

УДК 81.276.5

© А.К. Шевцова

РАДИОДИСКУРС В СВЕТЕ СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье представлен теоретический обзор современных научных исследований, посвященных радиодискурсу как одному из наиболее актуальных и доступных разновидностей масс-медиа (медийного дискурса). Радиокommunikация стала объектом активного лингвистического изучения в силу происходящих изменений в стратегиях и тактиках речевого поведения ее участников в наши дни. Радиодискурс рассматривается как комплексное, неоднородное образование, для которого в той или иной степени характерны экспансия неcodифицированных сфер языка, разрушение языковой нормы, следование языковой моде, увеличение числа заимствований, диалогизация и интимизация общения, усиление личностного начала, медийного аналитизма, доли фатической составляющей и степени спонтанности.

The article presents a theoretical overview of the current research on radio discourse as one of the most relevant and available kind of the massmedia (media discourse). Radio communications has become the subject of active linguistic study for reasons of the changes in the strategy and tactics of verbal communication of the participants. Radio discourse is analyzed as a complex, heterogeneous formation, for which expansion of uncodified spheres of a language is typical as well as the destruction of the linguistic norm, succession of linguistic models, increasing of borrowings, dialogization and intimitization of communication, strengthening of personal origin, media analytism, parts of a phatic component and the degree of spontaneity.

В эпоху глобализации и динамичного развития общества средства массовой информации играют одну из ключевых ролей. Язык массовой коммуникации является наиболее актуальным, отражающим самые последние тенденции и феномены в социальной реальности. Медиадискурс проникает во все типы обиходного и институционального общения, определяет речевое поведение индивидов, является «зеркалом общества» [Дрига 2008; Добросклонская 2005, с. 17].

Изучение массовой коммуникации как социального явления и процесса возникло в 1920-е гг., ее проблемы рассматривались в контексте общей социологии. Начало исследований массовой коммуникации и обоснование проблемных вопросов связывают с именем немецкого социолога М. Вебера. В 1910 г. им была методологически обоснована необходимость изучения прессы в социологическом аспекте и убедительно показана ориентация периодической печати на различные социальные структуры, ее влияние на формирование человека как члена социума. Он также сформулировал социальные требования, которые предъявляются к журналисту, обосновал метод анализа прессы. В последующие годы изучение массовой коммуникации

проводилось в трех аспектах – теоретическом, прагматическом и экспериментально-прикладном [Конечкая 1997].

К средствам массовой коммуникации в настоящее время относят достаточно большое количество технических средств – от традиционных радио и телевидения до рекламных щитов и компьютерных линий связи, общественных организаций, «учреждений» [Луман 2005, с. 9] и человеческих ресурсов. Массовая коммуникация может рассматриваться как процесс распространения информации, в котором задействованы вышеназванные средства [Добросклонская 2005, с. 15–16]. При определении медийной коммуникации чаще всего акцент делается на массовость аудитории и воздействующий потенциал, способность влиять на мнения, оценки и поведение людей [Философский энциклопедический словарь 1989, с. 344; Желтухина 2001, с. 156]. Кроме того, массмедиа – это среда, в которой производятся, транслируются и эстетизируются культурные коды. Основным свойством массовой коммуникации в широком смысле является выявление нового в объективной реальности и тиражирование этого нового, которое становится социально значимой информацией, с привлечением все новых участников [Березин 2003, с. 50].

Массовая коммуникация имеет ряд особенностей, к которым относятся использование репродукционных и высокоскоростных средств связи и информации, массовость и гетерогенность аудитории, быстрое распространение сообщений, небольшая потребительская стоимость получаемой информации [Землянова 2004, с. 118; Назаров 2003, с. 10]. Г.Я. Солганик усматривает особенности медиатекста в особом типе автора, специфической текстовой модальности, многообразном проявлении авторского «я», рассчитанного на включенность в процесс общения, в процесс коммуникации. Автор подчеркивает наличие общих черт у радио-, телевизионных и газетно-публицистических текстов и указывает на необходимость их «дифференцирующего изучения» [Солганик 2005, с. 14].

