

ИССЛЕДОВАНИЯ СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

УДК 81'42: 654.10(476) (043.3)

Гладко Марина Александровна

доктор филологических наук,
доцент, профессор кафедры
речеведения и теории коммуникации
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Maryna Hladko

Habilitated Doctor of Philology,
Associate Professor,
Professor of the Department
of Specheology and Communication Theory
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
mgladko29@gmail.com

КОММУНИКАТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БЕЛОРУССКОГО КОНВЕРГЕНТНОГО РАДИО

COMMUNICATIVE AND DISCURSIVE CHARACTERISTICS OF BELARUSIAN CONVERGENT RADIO

В статье представлены результаты исследования коммуникативно-дискурсивных характеристик белорусских радиотекстов в условиях конвергенции средств массовой коммуникации. Показано, что кроме информирования сайт радиоканала выполняет такие функции, как демонстрационно-презентационную, имиджевую, эмоционально настраивающую и т.д.; социально-сетевой дискурс – рекреативную, самовыражения, социализирующую. Предпринят анализ типов текстов, модификаций жанров радиодискурса (*приращение, трансфер, адаптация*), обусловленных развитием конвергентных технологий. Установлено, что коммуникативное взаимодействие в социально-сетевом радиодискурсе осуществляется по четырем моделям: *приватно-личностной, игровой, фатической, децентрализованной*.

Ключевые слова: *радиодискурс; конвергентное радио; жанр; жанровые модификации; модель коммуникативного взаимодействия.*

The article deals with results of the study of communicative and discursive characteristics of Belarusian radio texts in the context of mass media convergence. It shows that besides informing, the radio channel's website performs such functions as demonstration and presentation, image, emotionally adjusting and activating communicative activity. The article analyzes modifications of radio discourse genres related to the development of convergent technologies (*increment, transfer, adaptation*). The article reveals that communicative interaction in social network radio communication is carried out according to four models: *private-personal, game, phatic, decentralized*.

Key words: *radio discourse; convergent radio; genre; genre modifications; model of communicative interaction.*

Радиодискурс как совокупность дискурсивных практик, характеризующийся дистантностью, опосредованностью, всеохватностью, массовостью и доступностью [1, л. 32], принято считать особым типом коммуникативной деятельности. Звуковую реализацию текста – радиоречь – составляют несколько знаковых систем: вербальная семиотическая система, интонация, музыкальное оформление, различного рода шумы, транслируемые по звуковому каналу радиостанции [1, л. 134], которые осуществляют смысловое наполнение передачи. При этом сочетание невербальных содержательных компонентов с вербальными формирует радиотекст на основе метафорического переноса, конструирует ткань акустического образа адресанта сообщения, участников обсуждения, обсуждаемых фактов [2, с. 20; 3, с. 92].

Исследования ведущих лингвистов и журналистов показывают, что коммуникативной характеристикой радиоречи является особый характер соотносительности с жизненным пространством слушателя в координатах социального пространства-времени. Если просмотр телепередачи в большинстве случаев имеет целенаправленный рекреативный характер (помимо получения информации об актуальных событиях, сведений об окружающем мире), то радиоречь становится частью жизни слушателя, формируя фоновую рекреативность. Ощущаясь адресатом как нечто вмещенное в его жизнь, радиодискурс обозначается речевыми жанрами, лексико-грамматическими единицами, обязательно содержащими компонент, репрезентирующий сферу субъекта речи (субъективно-модальные, оценочные значения и т.д.). Это обуславливает значимость личностного начала, фатического компонента радиокоммуникации.

В спонтанном (разговорном) радио ведущие в своих публичных образах строят псевдоблизкие отношения с адресатом. Эта псевдофамильярность актуализируется дружеской тональностью общения, преобладанием фатических (светская беседа, подтрунивание, шутка, сравнение, похвала, комплимент и т.д.) [4, с. 147], фатико-рекреативных жанров, высокой частотностью разговорных языковых единиц. Обыденность, создаваемая и поддерживаемая ведущим посредством этих паттернов, привносит стабильность и фамильярность в данную опосредованную форму общения и, таким образом, имитирует ту псевдоблизость, «которую мы находим в звонках матери и дочери» [5, р. 445].

