ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики, Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия; e-mail: shesterina8@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ МЕТАПРОГРАММ В СОВРЕМЕННОМ РАДИОЭФИРЕ

Проблема привлечения и удержания внимания, а также формирования интереса к медиатексту в условиях увеличения информационного обмена представляется актуальной. Особенно значима она для радио, где сообщения воспринимаются в основном потоково. В статье анализируется потенциал ключевых метапрограмм в аспекте стимулирования интереса к конкретному медиатексту. Обращается внимание на актуализацию в эфире топовых радиостанций таких метапрограмм, как метапрограммы «Люди», «Ценности», «Процесс», «Сходство», «Прошлое», «Достижение», «Власть», «Рефлексивность». Делается вывод о приобретении этими программами специфических черт в условиях современной медиакоммуникации. Отмечается тенденция проявления всех или почти всех метапрограмм в одном радиопроизведении, а также усиление эффекта взаимопроникновения метапрограмм как средства повышения эффективности радиосообщений.

Ключевые слова: *радиоэфир, радиопередача, метапрограмма, медиавосприятие.*

Alla M. Shesterina, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Television and Radio Journalism, Voronezh State University, Voronezh, Russia; e-mail: shesterina8@gmail.com

CHARACTERISTICS OF METAPROGRAM ACTUALIZATION IN MODERN RADIO BROADCASTING

The problem of attracting and maintaining the viewer's interest in the media text in the context of increased information exchange appears to be relevant. This is especially true for the radio, where information is presented sequentially, in a constant flow. The goal of this research is to analyze the potential of key metaprograms in terms of invoking listeners' interest in a particular media text. A "metaprogram" is a base filter of perception that determines and shapes the audience's area of interest. Using the methods of contextual analysis and content analysis on the most popular and well-known Russian radio stations, we identify the most common and often used metaprograms of contemporary radio broadcasting and describe their specific traits at their current state. Solving these tasks allows us to come to a conclusion that five distinctive metaprograms exist in broadcasts of ten

top Russian stations under consideration: “People”, “Values”, “Process”, “Similarity” and “Past”. These metaprograms have gained easily recognized traits in modern media. For example, the “people” metaprogram in its current form is characterized by the intensifying of the unique-to-individual approach, intimate interaction, interactivity, the listener’s involvement, the shifting of the hosts’ attention from the guests of the show to the audience and attempts to invoke the feeling of unity in listeners. The “values” metaprogram exhibits characteristics of pragmatism in the text and strict formats of broadcasting. We notice a tendency for all of the above-mentioned metaprograms or at least most of them to be used in one broadcast as well as an increase in interconnectivity and interdependency of metaprograms as a tool that aids in making radio broadcasting more effective.

Key words: *radio broadcasting, radio program, metaprogram, media perception.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.4861

Введение

Медиасистема сегодня претерпевает серьезные изменения. Скорость трансформационных процессов зачастую оборачивается невозможностью их критического осмысления – особенно в аспекте модификации информационных привычек аудитории. Что же обеспечивает востребованность и популярность медиасообщения? Почему одно произведение обсуждается всеми, а другое не находит отклика в сердцах и умах аудитории? Особенно важно ответить на эти вопросы в ходе исследования аудиосектора современных медиа. Информация на радио воспринимается слушателем потоково, и, для того чтобы стать заметным в этом потоке, аудиопроизведение должно захватить внимание слушателя. Более того, сама радиостанция, чтобы выделиться на общем медийном поле, должна сделать то же самое. В нашем исследовании мы рассмотрим лишь одну возможность удержать слушательский интерес. Мы постараемся исследовать современный радиоэфир с точки зрения доминирующих метапрограмм.