Исследователями отмечается субъективность передаваемой массовой информации, унификация и догматизация мышления большинства населения (М.Р. Желтухина), антропоцентризм (Т.В. Ларина). Для медиакоммуникации характерна экспансия некодифицированных сфер языка, разрушение языковой нормы, следование языковой моде, увеличение числа заимствований. В последнее время все больше отмечается тенденции к унификации, глобализации всего информационного пространства, стиранию границ между медийным дискурсом разных стран. Выдвигаются гипотезы об использовании широкого спектра аналогичных равноуровневых средств и языковых приемов в медиадискурсе на различных языках [Кардумян 2011]. Однако, следует акцентировать внимание и на различиях

В медийном дискурсе, так как, на наш взгляд, они неизбежны, учитывая лингвокультурные особенности каждого языка, и представляют собой наибольший интерес для изучения. Например, британские ведущие чаще по сравнению с русскими или белорусскими дают завышенную оценку гостю программы, прибегают к многочисленным эмоционально нагруженным лексемам, вклиниваются, перебивают собеседника для того, чтобы уточнить или помочь. Исследования в области этнолингвистики подтверждают данную закономерность и объясняют это большей эмотивностью англоязычной коммуникации [Ларина 2009].

В научной литературе по лингвистике используются различные наименования дискурса СМИ: дискурс масс-медиа (М.Ю. Кочкин, Е.И. Шейгал), масс-медиаальный дискурс (М.Р. Желтухина), массово-информационный дискурс (В.И. Карасик, А.В. Олянич). Представляется целесообразным, по нашему мнению, использовать термин «медийный дискурс», получивший наибольшее распространение в последнее время, в том числе в средствах массовой информации.

Язык массовой коммуникации получил статус отдельной области речеупотребления, характеризующейся определенными чертами на всех языковых уровнях. Речь идет о формировании нового функционального стиля массовой коммуникации [Добросклонская 2005, с. 25-26]. Представляется, однако, что в настоящее время публицистический, или медийный, функциональный стиль менее определен, чем, например, научный или художественный. Он гораздо более интегрирован с немаркированным бытовым стилем [Кибрик 2008].

Вопрос обоснованности понятия «дискурс СМИ» рассматривается также в контексте дискурсивного анализа, что позволяет усомниться в правомерности этого понятия. Отмечается, что дискурсы СМИ с точки зрения модуса неоднородны: газетный дискурс – письменный, радиодискурс – устный и т. д. В контексте СМИ используется множество жанров, что также говорит о неоднородности медийного дискурса в этом отношении. По мнению А.А. Кибрик, типы дискурса следует постулировать не ситуативно, а на основе четких критериев, демонстрирующих отличия одного типа от другого. Медийные контексты слишком многообразны для того, чтобы идентифицировать медийный дискурс как инвариант или прототип. Однако предполагается, что отдельные медийные жанры могут иметь достаточно устойчивые характеристики. В этом случае совокупность таких жанров может быть взята за основу при определении медийного дискурса [Кибрик 2008].

Медийный дискурс предполагает сочетание вербального или невербального, устного или письменного текста с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Это дискурс, взятый в

событийном аспекте, представляющий собой действие, отражающий механизм сознания участников коммуникации и участвующий в социокультурном взаимодействии [Желтухина 2001, с. 156–157]. Такой подход к рассмотрению медийного дискурса обуславливает необходимость его междисциплинарного исследования. На базе общей теории коммуникации и теории информации массовая коммуникация рассматривается в русле проблематики философии, социологии, психологии, этнографии, лингвистики и других гуманитарных наук. Но наибольшую важность для теоретического и прагматического аспектов массовой коммуникации представляют междисциплинарные направления, отраженные в таких интегративных научных дисциплинах, как психолингвистика, социопсихология, социолингвистика, социокоммуникация и др., поскольку изучение взаимодействия многих факторов, которые обуславливают массовую коммуникацию, позволяет выяснить основное – ее механизм, способы функционирования и средства воздействия на общество и индивидов [Конечкая 1997]. Например, в психолингвистике на материале речевых актов рассматриваются пути оптимизации речевого воздействия и возможности их моделирования (А.А. Леонтьев, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева и др.). С целью изучения особенностей функционирования языка в условиях массовой коммуникации как вида социального общения исследуются различные аспекты функциональных стилей периодической печати (В.Г. Костомаров, А.Д. Швейцер, Г.Я. Солганик), радио- и телепередач (М.В. Зарва, С.В. Светлана). Активно проводится исследование роли устных каналов передачи информации в формировании речевых норм (Л.П. Крысин). Изучение принципов социолингвистических измерений вариативности языка – лингвистического, информационно-содержательного и коммуникативного – и обоснование трехчастной модели измерений (С.И. Трескова) существенно для методики исследования массовой коммуникации [Конечкая 1997].