«Конвергентный скачок» в сфере массовой коммуникации обусловил появление новых коммуникативных технологий и практик в радиокоммуникации (инфотейнмент, интерактивность) [1, л. 215–217], обеспечивающих максимальное коммуникативное приближение к адресату.

Объединение мономедийных каналов коммуникации (радио, телевидения) в полифункциональные медийные комплексы, осуществляющие трансляцию в интернете, отражают процесс конвергенции [1, л. 179]. Как следствие, в электронной среде формируется измененный медийный продукт – текст, организованный «на пересечении разных семиотических систем, характеризующийся поликодовой многоуровневостью, смысловой и композиционно-структурной открытостью [6, с. 73]. Эти особенности воплощает конвергентный радиодискурс, среди типологических признаков которого выделяются: гипертекстовость, нелинейность [1, л. 89], «семантическое и структурное объединение единиц разных уровней вербальной и невербальной семиотики в информационно-коммуникационный поток» [6, с. 72]. Существенные изменения радиокommunikации дают основание для исследования дискурсивных трансформаций, произошедших в радиопространстве.

Цель статьи заключается в выявлении функциональных и коммуникативно-дискурсивных характеристик белорусского конвергентного радио. Материалом исследования послужили 200 текстов сайтов, а также 1000 текстов цифровых медиаформатов (Инстаграм, Фейсбук, TikTok) белорусских радиостанций.

Радидискурс в данной работе понимается как совокупность текстов радио совместно с рядом факторов (прагматических, социокультурных, психологических и т.д.). Представим характеристики национального конвергентного радиодискурса по следующим параметрам: типы текстов, функциональная и жанровая специфика, реализация тематического единства, модели коммуникативного взаимодействия.

Анализ форматных характеристик текстов радио позволяет разделить их на несколько групп в зависимости от того, кто является автором/адресантом, какова его коммуникативная цель, какая форма коммуникации предполагается при его участии, в рамках какого типа медиа эти тексты создаются. На основе этих критериев выделим:

1) медиатексты первого порядка (*стержневые презентативные*) – создаются коллегиальным, преимущественно профессиональным автором; конструируют функционально-содержательные презентативные блоки (консультативный, рекреативный, информационно-аналитический) в эфирном радио, а также в цифровых каналах (на сайте, в социальных сетях, мессенджерах радиостанций); призваны оказывать воздействие через информирование и рекреативизацию; форма коммуникации – устная; базовый тип медиа – эфирное/аналоговое радио;

2) медиатексты второго порядка (*аттрактивно-презентативные*) – создаются коллегиальным профессиональным автором; представляют, или анонсируют центральную тему стержневого радиотекста в цифровых каналах, т.е. конструируются в модифицированном виде на основе текстов первого порядка, задающих коммуникативную линию; коммуникативные установки – привлечение внимания, информирование, рекреативизация, активизация коммуникативного взаимодействия участников; форма коммуникации – письменная;

3) медиатексты третьего порядка (*автопрезентационные*) – создаются зрителями/слушателями в рамках эфирного текста (звонок в студию) и/или цифровых медиаформатов телевидения и радио; коммуникативные установки – самовыражение, самоактуализация, социализация; форма коммуникации – как устная, так и письменная. Разделение на данные группы обусловлено типом автора, его целями, разными видами речевой деятельности адресата: прослушивание/просмотр в первом случае; письменная или устная коммуникация – во втором. Заметим, что белорусский конвергентный гиперрадиотекст конструируется преимущественно аттрактивно-презентативными и автопрезентационными текстами.

Радиотекст, представленный на **сайте**, состоит из множества *макротекстов* различных форм – вербально-визуальных и аудиовизуальных: представление ведущих, аудиозаписи, подкасты, видеозаписи или стрим передач, а также *микротекстов*: описание радиоканала, анонс, комментарий радиослушателя, новостные, рекламные сообщения, фотографии с надписями. Все они объединены сайтом радиостанции в единое коммуникативное целое, гиперрадиотекст, выполняющий структурирующую и организующую деятельность пользователя функции [7], призванный создавать особое психоэмоциональное пространство, объединять пользователей в зависимости от их интересов, например, любителей рок-контента, динамичного, энергичного или спокойного, домашнего образа жизни.