Вопрос об эффективности радиопрограмм анализировался исследователями неоднократно. К нему обращались такие авторы, как А. А. Аллахвердова (2001), Ю. В. Клюев (2015), А. Ю. Крамер (2016), Т. В. Лебедева (2013), В. А. Сухарева (2001), В. В. Смирнов (2002), А. А. Шерель (2005), Е. Н. Филимоновых (2002) и другие. Однако до сих пор попытка исследовать предмет с позиций метапрограммного подхода не предпринималась. Между тем именно такой подход способен, по нашему мнению, многое объяснить в трансформации информационного поведения аудитории.

Методология исследования

Термин *метапрограмма* имеет несколько трактовок и на современном этапе выходит за рамки теории нейролингвистического программирования, в рамках которой он появился. В нашем исследовании под метапрограммами мы будем понимать базовые фильтры восприятия, которые определяют сферу медийных интересов аудитории. В подобной трактовке этот феномен не раз применялся учеными при анализе различных сфер коммуникации – политической, рекламной, массмедийной (Бойко, 2010; Исаев, 2016; Ковалевская, 2006; Кутуза, 2015; Меркулов, 2005; Холл, Боденхамер, 2007). В более ранних работах авторы также использовали параметр медиавосприятия применительно к области телевидения и сетевых медиа (Шестерина, 2017a; 2017b; 2016; 2012). В данном исследовании мы соотнесем его с анализом эфирного контента современных радиостанций.

При восприятии одного и того же медиатекста слушатель концентрируется на различных его аспектах в зависимости от активности в его восприятии той или иной метапрограммы. Можно сказать, что метапрограмма – это своего рода призма, через которую мы воспринимаем события реальности вообще и медиапроизведения в частности. Таким образом, соприкасаясь с одним и тем же произведением, мы фрагментируем его и отбираем то, что вызывает у нас особенный интерес. Отобранное подвергается затем оценке, связываясь со свойственными нам паттернами мышления. Если метапрограмма, актуализированная автором медиатекста, и метапрограмма, доминирующая в восприятии слушателя, совпадают, произведение вызывает интерес. Далее оно может понравиться или не понравиться, но необходимый шаг к удержанию внимания уже сделан.

Целью нашего исследования станет выявление ключевых метапрограмм и конкретизация особенностей их проявления в современном радиоэфире. Объект исследования – контент передач современных радиостанций, предмет – метапрограммы, реализованные в содержании анализируемого контента. В определении количества метапрограмм не существует четких позиций. Так, М. Холл и Б. Бодденхамер называют более пятидесяти метапрограмм и отмечают при этом возможность их диффузии, взаимопроникновения и взаимодополнения на уровне текста. Мы в нашем исследовании акцентируем внимание на тех метапрограммах, которые проявляются в радиопроизведениях наиболее часто. В ра-

боте будет использован текстологический метод и метод анализа контента. Мы обратимся к опыту радиостанций, которые входят в топ-10, по данным *Radio Index*, на декабрь 2017 – февраль 2018 гг.[1]: «Авторадио», «Европа плюс», «Ретро *FM*», «Вести *FM*», «Русское радио», «Эхо Москвы», «Радио Шансон», «Радио *Energy*», «Дорожное радио» и «Юмор *FM*». Несмотря на различия в форматах названных радиостанций, они функционально близки, решают одни и те же задачи, хотя их контент, безусловно, разнится. Материалом исследования станут выпуски программ, вышедшие в эфир в 2018 г.

Результаты исследования

Важно отметить, что первичный анализ реализуемых в выпусках передач метапрограмм покрывает весь спектр интересов аудитории. Мы в нашем исследовании, однако, остановимся на тех из них, которые в максимальной степени актуализированы сегодня.

Метапрограмма «Люди»

В центре повествования – человек. Через его судьбу, его мысли, его поступки транслируются социокультурные ценности. Такого рода метапрограмма становится чрезвычайно популярной в современном радиоэфире. Прежде всего, важно отметить, что голос человека является основным носителем информации на радио, и в этом смысле метапрограмма «Люди» была популярна с момента его зарождения. Однако сегодня она реализуется в новых формах и в целом более активно. В основном это происходит за счет персонификации информации. Ведущий эфира все больше индивидуализируется – проявляет качества уникальной личности. Происходит это за счет активизации суперсегментных элементов радиотекста, особой расстановки смысловых акцентов, системы пауз.

