

БАРАНОВА А. А.

ВТОРОЕ РОЖДЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО РАДИОТЕКСТА В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ РАДИО И ИНТЕРНЕТА: СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-РАДИОТЕКСТА

Аннотация. Показаны изменения, происходящие с радиотекстом в условиях конвергенции радио и интернета на основе анализа особенностей расшифровок общественно-политических радиопрограмм на сайте радиостанции «Эхо Москвы», выделены изменения, происходящие с радиотекстом при публикации в интернете с учетом визуальной формы подачи текстового материала и специфики глобальной Сети. Описаны приметы классического радиотекста, сохраняемые в расшифровке (контактность и неподготовленность речи, объем текста), а также выявлены особенности интернет-радиотекста, которые привносятся в него в связи с визуальной формой подачи текстового материала и публикацией в интернете (появление заголовка, лида, особенности верстки, креолизованность, интертекстуальность, интерактивность).

Ключевые слова: радиодискурс, радиотекст, конвергенция СМИ, контактность речи, неподготовленность речи, интертекстуальность, интерактивность, верстка, интернет-радиотекст.

Baranova A. A.

THE SECOND BIRTH OF SOCIO-POLITICAL RADIO TEXT IN TERMS OF THE CONVERGENCE OF RADIO AND THE INTERNET: SPECIFICS OF INTERNET RADIO TEXT

Abstract: The article examines the changes in the radio text in terms of convergence of radio and the Internet on the basis of the analysis of the features of the transcripts of the public-political radio programmes on the website of radio station «Echo Moskvу». The author highlights the changes in the radio text published on the Internet taking into account the visual presentation of text material and specifics of the Internet. The signs of classic radio text stored in the transcript (contact and lack of preparation of speeches, amount of text) are also described, as well as the features of Internet radio, which are brought to it by the visual form of presenting the text material and posting on the Internet (the appearance of the title, lead, features of layout, creolized text, intertextuality, interactivity).

Key words: Radio discourse, radio text, convergence of media, contact of speech, lack of preparation of speech, intertextuality, interactivity, layout, Internet radio text.

Когда только начиналась конвергенция СМИ, многие люди представляли этот процесс упрощенно: дескать, можно взять звук с телевизионного сюжета и включить по радио, взять расшифровку радиоматериала и опубликовать в газете. Сейчас, в эпоху всеобщей интернетизации, эту логику можно продолжить: почему бы не взять расшифровку радиоматериала и не опубликовать на сайте? Действительно, подобные опыты были: на «Радио России – Екатеринбург» звук с телесюжетов ставили в радионовостях, а сайт радио «Эхо Москвы» публиковал полные дословные расшифровки радиопередач. Однако опытные журналисты ещё много лет назад говорили: разница все-таки есть, поэтому если и перебрасывать звук или текст с одного типа СМИ в другой, то неизбежно будут какие-то изменения.

Интернет назвали «пятой властью» [5, с. 25], он играет огромную роль в нарастающем процессе конвергенции СМИ. Как отмечают Р. Рэддик и Э. Кинг, «конвергенция различных СМИ на Web ставит перед журналистикой новую задачу: понять, каким наиболее эффективным образом может быть использовано то или иное СМИ» [8, с. 382]. У большинства радиостанций есть хотя бы примитивный сайт. По мнению Я. Н. Засурского, «сайты в условиях конвергенции становятся опорными центрами как информационной, так и аналитической деятельности СМИ» [3, с. 3]. Сейчас солидные радиостанции существенно усовершенствовали подачу интернет-версий радиопрограмм, особенно общественно-политических программ диалогических, информационно-аналитических жанров. Дело не только в возможности послушать программу онлайн или посмотреть видеовersion, меняется сам текст расшифровки радиопередачи с учетом визуальной формы подачи текстового материала и специфики интернета. В данной работе мы постараемся ответить на вопросы: 1) чем расшифровка радиопрограммы в интернете отличается от классического текста в печатных СМИ, 2) что нового в таком тексте появляется в связи с визуальной формой подачи информации, 3) какие особенности интернет привносит в подобный текст.

1. Отличие расшифровки радиопрограммы на общественно-политическую тему в интернете от классического текста в печатных СМИ заключается в следующем:

