слово в эфире: о языке и стиле радиопередач. 2-е изд. перераб. М.: Искусство, 1977. 179 с.
6. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англ.-рус. толковый слов. концепций и терминов (XXI век: информация и общество). М.: МГУ, 2004. 416 с.
7. Касевич В. Б. Семантика. Синтаксис. Морфология. М.: Наука, 1988. 309 с.
8. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009. 318 с.
9. Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики. СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2006. 272 с.
10. Новиков К. Ю. Радиорепортёр и радиорепортаж в XXI веке. История и трансформация жанра, перспективы профессии. М.: Изд-во ВК, 2005. 88 с.
11. Основы творческой деятельности журналиста / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб.: Знание: СПбИВЭСЭП, 2000. 272 с.
12. Русский язык и культура речи / под ред. В. И. Максимова. М.: Гардарики, 2001. 413 с.
13. Современный русский язык / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Питер, 2014. 352 с.
14. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики. М.: Аспект Пресс, 2002. 288 с.
15. Яковлев И. П. Основы теорий коммуникаций. СПб.: Ин-т управления и экономики, 2001. 230 с.

References

1. Bernshtein S. I. Yazyk radio. M.: Nauka, 1977. 47 s.
2. Vasil'eva T. V., Osinskii V. G., Petrov G. N. Kurs radiotelevizionnoi zhurnalistiki. SPb.: Spets. lit., 2004. 288 s.
3. Duskaeva L. R. Yazyk i stil' elektronnykh SMI // Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka / pod red. M. N. Kozhinoi. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Flinta: Nauka, 2006. 696 s.
4. Egorov V. V. Na puti k informatsionnomu obshchestvu. M.: In-t povysheniya kvalifikatsii rabotnikov televideniya i radioveshchaniya, 2006. 192 s.
5. Zarva M. V. Slovo v efire: o yazyke i stile radioperedach. 2-e izd. pererab. M.: Iskus-stvo, 1977. 179 s.
6. Zemlyanova L. M. Kommunikativistika i sredstva informatsii: angl.-rus. tolkovyi slov. kontseptsii i terminov (XXI vek: informatsiya i obshchestvo). M.: MGU, 2004. 416 s.
7. Kasevich V. B. Semantika. Sintaksis. Morfologiya. M.: Nauka, 1988. 309 s.
8. Korokonosenko S. G. Osnovy zhurnalistiki. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Aspekt Press, 2009. 318 s.
9. Mel'nik G. S., Kim M. N. Metody zhurnalistiki. SPb.: Izd-vo V. A. Mikhailova, 2006. 272 s.
10. Novikov K. Yu. Radioreporter i radioreportazh v XXI veke. Istoriya i transformatsiya zhanra, perspektivy professii. M.: Izd-vo VK, 2005. 88 s.
11. Osnovy tvorcheskoi deyatel'nosti zhurnalista / red.-sost. S. G. Korokonosenko. SPb.: Znanie: SPbIVESEP, 2000. 272 s.
12. Russkii yazyk i kul'tura rechi / pod red. V. I. Maksimova. M.: Gardariki, 2001. 413 s.
13. Sovremennyy russkii yazyk / pod red. L. R. Duskaevoi. SPb.: Piter, 2014. 352 s.
14. Smirnov V. V. Zhanry radiozhurnalistiki. M.: Aspekt Press, 2002. 288 s.
15. Yakovlev I. P. Osnovy teorii kommunikatsii. SPb.: In-t upravleniya i ekonomiki, 2001. 230 s.