Часто персонификация проявляется в создании подтекста. В этом случае у аудитории рождается чувство комьюнити, принадлежности к одной социокультурной группе. Такой процесс мы часто наблюдаем в программах радиостанции «Эхо Москвы». Примером может служить программа «Один». Ее аудитория сравнительно постоянна, что позволяет авторам через ассоциативные ряды создавать образы с опорой на существующий у радиослушателя контекст и ссылаться на собственные высказывания, прозвучавшие ранее: «Цукерберг еще идет, я так кусочек посмотрел, он

отчитывается, отбивается в Сенате США. Но посмотрим. А Совет Безопасности уже закончился. Но тем не менее первой нашей темой будет – это каким образом журналисты встречаются с людьми, носителями информации, а затем про это ничего не говорят или говорят неправильно. Поэтому давайте мы сейчас вспомним о том, что в нашей работе главное – слова. И, естественно, тогда у нас Ален Делон и Далида со словами *paroles, paroles*»[2].

В этом фрагменте ведущий Алексей Венедиктов явно апеллирует к уже имеющемуся у аудитории культурному фону. Подразумевается, что его аудитория, безусловно, знает о том, что происходит в Сенате США, в Совете Безопасности, и отлично понимает, почему в контексте темы уместна именно песня Далиды и Алена Делона.

В этом же выпуске ощущение комьюнити формируется, например, за счет формирования у аудитории ощущения едва ли не личного знакомства с ведущими программы «Один». А. Венедиктов говорит: «Ничего не случилось, Леша приболел Нарышкин. И завтра его в «Дневном развороте» заменит Олег Овчаренко. Я надеюсь, что Алексей скоро выздоровеет... Еще раз повторю, приболел Алексей Нарышкин. Не только он меня заменяет, но и я его заменяю».

Подтекст этих уточнений формирует у аудитории ощущение, что слушатели принадлежат к сообществу, которое не случайно в эфире остановило свой выбор на этой программе, но слушает ее постоянно и, более того, следит за работой каждого ведущего, беспокоится о его отсутствии в эфире.

Этот же фрагмент иллюстрирует и еще одну тенденцию актуализации метапрограммы «Люди» – повышенную интимизацию повествования и сокращение дистанции диалога. В эфире все больше ощущается переход от официально-деловой манеры общения со слушателем к манере доверительной. Бесспорно, в приведенном выше примере мы апеллировали к ночному радиоэфиру, для которого такая форма речевого общения традиционна. Однако и в дневном секторе вещания она присутствует все чаще. Например, ведущий программы «Утренний экспресс» Олег Орлов («Ретро *FM*») в рубрике «Позитив» постоянно стремится к сокращению дистанции со слушателем, что проявляется в повышенной модальности текста, частом обращении к аудитории, в использовании намеков и шуток. Такую же форму работы со слушателем мы встречаем в дневном эфире «Русского радио», где, например,

ведущий Дмитрий Оленин обращается к аудитории: «Она скоро будет в нашем эфире. Не пропустите! Не опаздывайте!»[3].

В целом можно говорить о том, что интимизация повествования, сокращение дистанции с аудиторией, попытка формирования комьюнити сегодня свойственны эфиру едва ли не всех радиостанций. За счет психологического механизма отождествления эти формы работы позволяют слушателю вступить в тесный контакт с ведущим программы и реализовать таким образом метапрограмму «Люди», получив информацию от заслуживающего доверия источника.