- сохраняются в больших количествах приметы неподготовленной, спонтанной речи: присоединительные, уточняющие конструкции, незаконченные и неполные предложения и т. д. (даже в монологических жанрах): «Потому что доктор Лиза – ну, кто она была? Наша святая, наша Мать Тереза, человек, который кормил бомжей. Я не говорю, что это лучшее занятие для человека, потому что бомж, как правило, его сколько ни корми, он остается бомжем. Потому что бомж – это не случайная история, это состояние сознания. Помните того нью-йоркского полицейского, который купил бездомному ботинки, и через два дня этот же самый бездомный опять оказался на улице без ботинок? Но это нисколько не умаляет поступка полицейского. И я сейчас не о бомжах, а о докторе Лизе, потому что то, что она делала, это называется “святая”. И режим сначала ее очень травил, всякие Ольгинские тролли, всякие поцреоты» (Код доступа // Эхо Москвы. 2016. 31 дек.);
- в расшифровках радиопрограмм в диалогических жанрах очень ярко представлена контактность речи – на стыках реплик много повторов, местоименных элементов, восполняемых из соседних реплик, участники перебивают друг друга, что вполне нормально для диалогической радиопрограммы: «“Ну, оно происходит так, поэтому сейчас отступить...” – “Это же позор!” – “Ну и что? Ну, это позор. Опять, вот, позор не позор”» (Особое мнение // Эхо Москвы. 2017. 9 янв.);
- такие материалы в разы длиннее любого интервью в печатных СМИ: объем расшифрованных неинформационных радиоматериалов по общественно-политической тематике нередко составляет более 40 000 знаков, что сравнимо разве что с объемом научной статьи, но редкая публикация в классических журналистских жанрах может иметь такой большой объем.

2. В связи с визуальной формой подачи информации расшифровки радиопрограммы в интернете приобретают некоторые качества печатных СМИ:

- наличие заголовка и анонса-лида (все это зачастую не дублируется дословно в самой звучащей программе). На «Радио России» придумывают классический газетный заголовок (немного длинноватый, что в большей степени характерно уже для интернет-заголовков) и дают небольшой анонс радиопрограммы, подводя к основной теме и привлекая внимание к приглашенному гостю. Например, одна из программ озаглавлена «Экономическая интеграция России и Беларуси: общие интересы и подводные камни», дано вступление: «Очень много людей в России и Белоруссии связаны взаимными отношениями – личными, семейными, деловыми, дружескими; в России есть большая белорусская диаспора, а россияне с большим удовольствием ездят в Белоруссию отдыхать, лечиться или по вопросам бизнеса. Что же объединяет нас в течение стольких лет, несмотря на существование определенных проблем в отношениях? Причем, – считает государственный секретарь Союзного государства России и Белоруссии Григорий Алексеевич Рапота...» (От первого лица // Радио России. 2016. 27 дек.). Отметим также, что на сайте часть элементов лида графически выделена жирностью и курсивом. По этому же пути теперь идет и «Эхо Москвы». Например: «Гость: Алексей Венедиктов, главный редактор «Эха Москвы». Есть конкретные ответственные люди, которые не погибли в авиакатастрофе как пилоты, а на земле. Вот их покрывают просто. Их покрывает руководство Министерства обороны, и их покрывает Сергей Кужугетович Шойгу...» (Персонально ваш // Эхо Москвы. 2017. 11 марта). Заголовком становится указание на имя частого гостя этой радиостанции эфиром, а лидом – полемичная фраза, из которой даже не вполне понятно, о чем пойдет речь в интервью, зато хорошо заметна критическая направленность в адрес властей. Такие анонсы-лиды призваны заинтересовать возможного читателя расшифровки радиопрограммы в интернете. В данном случае проявляется тенденция стирания в Сети различий между новостями, рекламой и материалами по связям с общественностью, о которой пишут Р. Рэддик и Э. Кинг [8, с. 381];
- крупнотекстовые врезки. Разумеется, для удобства восприятия материалы такого большого объема нужно дробить, для чего создатели интернет-версий выбирают самые яркие фразы и делают до 6-7 врезок в каждую расшифровку общественно-политической программы. Например, расшифровка программы «Особое мнение» дополнена 6 крупнотекстовыми врезками (кегель вдвое больше основного), часть из которых включает даже нелитературную лексику героя – явно с целью эпатажа аудитории: «К. Ремчуков: Трамп выдержит до 20 числа, и всё это дело, как говорят русские люди, похерит» (Особое мнение // Эхо Москвы. 2017. 9 янв.);
- иллюстративный материал (фотографии журналистов, гостей программы). Такие расшифровки радиопрограмм уже можно сравнить с печатными материалами, то есть «радио благодаря сайтам приобретает достоинства газеты» [3, с. 5].

3. Интернет привносит в расшифровки радиопрограмм интерактивность, способность легко создавать архивы информации, оперативность, мультимедийность и избирательность информации, возможность мгновенно оценить популярность СМИ по рейтингу, создать виртуальный клуб поклонников, сделать информацию более доступной [5, с. 25–28, 105]. В результате расширяется круг возможных тем, меняется сам стиль работы с массовой информацией [4, с. 134]. В этом отношении преуспевает сайт радиостанции «Эхо Москвы», превратившийся «в гигантский форум, на котором обсуждаются самые актуальные и насущные вопросы современного общества», этот сайт скорее можно назвать «мультимедийным порталом», поскольку на нем есть не только форум, множество блогов и почта, но и видеоблоги, опросы, конкурсы [10]. Остановимся подробнее на таких особенностях анализируемых материалов, как интертекстуальность и интерактивность.

