

## Специфика общения адресанта и адресата в современной радиожурналистике

© Т.Е. Михалев

*Иркутский национальный исследовательский технический университет,  
г. Иркутск, Российская Федерация*

**Аннотация.** В статье затрагивается тема особенностей коммуникативной составляющей в творчестве журналиста при проведении прямых радиозэфиров региональных программ (на примере радиостанции «Наше радио»). Ознакомление с данной темой практикующих, известных и начинающих журналистов поможет определить специфику радиовещания в регионах, а также выявить функциональные задачи, которые направлены на реализацию успеха журналиста, что позволит избежать неточностей и ошибок в профессиональной деятельности. В работе также рассмотрен вопрос о месте радио в системе средств массовой коммуникации. Обозначены общественные функции, специфика, виды, особенности творческого процесса на радио, определены выразительные средства, используемые на радио, а также характер общения с аудиторией. Рассмотрено понятие радиоаудитории. Даны базовые представления о профессии радиожурналиста. Охарактеризованы онтологические и коммуникативные возможности, виды выразительных средств и функции радиовещания. Указана современная структура и типология «Нашего радио». Проведён анализ, показаны отличительные черты неподготовленного текста и импровизации ведущих на радиостанции. Раскрыты аспекты правильного общения с публикой, а также приёмы, направленные на то, как можно заинтересовать слушателей. В данной работе также обозначены способы подачи информации адресату.

**Ключевые слова:** радиожурналистика, радио, адресат, адресант, региональные программы, речевые ошибки, интерактив

## Specificity of Communication of Addressee and Recipient in Modern Radio Journalism

© Timofey E. Mikhalev

*Irkutsk National Research Technical University,  
Irkutsk, Russian Federation*

**Abstract.** The article touches on the topic of the features of the communicative component in the work of a journalist during live radio broadcasts of regional programs (in the case of the radio station «Our Radio»). The presentation of this topic to practitioners, celebrities and novice journalists will help to define the specifics of radio broadcasting in the regions, as well as to identify the functional tasks that aim at the success of the journalist, to avoid inaccuracies and errors in professional activities. The article also considers the place of radio in the mass communication system, outlines social functions, specifics, types, features of the creative process on the radio, and defines the expressive means used on the radio, as well as the nature of communication with the audience. The article discusses the concept of radio audience. The article gives basic ideas about the profession of a radio journalist, describes the ontological and communicative possibilities, types of expressive means and functions of radio broadcasting, and indicates the modern structure and typology of «Our Radio». The analysis shows the distinctive features of the unprepared text and improvisation of the presenters at the radio station. The article reveals the aspects of correct communication with the public, as well as techniques aimed at how you can interest the audience. This article also outlines the ways of presenting information to the addressee.

**Keywords:** radio journalism, radio, recipient, addressee, regional programs, speech errors, interactive

Современная радиожурналистика рассматривает прямые эфиры как интерактив со слушателем. Ведущие строят программы в прямом эфире, используя такие средства, как невербальные способы диалогического инициирования (пафос ведущего, интонация, логические паузы, ударения и

тембр его голоса) и текст определённой степени экспрессивности [1].

Для изучения специфики общения адресанта и адресата на радио рассматриваются особенности радиотекста, произносимого в прямом эфире, и его влияние на слушателей.

Следует заметить, что отличительной чертой спонтанного текста по сравнению с заранее подготовленным материалом является эмоциональность и экспрессивность [2]. Важным условием правильного взаимодействия между радиоведущим и публикой становится диалогичность. Чтобы диалог мог состояться, необходимо уметь заинтересовать слушателя. Для достижения данной цели можно использовать несколько методов удерживания интереса аудитории.

1. Такой приём, как авансирование, предполагает затягивание информации, которая интересует слушателей. Использование данного приёма на практике предполагает краткое упоминание интересного факта. С целью поддержать интригу и захватить внимание слушателей на какое-то время ведущий умалчивает подробности до определённого момента [3].

2. Использование в монологе средств диалогичности. Для этого приёма характерны два вида воздействия на аудиторию – открытый и скрытый. Для ведущих радиопередач более привычен второй вид. Обращение радиоведущего направлено к нему самому по схеме «вопрос – ответ», а также может предполагать косвенные и скрытые вопросы к аудитории [4].

3. Грамотное расставление акцентов в вещании. Благодаря изменению темпа и ритма речи, паузам, интонации можно привлечь к себе внимание слушателей. Монотонный монолог и неэмоциональное изложение ухудшают ситуацию, и выступающий теряет интерес аудитории.

4. Применение риторических фигур (обращение, восклицание и вопрос). Выразительные средства добавляют в текст определённые оттенки, усиливающие его ясность и красочность [5].

5. Обращение к слушателям напрямую – распространённая форма поддержания интереса аудитории [6]. Ведущие «Нашего радио» в авторских программах в целом употребляют односложные формы обращения к слушателям, например, «друзья».

6. Использование звукового ряда. Прямой эфир, наполненный звуковым рядом, способствует более лёгкому восприятию радиотекста, а также расслабляет аудиторию.