Безусловно, это не единственная форма актуализации метапрограммы. Она проявляется практически всегда, когда в студии появляются гости. Но студийные беседы всегда составляли значительную часть радиоэфира. Что же нового в этом сегодня? Прежде всего, заметно изменился локус внимания радиоведущего: слушатель все более активно становится потенциальным участником диалога. Можно сказать, что диалог в целом уступает место полилогу. И речь идет не только об использовании технологий интерактивности (чат, *sms*), но, в первую очередь, о постоянном обращении ведущего к радиослушателям в ходе беседы. Вот как, например, приветствуют радиослушателей ведущие проекта «РАШ» на радио «Европа плюс»:

– Привет, друзья! Радиоактивное шоу «РАШ», Антон Камолов и Елена Абитаева. Мы находимся в этой студии! Ближайшие два часа проведем вместе с вами. Лена, привет!

– Привет, Антон! Привет, человечество! Здравствуй, галактика Млечный путь![4]

Частое обращение к аудитории подкрепляется интонационным колорированием, когда ведущие могут переходить в общении со слушателем с крика на шепот, как это часто происходит в названной выше программе или в программе «Интерактив» на «Вести *FM*».

Другой вариант проявления метапрограммы «люди» – приглашение медийной личности в качестве ведущего («Николай Басков и его любимые стишки-пирожки», «Рога и копыта» на «Юмор *FM*»).

В целом нельзя не заметить, что метапрограмма «Люди» на современных радиостанциях расширила диапазон влияния как за счет гостей в студии, так и за счет активизации роли ведущего, который едва ли не при каждом появлении стремится продемонстрировать личностные качества и собственное отношение к теме передачи.

Метапрограмма «Ценности»

Направлена на сохранение аксиологических акцентов или (что сложнее) распространение абсолютно нового для широкой аудитории знания. С одной стороны, эта метапрограмма транслирует базовые человеческие ценности – жизнь, здоровье, социальные контакты, с другой – она формирует ценностную ориентацию современного общества, направляя фокус зрения аудитории на то или иное явление духовной и материальной жизни, актуализируя его в картине мира слушателя.

В первом смысле метапрограмма «Ценности» проявляется едва ли не во всех программах радиоэфира. Здесь, правда, важно отметить, что от повторов и смысловых акцентов в разговоре о конкретных базовых ценностях зависит характер их интерпретации аудиторией. Базовые ценности современное радио может трансформировать в терминальные. То есть, к примеру, ценность жизни может стать актуальной в связи с обсуждением чрезвычайного происшествия, катастрофы, но она может быть и девальвирована другими информационными поводами.

В рассказе о базовых ценностях радиожурналисты, как правило, прибегают к архетипическим сюжетам (борьба с титаном, подвиг Прометея, сюжет Золушки и др.), заостряя содержание ключевого конфликта. К примеру, в эфире «Авторадио» довольно часто звучит информация о дорожно-транспортных происшествиях с однотипным фабульным и сюжетным решением: один автомобиль подрезал другой и дорожная полиция разбирается в произошедшем. Налицо актуализация так называемого треугольника Карпмана, где присутствует жертва, агрессор и спасатель. Такая тройственность актуальна для подавляющего числа новостей «Авторадио».

Важно отметить, что ценности, актуализируемые в радиоэфире, могут быть как материальными, так и духовными. К последним относится, прежде всего, музыка. Музыкальное содержание эфира радиостанций, безусловно, различается. «Авторадио» – музыка, объединяющая различные аудиторные группы, «Европа плюс» – музыка зарубежных исполнителей, «Ретро *FM*» – музыкальные хиты XX в., «Вести *FM*» – фрагментарное включение разноплановой музыки, «Русское радио» – произведения отечественных исполнителей, «Эхо Москвы» – музыка, соотносящаяся с содержанием эфира (например, «120 минут классики рока», «Весь этот блюз», «Винил», «Хранитель снов»), «Радио Шансон» – шан-

сон и бардовская песня, «Радио *Energy*», «Дорожное радио» и «Юмор *FM*» – преимущественно популярная музыка. С точки зрения реализации метапрограммы «Ценности» музыкальный эфир радиостанций формирует у слушателя ощущение комьюнити, оказывает влияние на формирование его музыкальных вкусов и влияет на эмоциональный настрой. В числе актуальных сегодня тенденций можно назвать увеличение в эфире большинства радиостанций времени звучания музыки и вытеснение ею разговорного формата.