Несмотря на развитие ультрасовременных технических приспособлений-медиаторов, наиболее доступным, компактным, неприхотливым и оперативным средством общения, каналом распространения информации остается радио. Оно позволяет выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии уже в момент начала этого события, при этом имея минимум технических средств и без предварительной подготовки. Кроме того, прослушивание радио можно легко совмещать с выполнением повседневных дел, производственной занятостью и бытовыми реалиями. Исследователями отмечаются кардинальные изменения во всех сферах современного вещания: организационных, финансовых, структурных, содержательных. Демонопользация эфира, отмена цензуры, появление большого числа коммерческих радиостанций, обусловивших конкурентную

ситуацию в эфире, увеличение объема местного вещания повлияло на творческую работу радиожурналистов, на их отношениях с аудиторией.

Под воздействием глубоких политических перемен, происходящих в обществе, менялась и сама аудитория, ее ожидания, интересы, предпочтения. В результате устоявшаяся жанровая система значительно трансформировалась. Так, произошли отказ от отраслевого вещания, увеличение объема новостных программ, выход ведущего на первый план в структурировании звукового материала и в контактах со слушателями, интерактивность вещания, значительно расширившая формы прямого общения со слушателями, борьба за рейтинг, от которого зависит активность рекламодателей, а значит, и экономическое, финансовое положение радиостанции. Перемены, наметившиеся в вещании в конце 1980-х годов, получили широкое распространение, но уже на иной социальной основе, способствующей функциональным переменам в вещании [Смирнов 2002].

Стала складываться радиожурналистика нового типа, основным качеством и признаком которой является прямая обращенность к аудитории, ориентация на пропаганду новых нравственных ценностей, отражающих капитализацию страны и общества. Радиовещание оказывает значительное психологическое воздействие на публику. Ориентированное главным образом на слуховое восприятие, радио более других средств в системе СМИ воздействует на воображение и сознание людей [Радиожурналистика 2002; Смирнов 2002; Кобозева 2001].

Радиодискурс представляет собой относительно новый для лингвистики объект изучения, являясь при этом ценным источником материала, отражающего динамические процессы в конкретном языке. В большинстве современных работ, посвященных медиадискурсу, речь идет о печатных СМИ, телеречи, Интернет-коммуникации. Актуальность обращения к радиодискурсу обусловлена еще и тем, что эта сфера речевого взаимодействия характеризуется на данном этапе изменениями в стратегиях и тактиках речевого поведения ее участников [Нестерова 2009, с. 15].

Радиодискурс до сих пор остается малоизученной областью коммуникации: не определен ее научный статус, научно-понятийный аппарат, не изучено коммуникативное своеобразие. Радиоречь может интерпретироваться как коммуникативно-функциональная разновидность устной литературной публичной речи, которая представляет собой процесс производства вербального текста в условиях радиокommunikации. Под радиоречью подразумевается реализуемая в радиоэфире речевая деятельность и ее результат – устно порождаемый текст (радиотекст) [Босый 2007, с. 528-529].

При выявлении специфики радиодискурса релевантно одно из наиболее устоявшихся и цитируемых в лингвистике пониманий дискурса,

предложенное Н.Д. Арутюновой. Под дискурсом понимают либо «связный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и др.) факторами, либо текст, взятый в событийном аспекте, либо речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии и механизмах их создания (когнитивных процессах)»; дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1990, с. 136-137]. Таким образом, для реализации радиодискурса необходимым условием является наличие событийного контекста, экстралингвистических обстоятельств, коммуникативных установок, в которых протекает радиокоммуникация (как общих, отражающих социокультурные доминанты, так и частных, демонстрирующих особенности конкретной коммуникативной ситуации) [Босый 2007, с. 528-529].

Совокупность всех фрагментов, составляющих эфирный час, показывает, что радиодискурс – явление специфическое. Для выявления его детерминирующих признаков необходимо выяснить, например, что включать в понятие «радиодискурс»: вербализующиеся в данный момент реальными участниками фрагменты радиоречи, отдельные спонтанные реплики, подготовленные и прочитанные дискурсные фрагменты. Возможно, следует считать все звучащие в радиозфире фрагменты (заставки, перебивы, музыкальные композиции) составляющими радиодискурса, отмечая при этом его ярко выраженную интертекстуальность и дифференцируя ядро (собственно радиоречь – речь радиоведущих и других участников коммуникативной ситуации) и периферию (все прочее).