Макротексты обладают структурой различной «глубины». Так, *представление ведущих* имеет две формы: короткую *презентационную* (антропоним, должность, визуализация/фотография ведущего) и связанную с ним межтекстовой ссылкой *расширенную персонифицированную* форму, которая в 98 % случаев включает обязательные компоненты: ‘описание хобби’, ‘причины работы на радио’. Соответственно, формируется внутренний

контекст когнитивно-речевой модели восприятия субъектов коммуникативного пространства радио, который сфокусирован на личностно окрашенных основах координации образов коммуниканта-модератора.

Макротексты *подкасты, аудиозаписи, видеозаписи* представлены метамаркером визуальных кодов (фотографический, картинка) и экспликацией темы программы, выполняющей навигационную функцию: *Утренний расклад. Вам нужно принять верное решение? Оставьте заявку – мы поможем* («Радио Юнистар»). Расширенный вариант репрезентирован детальным текстовым описанием с обязательными ('содержание', 'ведущие', 'время эфира') и опциональными (аудио- или видеозапись, форма для заполнения заявок) компонентами.

Кроме *информирования* сайт радиоканала осуществляет такие функции, как *навигационную, имиджевую, эмоционально настраивающую и активизирующую коммуникативную активность*, демонстрируя инструменты, вовлекающие в интересующее взаимодействие. Так, главная страница содержит видеозаписи (интервью, развлекательные видео) с ведущими, визуальный ряд, демонстрирующий фотографии ведущих и/или студии, включает средства вовлечения в игровые/развлекательные виды деятельности: опросы, розыгрыши, голосование. Однако в целом сайты белорусских радиостанций выполняют преимущественно *демонстрационно-презентационную*, а также *структурирующую* функции, так как объединяют, ретранслируют и группируют передачи эфирного радио, расширяя временные рамки коммуникативного пространства (зритель может посмотреть передачу в записи в удобное время).

Тематическое единство, обеспечивающее функционирование стержневого презентативного и автопрезентационного радиотекстов, интерактивность, активное взаимодействие адресанта и адресата, представлено в **социально-сетевом радио**: социальных сетях и мессенджерах. Гиперрадиотекст формируется за счет макро- и микротекстов, расширяющих и дополняющих стержневой медиатекст, который включает в себе главную коммуникативную линию: видео/фоторяд + сообщение (представлено монтажом жанров) + хэштеги + комментарии.

Персонализация участников расширяет возможности радиокоммуникации от информационно-рекреативных до создания круга «потенциальных друзей» из числа слушателей-пользователей со схожими интересами, а также осуществления индивидуальной связи по осям *журналист (редакция) – слушатель, слушатель – слушатель*, что затруд-

нительно реализовать в эфире. В совокупности данные характеристики обеспечивают ключевые функции данного типа конвергентного радиодискурса: *рекреативная, самовыражения и социализирующая*.

В социально-сетевом радио коммуникативные интенции самовыражения, экспликации эмоционального состояния и личностных смыслов, а также социализации оформляются в разнообразные виды диалогического общения с фатической, прагматической (эмоционально настраивающей, гедонистической) целеустановками. Коммуникативное взаимодействие с адресатом осуществляется симметрично, т.е. автор/журналист общается со слушателями как в эфире, так и в конвергентном радио. При этом присутствует единое тематическое ядро, заданное в эфирном и конвергентном сообщении (посте) журналиста. Зачастую общение продолжается после эфира посредством автопрезентационных текстов. При этом тематическое единство гиперрадиотекста обеспечивается посредством постов, представляющих жанры:

приглашение: РАНАК РОБИМ РАЗАМ! 🤗💬 Далучайцеся да размовы ў Telegram-чаце са студыяй («Радио Столица», ВКонтакте, 2022); анонс: ⚡СТАЛІЧНЫ ГОСЦЬ⚡ 📍 Працягваем размову пра тое, як наладжана ўзаемадзеянне ўлады з грамадзянамі. І на гэты раз на прыкладзе Першамайскага раёна. 📺 Відэаверсіі праграм можна паглядзець тут👉👉👉 («Радио Столица», ВКонтакте, 2023);