К другим нематериальным ценностям, обсуждаемым в радиоэфире, можно отнести программы, информирующие о разных культурах («Культурное путешествие» на «Вести *FM*»), направленные на обсуждение сложных тем культурологического характера («Культурный вопрос» на «Вести *FM*», «Культурный шок», «Музейные палаты» на «Эхо Москвы»), рассматривающие вопросы архитектуры и градостроительства, духовности и сохранения исторических памятников («Полустанок» на «Вести *FM*»), литературы («Книжечки» на «Эхо Москвы»), а также программы научно-популярной направленности («Гранит науки» на «Эхо Москвы»).

В числе материальных ценностей часто обсуждаются автомобильные вопросы («Автомания» на «Эхо Москвы», «Автодетали», «Авторазборки» на «Вести *FM*», радиосообщения на «Авторадио»), проблемы укрепления здоровья («Витаминка» на «Вести *FM*»), бытовые вопросы («Дом», «Удачный сезон» на «Вести *FM*», «Во саду ли в огороде» на «Эхо Москвы»), мода («О стиле все и сразу» на «Эхо Москвы»).

Нередко программы этого типа выстраиваются в формате прагматического текста под влиянием позитивистской парадигмы мышления. К примеру, в программе «Потребсоюз» на «Вести *FM*» мы можем услышать конкретные советы в рамках темы (автосервис и наши права, права пациентов, как не попасться на уловки кибермошенников, как защититься от охранника в магазине и т. д.). Важно отметить актуализацию этой парадигмы мышления в программах культурно-просветительской тематики.

Метапрограмма «Сходство»

Демонстрация повседневной, обыденной жизни – ее основа. Такая метапрограмма проявляется, когда ведущие, например, примеряют на себя маску простых людей (ведущие-родители в програм-

мах «Детская площадка с папашей Бунтманом», «Детская площадка с папашей Гулько», «Детская площадка с папашей Голубевым», «Детская площадка с папашей Дурново», «Детская площадка с папашей Поздняковым» на «Эхо Москвы»). Сегодня отмечается нередкое слияние «Сходства» с предыдущей метапрограммой в аспекте материальных ценностей. Нам рассказывают о том, как те или иные медийные личности решают вопросы материального характера. Порой они дают зрителю практически значимые, конкретные рекомендации, как в программах «Удачный сезон» («Вести *FM*»), «Дорожная карта» («Эхо Москвы»). В описании последней программы читаем: «Программа о том, как знакомые нам проблемы решают в других странах. Собираем положительный опыт, составляем дорожную карту. Каждую неделю с помощью журналистов в разных странах и руководствуясь влиятельным мнением известного гостя»[5]. Через механизмы отождествления эта метапрограмма взаимодействует с аудиторией («Семейный совет» на «Эхо Москвы»).

Метапрограмма «Процесс»

Передает динамику события или придает событию динамику. Чаще всего эта метапрограмма реализуется в репортажах с мест события («Авторадио», «Вести *FM*») и в жанрах тревел-журналистики. Активизация последних на радио очевидна. Так, только на «Эхо Москвы» мы встречаем такие программы, как «Тунис – источник вдохновения», «Италия – страна моей мечты», «Среда Дальнего Востока», «Путешествия по Подмосковью», «Путешествие. Инструкция по сборке», «Галопом по Европам».