Говоря о функциях радиокоммуникации, следует упомянуть традиционную схему разделения задач среди наиболее популярных сфер СМИ: дело радио – информировать, дело телевидения – демонстрировать, дело газеты – анализировать и объяснять. Указанная триада говорит лишь о приоритетах в практике каждого из каналов коммуникации, так как ни одна из вышеназванных формул не реализуется в чистом виде [Радиожурналистика 2002]. Помимо информирования современному радиовещанию присущи и многие другие функции: развлекательная, рекламная, консолидирующая, воспитательная, эстетическая, агитационно-пропагандистская, организаторская, просветительская, функция общения, выражения и формирования общественного мнения [Смирнов 2002; Радиожурналистика 2002; Добросклонская 2005; Богомолова 1991]. Некоторыми исследователями отдельно называется гедонистическая функция – создание определенного эмоционально-экспрессивного фона.

На наш взгляд, в сфере радиокоммуникации, как и в медиакоммуникации в целом, в настоящее время наблюдается усиление медийного анали-

тизма. Данная тенденция выражается в аналитической и аргументативной направленности большинства передач, в анализе действительности, ее авторской оценке, вовлечении адресата в виртуальный или реальный диалог с адресантом, убеждении слушателей в истинности того или иного суждения [Кардумян 2011]. Усиление медийного аналитизма ведет к распространению аналитических жанров радиодискурса, например, радиодискуссий, бесед, комментариев, аналитических интервью. Такие программы призваны помочь слушателям сориентироваться в информационном потоке, проанализировать события социальной, политической и экономической жизни, сформировать собственное мнение по тому или иному поводу.

Радиовещание, представляющее собой особое коммуникативное пространство, имеет ряд специфических признаков, отличающих его от сферы межличностного общения: дистантность, опосредованность, отсутствие визуализации, массовость слушательской аудитории, всеохватность, скорость передачи информации, связь со временем, которая выражается в необратимости, одномоментности, линейности, непрерывности [Нестерова 2009]. Специфика данного коммуникативного канала обуславливает и особенности жанров общения, специфику поведения и речи его участников, форм их взаимодействия со слушателями. Внутренние связи между фрагментами дискурса, логика материала, система аргументации должны организовываться в соответствии с законами звучащей речи [Смирнов 2002]. Слушательская аудитория лишена возможности получать дополнительную информацию, наблюдая за жестами, позами, мимикой говорящих. Радиодискурс предполагает лишь восприятие на слух речи, «отделенной от человека». Голос начинает жить самостоятельной жизнью, и это, естественно, повышает его собственную информативную ценность. Бесконтактная (асимметричная) речь имеет свои преимущества и специфические черты. Однако эта тема для отдельного исследования, которую невозможно осветить в рамках данной статьи. Мы остановимся на особенностях радиодискурса на настоящем этапе его развития.

Исследователи медийного дискурса, в том числе радиодискурса, указывают на его активную диалогизацию, придание ему вида спонтанной, разговорной речи с отступлениями от языковой нормы [Ларина 2004, с. 7; Босый 2006]. Кроме того, отмечается усиление личностного начала [Куранова 2008, с. 7]. Как гость, так и ведущий высказывают свое личное видение той или иной проблемы. Наиболее ценной и интересной для слушателей представляется авторитетная, но во многом субъективная точка зрения.

Существуют исследования, посвященные изучению типов диалогов в радиоэфире, анализу их структур и попыткам их классификации по тематико-целевой направленности, по степени тематической разработанности и т. п.

(например, А.С. Певзнер). По сравнению с радиовещанием в 1990-е гг. сейчас наблюдается тенденция к увеличению доли диалогической речи как средства привлечения слушателей. Также наблюдается сокращение временной протяженности звучащих диалогов, что ведет к редукции содержания, выражающегося в тематико-целевой однотипности, стандартных коммуникативно-структурных аспектах, содержательной неразработанности примеров и в формировании набора коммуникативных тактик, не предполагающих развернутого диалога [Певзнер 2007, с. 79]. Отмечается тенденция к стандартизированию и упрощению радиодиалогов, использованию отработанных коммуникативных формул.