- интертекстуальность в интернет-расшифровках радиопрограмм оборачивается гипертекстуальностью, которая, как справедливо отмечает Л. А. Коханова, по определению присуща журналистскому тексту как «полю множества пересекающихся дискурсов» [6, с. 77], но интернет раскрыл огромные возможности для гипертекстуальности: на сайте можно не только прочитать расшифровку программы, но и сразу же перейти на страничку автора программы, посмотреть другие передачи рубрики;
- интерактивность проявляется как в ходе программы, так и постфактум. Сообщения от аудитории сразу же используются в радиозэфире наряду с другими сведениями. Так, на радио «Эхо Москвы» в ходе программ «Разворот» журналисты предлагают аудитории проголосовать на сайте, а затем гость программы комментирует мнение аудитории; такой прием существенно влияет на ход программы. Активно идет обсуждение и после текста, причем очень полемичное. Хотя для того же «Эха Москвы» полемичность является необъемлемой частью всей редакционной политики [1; 9 и др.], в интернет-версии эта полемичность усиливается в разы (переход на личности и т. д.). На сайте можно отследить самые обсуждаемые материалы, и в обсуждении этих материалов присутствует резкая критика и по отношению к журналисту, и по отношению к власти, часто эта критика выражается в нелитературной форме, идет переход на личности. Одна из самых обсуждаемых программ – «Код доступа» с журналистом Ю. Латыниной – получает сотни комментариев к каждому выпуску: «Терпеть не могу Путина. За то что либерастня в России вместо того чтобы голой *опой на углях кататься, жирует», «Юля-недалекая дамочка, но ВДРУГ замечательно сказала про обамышку...», «Читаешь, что пишет это женщина. И радуешься, что слава богу, нет у тебя такой жены, и нет такой тещи, и нет такой начальницы, и соседки твои не такие сволочные. Не травят они тебя своей не удовлетворенностью» (орфография и пунктуация авторов сохранены – А. А.) (Код доступа // Эхо Москвы. 2016. 31 дек. Комментарии к расшифровке программы). Подобная лексика и ярко выраженная оценочность без особой аргументации – не редкость для форумов, но ведь сайт является не просто форумом, а полноценным СМИ! Перед нами –

сложный пейзаж, состоящий из множества «разноцветных мазков». То есть можно говорить о влиянии сайтов на медиакартину мира, а эта картина меняется и тип отношения человека к миру [7, с. 65]. Последствия этого изменения предсказать сложно, но налицо сокращение дистанции между журналистом и аудиторией.

Таким образом, радиотекст на сайте хоть и сохраняет приметы звучащего текста (живая неподготовленная речь, контактность), но достаточно существенно меняется: сказывается влияние визуальной формы подачи информации (особенности верстки – крупнотекстовые врезки, дробление большого материала на части, появление заголовка, анонса-лида) и специфика интернета (ярко выраженная интертекстуальность, интерактивность, полемичное обсуждение текста уже после его выхода в эфир с переходом на личности, внелитературную лексику и т. д.). В итоге восприятие такого материала существенно меняется, можно говорить о втором рождении радиотекста программы в виде нового текста – интернет-радиотекста – и в целом, возможно, интернет-радиодискурса. Этот текст уже нельзя приравнять ни к радиоинтервью или радиообзору, ни к газетной статье или корреспонденции, отличается он и от текстов интернет-СМИ в чистом виде. Является ли такой текст новым жанром, новым типом текста, новым видом дискурса или просто трансформацией уже имеющихся вариантов подачи общественно-политической информации в СМИ в условиях конвергенции – ещё предстоит выяснить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова А. А. Способы репрезентации России как политического субъекта в программах радиостанций «Радио России» и «Эхо Москвы» // Политическая коммуникация: мат-лы Междунар. науч. конф. 2013. С. 23–30.
2. Болотова Е. А., Круглова Л. А. Радиовещание в эпоху новейших технологий // Вестн. МГУ. Сер. 10: Журналистика. 2009. № 4. С. 63–65.
3. Засурский Я. Н. Сайты расширяют информационное пространство // Вестн. МГУ. Сер. 10: Журналистика. 2009. № 4. С. 3.
4. Калмыков А. А. Интернет-журналистика. М., 2005.
5. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов-на-Дону, 2004.
6. Коханова Л. Д. Основы теории журналистики. М., 2009.
7. Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2007.
8. Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле онлайн: использование Internet и других электронный ресурсов. М., 1999.
9. Сойнова А. А. Негативные оценки политических субъектов в журналистском дискурсе // Тенденции развития языка СМИ: актуальные проблемы. 2010. С. 271–279.
10. Сойнова А. А. Специфика подачи общественно-политической информации на сайтах радиостанций // Неожиданная современность: меняющиеся реалии XXI века. Мир – Россия – Урал. 2010. Т. 2. С. 320–324.
11. Эхо Москвы [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/blog/echomsk/643011-echo/>.