Конечно, метапрограмма *процесс* актуализируется и во многих других программах. Так, даже в студийной беседе она проявляется в наличии завязки, развития действия, кульминации и развязки, в полемике, которая устанавливается между участниками разговора. В первую очередь, метапрограмма связана с драматургией повествования. В этом смысле она присутствует практически во всех репортажных и расследовательских материалах. Особенностью современной формы проявления метапрограммы можно считать вовлечение в процесс аудитории за счет прямой или косвенной интерактивности («Разыграли» на «Юмор *FM*»), а также подчеркивания важности, значимости, уникальности события, о котором идет речь.

Метапрограмма «Прошлое»

Акцентирует важные моменты истории в документальной форме. Популярность этой метапрограммы более чем очевидна. Достаточно сказать, что радио «Ретро *FM*» практически полностью построено на ее работе. В той или иной форме «Прошлое» проявляется во многих передачах – по сути, везде, где обсуждается предыстория события. Однако ярче всего ее действие ощущается в программах исторической тематики. А их в современном эфире немало: «Блокада. Голоса», «Московские старости», «Непрошедшее время», «Окна в Россию. Шедевры семи поколений», «Ордена», «Цена Победы», «Цена Революции», «Я слышу войну» (на «Эхо Москвы»); «Бывшие», «Вопросы истории», «Время и песни», «Наш XX век», «Первопроходцы» (на «Вести *FM*»). Нередко метапрограмма «Прошлое» в таких передачах коррелирует с метапрограммой «Ценности»: прошлое, с одной стороны, подается как самодостаточная ценность в рамках любой культуры, а с другой – в прошлом выделяются элементы, имеющие непосредственное отношение к духовным и материальным ценностям. Примером сочетания этих метапрограмм может служить передача «Вот так» («Эхо Москвы»), в которой ведущий Сергей Бунтман проводит параллели между фактами истории и музыкой, соотносящейся с той или иной эпохой. Ключевой в данном случае, несомненно, остается метапрограмма «Прошлое».

По отношению к этой метапрограмме большое значение имеет факт ее актуализации применительно к современности. Аудитории важно объяснить, каким именно образом события прошлого оказывают влияние на настоящее. Одним из удачных примеров такой актуализации можно считать передачу «Все так» («Эхо Москвы»), в которой ведущие рассуждают о том, какие уроки мы можем почерпнуть, анализируя события прошлого. «Как хочется в любую эпоху, и даже в нашу, казалось бы прагматическую, – рассуждает ведущая Наталия Басовская о легенде, связанной с Королем Артуром, – чтобы были такие образы, чтобы было с кем связать такие прекрасные рассказы»[6]. Еще одним приемом актуализации метапрограммы «Прошлое» становится попытка его переоценки – полной или частичной. Пример такой работы мы находим на той же радиостанции в передаче «Не так», где ведущий совместно с гостями-историками пытается непредвзято, основываясь на фактах, исследовать те моменты истории, которые нуждаются в переосмыслении.

К менее распространенным отнесем метапрограммы «Достижение» и «Власть». Они проявляются довольно часто как вспомогательные и, как правило, подкрепляют метапрограмму «Люди». То же можно сказать и о метапрограмме «Рефлексивность», которая поистине переживает период расцвета. Размышления на совершенно разные темы мы находим во многих авторских рубриках, а эмоциональный комментарий со стороны ведущего обнаруживается даже в новостных блоках эфира.

Выводы

Резюмируя наше исследование, заметим, что наиболее востребованные в современном радиоэфире метапрограммы «Люди», «Ценности», «Процесс», «Сходство», «Прошлое», «Достижение», «Власть», «Рефлексивность» в последнее время демонстрируют такие черты, как усиление и расширение форм персонификации информации, интимизация повествования, стремление к вовлечению аудитории в процесс создания медиатекста, интерактивность, повышенная модальность и рецептурность.

Для современного эфира характерно сочетание различных метапрограмм в рамках одной передачи, а также их диффузия, постоянное соскальзывание из одной программы в другую. Это отражает стремление авторов захватить внимание как можно большего количества слушателей, что в ситуации потокового и фонового слушания представляется вполне целесообразным.