По мнению некоторых лингвистов, радиодискурс совмещает в себе черты кодифицированного литературного языка и разговорной речи, представляя собой коммуникативно-функциональную разновидность устной литературной публичной речи, которая имеет свою норму, отличную от книжной или разговорной [Босый 2006, с. 4]. Любая публичная речь ориентирована на массовую аудиторию, что обуславливает использование преимущественно нейтральных, общелитературных языковых средств (кодифицированного литературного языка). Однако при этом допускается использование ряда приемов из арсенала разговорной речи, что объясняется установкой на интимизацию общения, «оживление» беседы [Земская 1981, с. 58].

Одним из приемов интимизации общения, к примеру, является демонстрация в эфире журналистской саморефлексии, динамики мыслей и переживаний. Этому способствует использование разговорной эмоционально окрашенной лексики, фразеологических и лексических образных средств, синтаксических средств выразительности (обратный порядок слов, риторические вопросы, элементы разговорного синтаксиса и т. п.), использование особой интонации. Кроме того, для радиодискурса отмечается увеличение доли фатической составляющей по сравнению с информативной [Босый 2007, с. 528]. В речи ведущих радиопередач все чаще появляются слова и конструкции, характерные для бытовой сферы общения. Синтаксическое построение предложений, многочисленные повторы, паузы также свидетельствуют о возрастании степени неподготовленности речи и ослаблении официальности в публичном общении.

Выбор языковых средств, используемых в радиоэфире, зависит от жанровых и целевых установок, тематики той или иной программы. Например, для информационного вещания с установкой на объективную позицию ведущего характерна спокойная тональность, сдержанность и ощущение объективности дискурса, отсутствие ярких речевых выразительных средств. Авторские информационно-аналитические программы находятся на другом полюсе информационных передач. Между дикторским

и спонтанными вариантами говорения в эфире наблюдается третий, промежуточный тип, представленный речью корреспондента или комментатора, которая опирается на письменный текст, как дикторская, но включает различные элементы, способствующие ее непринужденности [Босый 2006, с. 4]. Объединяет же разные типы коммуникации то, что в любом случае осуществляется общение, то есть «сообщение адресантом адресату некоего информативного и фактического содержания для воздействия на его интеллектуальную и эмоциональную сферы» [Формановская 2002, с. 18]. Таким образом, неоднородность радиодискурса является результатом его жанрово-тематической разноплановости.

Речь в радиоэфире является в основном социально-ориентированной. Психологически говорящий имеет внутреннюю установку на общение не с одним человеком, а с целой аудиторией [Леонтьев 1974, с. 34]. Даже в ситуации беседы с приглашенным гостем в студии ведущий ориентирует разговор на слушателя, прямо или косвенно адресует ему вопросы, спрашивает от его имени. Но в радиообщении присутствуют и элементы личностно-ориентированной коммуникации, так как оно имеет целью, в том числе, и воздействие на формирование и изменение отдельной личности, ее поведения [Леонтьев 1974, с. 43].

Радиокommunikация не лишена обратной связи, которая помогает ее участникам скорректировать свое речевое поведение. Такая обратная связь имеет двоякий характер. Во-первых, это непосредственный контакт со слушателями посредством звонков в эфире, писем в редакцию. Во-вторых, это представление участников коммуникации о возможной и ожидаемой реакции публики. Это так называемая скрытая обратная связь, являющаяся, по мнению специалистов, основной для радиообщения [Леонтьев 1974, с. 45]. Опытный ведущий или просто человек, часто выступающий по радио, достаточно точно представляет себе, какотреагируют слушатели в том или ином месте его сообщения.

Выступление на радио требует особой доверительно-интимной манеры общения. Психологическое воздействие радиодискурса усиливается при обращении к каждому слушателю в отдельности [Леонтьев 1974]. Это объясняется психологической рассредоточенностью радиопублики, ее разнообразием и устойчивостью к «заражению». В лингвистической литературе существует мнение, согласно которому радиокommunikация имеет не столько воздействующий потенциал, сколько представляется как взаимодействие, общественный диалог между коммуникатором и радиослушателем [Леонтьев 1974, с. 68–69].