Ведущие «Нашего радио» используют в речи множество лексических повторов, междометий, слов-паразитов. Для поддержания интереса аудитории радиоведущим

необходимо выражать свои мысли грамотно, ясно и коротко, даже если текст не подготовлен заранее [7]. Такой текст будет иметь следующие отличительные черты, которые связаны с обращением к аудитории и с привлечением её внимания:

1) характерным для радиожурналистики является то, что в ней используется разговорный стиль. Поэтому обращение к слушателю осуществляется только по имени и отчеству (фамилия в данном случае не называется), а также по сценическому имени<sup>1</sup>. Кроме этого, используются обращения по гендерному признаку («Мужчина, представьтесь»), по территориальному происхождению («Здравствуй, Иркутск!»). Необходимо отметить, что в программах не идёт речь о профессии и происхождении, так как это не является приемлемым [8];

2) используется как официальное приветствие («Добрый день, уважаемые слушатели»)<sup>2</sup>, так и неофициальное («Привет, привет, уважаемые поклонники «Нашего радио»). Ведущий также может выразить свою позицию по какому-либо вопросу и показать своё отношение к собеседнику («Да уж, Вадим, загнул так загнул...») [8];

3) в радиозэфире уместны провокации ведущих. Например, дикторы произносят фразу, которая вызывает несогласие аудитории<sup>3</sup>, и после того, как в студию поступает вопрос, диджеи дают правомерное суждение на заданную тему [9] («Если вы самоучка и занимаетесь каким-либо спортом самостоятельно, то главное, не забрасывать, красивое тело вам никто не обещает...»);

4) употребление ведущими односложных обращений<sup>4</sup>. Для данной черты характерно то, что диджеи говорят размеренно, медленно, чтобы люди могли понять последовательность мысли и логику высказывания;

<sup>1</sup> Сергей Шнуров: «У нас появился мальчик для битья – Ба-ста» // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/sergey-shnurov-u-nas-poyavilsya-malchik-dlya-bitya-basta> (11.11.2020).

<sup>2</sup> Сергей Гилев на «Нашем радио» // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/sergey-gilev-nanashem-radio> (11.11.2020).

<sup>3</sup> «Полнейший бардак»: Андрей Макаревич об отсутствии норм по проведению концертов // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/polneyshiy-bardak-andrey-makarevich-ob-otsutstvii-norm-po-provedeniyu-kontsertov> (11.11.2020).

<sup>4</sup> Как делать уборку под рок-музыку // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/kak-delat-uborku-pod-muzyku> (11.11.2020).

5) использование шуточных форм помогает слушателям расслабиться и перевести дух. Подобный приём служит также для того, чтобы человек мог переосмыслить услышанную ранее информацию<sup>5</sup>. Однако не каждый человек умеет хорошо шутить, именно поэтому диджеям нужно шутить аккуратно, чтобы юмор был понятен широкой аудитории [10];

6) использование ведущими особых текстов или же выражений для привлечения интереса публики<sup>6</sup>;

7) для удерживания внимания слуша-

телей ведущие употребляют цитаты известных для публики личностей<sup>7</sup>.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что радиожурналистам необходимо следить за скоростью подачи информации (чтобы не допускать деформации звуков), за артикуляцией, а также не допускать фонетических ошибок. Допущение в речи вышеуказанных ошибок и неточностей возможно ввиду отсутствия конкретной рекомендательной литературы по радиожурналистике, а также по причине наличия особых личностных качеств диджеев. Также ведущие радиопрограмм часто допускают в своей речи неточности и оговорки, так как текст не был заготовлен заранее.

<sup>5</sup> «С кем вчера я пил?» – ДДТ выпустили клип «Пруст» // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/s-kem-vchera-ya-pil-ddt-vypustili-clip-prust> (11.11.2020).

<sup>6</sup> Как будет выглядеть Ведьмак во втором сезоне? // Наше радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/kak-budet-vyglyadet-vedmak-vo-vtorom-sezone> (11.11.2020).

<sup>7</sup> Наши музыканты о Джоне Ленноне // Наше Радио [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nashe.ru/news/nashi-muzykanty-pro-dzhona-lennon> (11.11.2020).

### Библиографический список

1. Бороздина Г.В. Как завоевать и удерживать внимание аудитории // Pedved [Электронный ресурс]. URL: <http://pedved.ucoz.ru/publ/33-1-0-49> (19.09.2020).

2. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории: монография. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.

3. Ивченко Л.Д. Ни дня без шутки. Журналисты шутят, а поводов у журналистов – масса. М.: Ленанд, 2015. 152 с.

4. Ключев Ю.В. Радиожурналистика в социуме: ее современное состояние и прогноз // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2007. Вып. 1. С. 109–114.

5. Лапшина Г.С. Искусство глазами журналиста: монография. М.: Флинта, 2016. 280 с.

6. Тулупов В.В. Традиции и новаторство в медиаобразовании // Информационное общество. 2003. Вып. 3. С. 16–19.

7. Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации: монография. Челябинск: Челябин. гос. ун-т, 2007. 270 с.

8. Федоров А.В., Чельшева И.В. Медиаобразование в современной России: основные модели // Высшее образование в России. 2004. № 8. С. 34–39.

9. Ширяев Е.Н. Семантико-синтаксическая структура русского разговорного диалога // Русский язык в научном освещении. 2001. № 1. С. 132–147.

10. Черникова Е.В. Грамматика журналистского мастерства. М.: АНО «ШКИМБ», 2015. 239 с.

### Сведения об авторе / Information about the Author

**Михалев Тимофей Евгеньевич**, студент группы ЖРБ-17-1, Институт экономики, управления и права, Иркутский национальный исследовательский технический университет, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Российская Федерация, e-mail: hleba.net@mail.ru

**Timofey E. Mikhalev**, Student, Institute of Economics, Management and Law, Irkutsk National Research Technical University, 83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federation, e-mail: hleba.net@mail.ru