мини-отчет: Начинаем новую неделю! И закрываем прошлую итогами Золотого виража! После небольшого перерыва музыкальные гонки снова вернулись в эфир Рокса! И вот с какими результатами («Радио Рокс», Инстаграм, 27.09.2020);

презентация: 📧 Слушайте шоу «Утро в большом городе» каждый будний день с 7:00 до 10:30. 🎧 Ваше утро будет хитовым, весёлым и интересным, ведь за дело берутся профессионалы: Пётр Сафронов ... ! Вместе с утренним шоу вы сможете: 📺 проверить свой психологический возраст, 🗣️ узнать свое будущее у музыкального автомата... («Радио Юнистар», ВКонтакте, 2022);

информационные жанры (темы Жизнь знаменитостей, Неожиданные, удивительные факты из мира кино, музыки, Повседневная жизнь, Культура и искусство и т.д.).

РадIODИСКУРС характеризуется высокой степенью неоднородности, что обусловлено его ключевыми свойствами – диалогичностью, интерактивностью, поликодовостью. Исследователи отмечают, что для радио-

дискурса наиболее характерно частотное использование таких типов речевых жанров, как информативные, этикетные, императивные, оценочные [8, с. 146], игровые и развлекательные [2, с. 23]. Наше исследование показывает, что конвергентный радиодискурс наполняется и расширяется посредством жанровых модификаций, которые позволяют обеспечить уникальный, отличный от эфирного радиодискурса ландшафт.

Традиционные информационные и познавательные жанры радиодискурса трансформируются за счет форм жанровых модификаций *приращение*, *трансфер* и *адаптация*. Так, жанр *мини-отчет* изначально представлен короткими сообщениями (2–3 предложения), отражающими тему и суть передачи. В последнее время текстовые репрезентанты этого жанра развиваются за счет содержательного расширения – *приращения*: констатация темы передачи дополняется жанрами *рецепт*, *мини-совет*, *рекомендация*, *пожелание*, а также *новостная заметка*, *отчет*, которые содержат основную информацию из стержневого текста (эфирной передачи): *Помогла нам справляться с непростыми жизненными ситуациями наш постоянный эксперт – медицинский психолог ... При попадании в стрессовую или психотравмирующую ситуацию, человеку важно иметь хорошо осознанные «опоры на ресурсы» ...* («Радио Мир», Инстаграм, 2023).

В целом конвергентному радиотексту наиболее типичны такие формы жанровой модификации, как *адаптация* или *трансфер + приращение*. Так, адаптация текста наблюдается в случае, когда традиционные фатические речевые радиожанры *приветствие*, *пожелание*, информационные жанры *отчет*, *заметка* модифицируются за счет поликодовости, наполняясь помимо вербального (аудио)визуальными кодами (видео, фотографический, графический). Жанровая модификация *трансфер + приращение* объединяет фатические жанры, которые переносятся из стержневого текста, и развлекательные жанры *видеошутка*, *видеоприкол* (видеоряд, демонстрирующий ведущих или забавное поведение животных, людей).

Не обусловленными тематической направленностью эфирного радио оказываются аудиовизуальные радиожанры *прикол*, *эксперимент*, *беседа*, *рекомендация* (по выбору книг, фильмов), *видеоальбом*, которые представлены в конвергентном радиодискурсе автономными текстами, детерминирующими ценностные установки радиоканала, типичные формы и способы общения (развлекательный, релаксационный, информационный и т.д.). Такие модификации призваны моделировать фрагменты медиакартины мира с гедонистической, праздничной установками.

Наиболее частотными для данных жанров являются темы рекреативной направленности *Повседневная жизнь (ведущих), Игра/развлечения* (нелепые эксперименты, конкурсы, танцы и т.д. с участием ведущих), *Интересы, впечатления, мнение известных людей*, например, *Спросили, как провели время наши ведущие в единственный выходной!* («Радио Мир», Инстаграм, 2023). При этом несколько изменяется роль профессионального адресанта: в конвергентном радиодискурсе он становится не только участником-организатором/модератором, направляющим коммуникативное взаимодействие адресата (например, участие в розыгрыше или игре, в которой активные участники – слушатели) и наблюдающим со стороны за развитием процесса. Журналист является активным участником – объектом розыгрышей, приколов, экспериментов (видео забавных, нелепых или искренних повседневных или рабочих ситуаций), т.е. особым информационным/информационно-развлекательным поводом в коммуникативном пространстве радио.

