Дарья Валерьевна Зубко

Северо-Западный институт управления, Российская академия народного хозяйства при Президенте Российской Федерации

prostdasha@yandex.ru

**Радиопублицистика в Интернете: коммуникативные характеристики**

Воздействующий потенциал аудиальной природы радиовещания соединяется с богатыми техническими возможностями Сети и запускает новый этап жизни радио. Наблюдается тенденция к трансформации коммуникативных особенностей радиопублицистики. Цель статьи – определить и охарактеризовать коммуникативный потенциал публицистических радиопрограмм в Сети.

Ключевые слова: радиопублицистика, Интернет, коммуникация.

В эпоху ускоренного движения по пути становления цифрового общества интернет превратился в удобный коммуникативный канал распространения радиоинформации. Выход в Сеть существенно трансформировал как природные свойства радиовещания (оперативность, доступность, всеохватность), так и коммуникативные характеристики высшей формы творческой деятельности радиожурналиста – радиопублицистики.

Современная радиопублицистика – особая, предельно персонифицированная, творчески ориентированная разновидность радиоматериалов, в которых актуализируются значимые для общества проблемы и явления и которые в высокой степени обладают свойствами оценочности, экспрессивности, призывности, пристрастности. Способность публицистики становиться связующим началом общества определяется присущим ей свойством создавать социальные условия для взаимопонимания людей, т. е. коммуникативно-информационной задачей.

Инструментарий цифровых средств интерактивного взаимодействия со слушателем усиливает природное свойство диалогичности радиоречи, которое особенно ярко проявляется в радийной публицистике [5]. Аудитория получила возможность связи со студией посредством электронных писем, «гостевых книг», записей на форумах; и новейших способов коммуникации: сообщений в социальных сетях, в мобильных мессенджерах (Telegram, Viber, WhatsApp), мобильных приложениях радиоканалов.

Особая форма взаимодействия аудитории с ведущими программ, редакцией, другими слушателями – комментирование выпусков передач на официальных сайтах радиостанций. Комментарии могут представлять собой одобрительные отзывы относительно передачи, мнения и суждения на тему программы, а также критику выпуска передачи, ведущего, мнений других слушателей или критику в целом текущего состояния медиасреды.

Размещение радиопередач в сети может приводить к «омоложению» аудитории, способствовать через публицистику социализации молодых людей, их большей вовлеченности в общественный процесс. Молодежь успешнее и быстрее людей среднего и старшего возраста осваивает новые технологии, внедряемые СМИ. Сайты радиостанций объединяют на своей площадке мультимедийные элементы: видео-, аудиоматериалы, инфографику, иллюстрации, фотографии, текст. Таким образом, «тексты, существующие на совершенно разной основе семиотического кодирования… воссоздают единый интегральный текст усложненного поликодового характера» [4: 13].

Немаловажная коммуникативная характеристика публицистического радиовещания – предельно высокая авторская персонификация сообщаемого. Журналист «не просто констатирует и транслирует события, а становится одним из ключевых субъектов коммуникативной деятельности и даже самостоятельным политическим актором, активно формирующим новые трактовки и оценки общественно-политических событий и влияющим на их усвоение и восприятие аудиторией» [3: 30]. Возможности мультимедиа превращают радиопередачи в особый «вид искусства, воздействующий на органы чувств» [2: 125], а значит помогают системно воздействовать на аудиторию.

Радиопрограммы, снабженные мультимедийным содержимым, используют, например, заголовки-названия. Нередко такие заголовки отличаются яркостью, агрессивностью, бывают исполнены в сенсационной манере, часто находятся на грани нарушения этических норм [1] (названия ряда выпусков передач «Полный Альбац» на радио «Эхо Москвы», «Лицом к событию» на «Радио „Свободная Европа“ / Радио „Свобода“», «Полный контакт» на радио «Вести ФМ»). Агитационные и пропагандистские возможности радиопублицистики соединяются с техническими возможностями мультимедийных публикаций и оказывают мощный эффект на сознание и подсознание аудитории.

Таким образом, публицистические радиоматериалы в Сети характеризуются как эстетично выполненные, трансграничные, мультимедийные, интерактивные, гипертекстуальные. Усиливается тенденция к тому, что в содержательном плане публицистика, умело используя технический и гуманитарный потенциал Интернета, постепенно возвращает себе прежние, свойственные советскому этапу развития, позиции.

Литература

1. Зубко Д. В. Радиопублицистика в пространстве Интернета: технические возможности и воздействующий потенциал // Международный научно-исследовательский журнал. № 8–1 (62). 2017.

2. Клюев Ю. В. Мультимедиа и радиовещание // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. № 1. 2016.

3. Клюев Ю. В. Политический массмедиадискурс в России: феномен и концепции (2000-е годы): автореф. дис. … д-ра. полит. наук. СПб., 2017.

4. Мисонжников Б. Я. От «дигитальной публицистики» до «дигитальной поэзии» // Век информации. № 3. 2017.

5. Смирнов В. В. Природа и язык радиокоммуникации. М., 2019.