Примечания

[1] Даты проведения интервью: 30.10.2017 – 28.01.2018г., население 12 лет и старше, размер генеральной совокупности: 10.830 млн. чел., размер выборки: 15168 чел. Данные рассчитаны за период с 06:00 до 24:00, Медиаскоп. Цит. по: Брэнд Медиа. Режим доступа: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html (дата обращения: 05.04.18).

[2] Венедиктов А. Один. Авторская программа // Эхо Москвы. Режим доступа: https://echo.msk.ru/programs/odin/2181360-echo/ (дата обращения: 11.04.18).

[3] Русское радио. Режим доступа: https://rusradio.ru/ (дата обращения: 12.04.18).

[4] РАШ // Европа плюс. Режим доступа: http://vecher.europaplus.ru/themes/1441 (дата обращения: 11.04.18).

[5] Дорожная карта // Эхо Москвы. Режим доступа: https://echo.msk.ru/programs/Road_map/ (дата обращения: 17.04.18).

[6] Все так // Эхо Москвы. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=FyRCB5I1Zn4 (дата обращения: 21.05.18).

Библиография

Бойко О. Д. Полггичне маншулювання. Киев: Академвидав, 2010.

Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / под ред. *Е. Н. Филимонова*. М.: Букинист, 2002.

Исаев А. А. Кибернетическая метафизика: монография. М., Берлин, 2016.

Клюев Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии. СПб: Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, 2015.

Ковалевская Т. Ю. Лингвофилософия нейролингвистического программирования // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2006. № 4. С. 72–85.

Крамер А. Ю. Радиокультура: заметки к мультидисциплинарному исследованию // Вестн. РХГА. 2016. Т. 17. Вып. 4. С. 299–315.

Кутуза Н. В. Воздействующий потенциал метапрограмм НЛП в политических слоганах // European journal of literature and linguistics. 2015. № 2.

Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

Меркулов И. П. Когнитивные способности. М.: Ин-т философии РАН, 2005.

Радио: музыкальное, новостное, общественное / под ред. *В. А. Сухаревой, А. А. Аллахвердовой*. М: Фонд независимого радиовещания, 2001.

Радиожурналистика / под ред. *А. А. Шереля*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики. М.: Аспект Пресс, 2002.

Холл М., Боденхамер Б. 51 метапрограмма НЛП. Прогнозирование поведения, «чтение» мыслей, понимание мотивов. СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007.

Шестерина А. М. Авторская телепередача. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2017.

Шестерина А. М. О роли телевидения в развитии культурной среды региона // Социальные аспекты современного вещания в России. Вып. II / сост. *О. В. Тихонова*, под ред. *Л. Ю. Мальковой, О. В. Тихоновой*. М.: Фак. журн. МГУ, 2017. С. 65–81.

Шестерина А. М. Возможности современного телевидения и потенциал метапрограмм в аспекте популяризации научного знания // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2016. С. 344–349.

Шестерина А. М. ТВ на службе у искусства? // Искусство и СМИ. Сборник научных трудов. Воронеж: Изд-во фак. журн. ВГУ, 2012. С. 74 –86.

Notes

Brend Media [Brand Media]. Available at: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html (In Russian)

Dorozhnaya karta [The Road Map]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://echo.msk.ru/programs/Road_map/ (In Russian)

RASH [Rash]. *Evropa plyus*. Available at: http://vecher.europaplus.ru/themes/1441 (In Russian)

Russkoe radio [Russian Radio] Available at: https://rusradio.ru/ (In Russian)

Venediktov A. Odin. Avtorskaya programma [The One. Author's Program]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://echo.msk.ru/programs/odin/2181360-echo/ (In Russian)

Vso tak [It's Like That]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=FyRCB5I1Zn4 (In Russian)

References

Allakhverdova A. A., Sukhareva V. A. (eds.) (2001) *Radio: muzykal'noe, novostnoe, obshchestvennoe* [Radio: Music, News, Public]. Moscow: Fond nezavisimogo radioveshchaniya. Publ. (In Russian)