Таким образом, современная радиоречь отличается большим разнообразием используемых языковых средств. В результате этого происходит

совмещение разных функционально-стилистических пластов в рамках одной сферы общения и даже в рамках одного жанра [Босый 2007, с. 529].

Из проведенного теоретического обзора следует, что радиодискурс представляет собой сложное, неоднородное образование, являющееся результатом взаимодействия речевых структур разных жанров со свойственной им социальной обусловленностью. Однако, несмотря на отсутствие четкой однородной структуры, по нашему мнению, можно говорить об обоснованности понятия медийного дискурса и, в частности, радиодискурса.

Изучение структуры радиодискурса, его семантических и синтаксических особенностей, основных стратегий его развертывания являются актуальными проблемами современной коммуникативной лингвистики.

Литература

Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136-137.

Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 153 с.

Богомолова, Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 127 с.

Босый, П.Н. Современная радиоречь в аспекте успешности / неуспешности речевого взаимодействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / П.Н. Босый. – Томск, 2006. – 23 с.

Босый, П.Н. Современная радиоречь как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс] / П.Н. Босый, Н.Г. Нестерова. – 2007. – Режим доступа: <http://www.philoLmsu.ru/~rlc2007/pdf717.pdf> – Дата доступа: 02.03. 2012.

Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – М.: УРСС, 2005. – 288 с.

Дрига, С.С. Социальный дейксис дискурса массовой коммуникации (на материале ток-шоу): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / С.С. Дрига; Тверской гос. ун-т. – Тверь, 2008. – 16 с.

Желтухина, М.Р. Специфика масс-медийного дискурса / М.Р. Желтухина // Язык и общество на пороге нового тысячелетия: итоги и перспективы. – М.: УРСС, 2001. – С. 156-159.

Землянова, Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 416 с.

Земская, Е.А. Русская разговорная речь / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Е.Н. Ширяев. – М.: Наука, 1981. – 276 с.

Кардумян, М.С. Языковая специфика аналитической разновидности дискурса масс-медиа (на материале статей на русском и английском языках): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / М.С. Кардумян. – Ставрополь, 2011. – 22 с.

Кибрик, А.А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»? / А.А. Кибрик // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. трудов / под ред. А.Г. Пастухова. – Орел: ОГИИК, 2008. – Вып. 6. – С. 6-11.

Кобозева, И.М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ / И.М. Кобозева // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 100-114.

Конечкая, В.П. Социология коммуникации: учебник / В.П. Конечкая. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.

Куранова, Т.П. Языковая игра в речи радио- и телеведущих: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Т.П. Куранова; Ярославский гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского. – Ярославль, 2008. – 24 с.

Ларина, Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ): автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.Г. Ларина. – Волгоград, 2004. – 23 с.

Ларина, Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских линвокультурных традиций / Т.В. Ларина. – М.: Языки славянских культур, 2009. – 512 с.

Леонтьев, А.А. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации / А.А. Леонтьев. – М.: Наука, 1974. – 146 с.

Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Практис, 2005. – 256 с.

Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований: хрестоматия / М.М. Назаров. – М.: УРСС, 2003. – 240 с.

Нестерова, Н.Г. Коммуникативно-прагматическая специфика спонтанного радиодискурса / Н.Г. Нестерова // Вестник Томского гос. ун-та. – 2009. – № 318. – С. 37–41.

Нестерова, Н.Г. Коммуникативно-прагматические особенности этикетных речевых жанров в радиодискурсе / Н.Г. Нестерова // Вестник Томского гос. ун-та. – 2009. – № 320. – С. 15-20.

Певзнер, А.С. Специфика диалога в практике региональных коммерческих радиостанций / А.С. Певзнер // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2007. – № 8. – С. 73–79.

Радиожурналистика: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / под ред. А.А. Шереля. – 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа. 2002. – 476 с.

Смирнов, В.В. Жанры радиожурналистики: учеб. пособие для вузов / В.В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 288 с.

Смирнов, В.В. Система жанров радиожурналистики: история. теория. особенности функционирования: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.01.10 / В.В. Смирнов. – Ростов на Дону, 2002. – 44 с.

Солганик, Г.Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» / Г.Я. Солганик // Вестник Московского ун-та. Серия 10. – 2005. – № 2. – С. 7-15.

Философский энциклопедический словарь. – М.: Сов. энциклопедия. 1989. – 815 с.

Формановская, Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М.: Русский язык, 2002. – 216 с.