Bojko O. D. (2010) *Polggichne manshuljuvannja* [Political Manipulation]. Kiev: Akademvidav Publ. (In Ukrainian)

Filimonovykh E. N. (2002) *Vremya rabotat' na radio. Sovremennaya radiozhurnalistika v raznykh zhanrakh* [It's Time to Work on the Radio. Modern Radio Journalism in Different Genres]. Moscow: Bukinist Publ. (In Russian)

Holl M., Bodenhamer B. (2007) *51 metaprogramma NLP. Prognozirovanie povedenija, «chtenie» myslej, ponimanie motivov* [51 Metaprogram of NLP. Forecasting Behavior, "Reading" Thoughts, Understanding Motives]. St. Petersburg: Prajm-EVROZNAK Publ. (In Russian)

Isaev A. A. (2016) *Kiberneticheskaja metafizika: monografija* [Cybernetic Metaphysics: monograph]. Moscow, Berlin. (In Russian)

Klyuev Yu. V. (2015) *Radiozhurnalistika: osnovy professii* [Radio Journalism: the Basics of the Profession]. St. Petersburg: St. Univ. Publ. (In Russian)

Kovalevskaja T. Ju.(2006) Lingvofilosofija nejrolingvisticheskogo programmirovanija [Linguistic Philosophy of Neuro-Linguistic Programming]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo* 4: 72–85. (In Russian)

Kramer A. Yu. (2016) Radiokul'tura: zametki k mul'tidistsiplinarnomu issledovaniyu [Radio Culture: Notes for a Multidisciplinary Study]. *Vestnik RKhGA* 17 (4): 299–315. (In Russian)

Kutuza N. V. (2015) Vozdejstvujushchij potencial metaprogramm NLP v politicheskih sloganah [The Influencing Potential of NLP Metaprograms in Political Slogans]. *European journal of literature and linguistics* 2 (In Russian)

Lebedeva T. V. (2011) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Merkulov I. P. (2005) *Kognitivnye sposobnosti* [Cognitive Abilities]. Moscow: In-t filosofii RAN. (In Russian)

Smirnov V. V. (2002) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Moscow.: Aspekt Press. (In Russian)

Sherel' A. A. (ed.) (2000) *Radiozhurnalistika* [Radio Journalism]. Moscow.: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Shesterina A. M. (2017) *Avtorskaya teleperedacha* [Author's Television Program]. Voronezh: Voronezh St. Univ. Publ. (In Russian)

Shesterina A. M. (2017) O roli televidenija v razvitii kul'turnoj sredy regiona [The Role of Television in the Development of the Cultural Environment of the Region]. In L. Ju. Mal'kova, O. V. Tihonova (eds.). *Social'nye aspekty sovremennogo veshhanija v Rossii. No II* [Social Aspects of Modern Russian Broadcasting]. Moscow: Moscow. St. Univ. Publ. Pp. 65–81. (In Russian)

Shesterina A. M. (2012) TV na sluzhbe u iskusstva? [TV in the Service of Art?]. In T. A. Diakova (ed.). *Iskusstvo i SMI. Sbornik nauchnykh trudov* [Art and Mass Media. A collection of scientific articles]. Voronezh: Voronezh St. Univ. Publ. Pp. 74–86. (In Russian)

Shesterina A. M. (2016) Vozmozhnosti sovremennogo televideniya i potentsial metaprogramm v aspekte populyarizatsii nauchnogo znaniya [The Possibilities of Modern Television and the Potential of Metaprograms in the Aspect of Popularizing Scientific Knowledge]. In R. Bakanov (ed.). *Informatsionnoe pole sovremennoy Rossii: praktiki i effekty* [The Information Field of Modern Russia: Practices and Effects]. Kazan': Kazan' St. Univ. Publ. Pp. 344–349. (In Russian)

Поступила в редакцию
24.04.2018