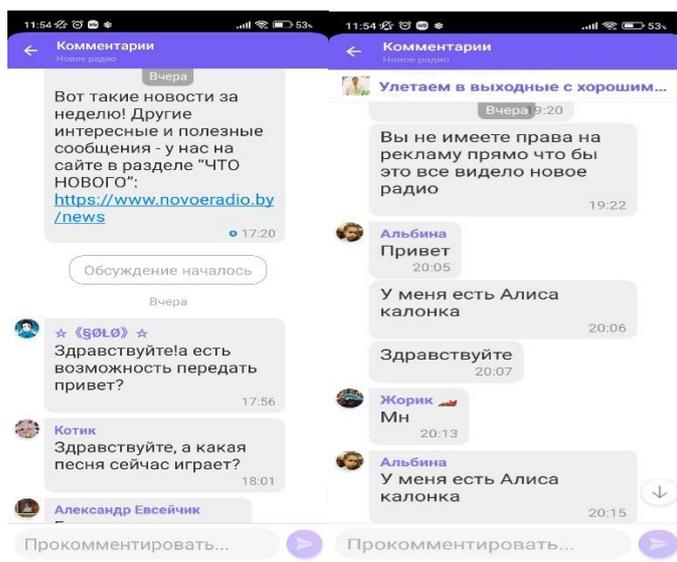
В социально-сетевом радиодискурсе общение разворачивается по самым различным осям коммуникативного взаимодействия: вертикальной (*журналист-организатор общения – слушатель*), горизонтальной (*слушатель – слушатель*), перекрестной (*журналист – гость – слушатель*). При этом доминантной оказывается легкая, непринужденная манера, реализуемая в рамках праздноречевых фатических жанров *приветствие, пожелание, поздравление, шутка, цитата, светская беседа (болтовня), поздравления/благодарность* (ведущих, слушателей с праздниками): *Хорошего понедельника! Пусть никакой дождь не испортит этот день* 🤔 («Новое радио», ВКонтакте, 2021); Редакция: *Эта неделя, несмотря на большие выходные, прошла очень насыщенно! Вот что мы делали ... А как прошла твоя неделя? Good Satan: Круто! X-void: Крутяк! Ирина: На этой неделе с дочерью посетили FALCON Club. Это было великолепно, круто!* («Народное радио», Вайбер, 2024).

В ходе исследования выявлено, что коммуникативное взаимодействие осуществляется по четырем моделям: 1) *приватно-личностной*, обусловленной механизмами коммуникативной технологии «новая искренность» [9, с. 120–140], 2) *игровой*, предполагающей участие в играх, конкурсах и т.д., 3) *фатической*, нацеленной на вовлечение и поддержание легкого светского общения с аудиторией, 4) *децентрализованной*, детерминированной механизмом коммуникативного гедонизма. Первые три модели конструируются развертывающейся моделью медиатекста, в которой обсуждаемые темы следуют одна за одной, объединены логическими или ассоциативными связями. В итоге формируется связный текстовый континуум.

Иллюстрацией приватно-личностной модели является экспликация личностных смыслов и повышенной чувствительности в публичном радиопространстве, например: *Дорогие наши , расскажите, что или кто вас больше всего раздражает? Диана Изусткина Меня раздражает, когда я купила себе новую сковородку, а муж в ней пожарил яичницу и вилкой по ней жик-жик 😬😬* Радиослухатель *Как я вас понимаю, а вот меня бесит мой чавкающий и сопливающий чадо* («Радио Мир», ВКонтакте, 2024). Эмоционально и лично вовлекающий, эмоционально провоцирующий контент, содержащий коммуникативные инструменты сенсбилизации (гипертрофированной чувствительности, гиперэкспрессивности), становится все более востребованным (распространенным).

Игровая и фатическая модели задают аксиологические доминанты общения, указывают на конкретные сценарии поведения, например: *Всем хорошего дня от Леши! Пиши в комментах, как проходит твоя классная или несчастная пятница 🙌* («Новое радио», Вайбер, 2024).

В случае реализации децентрализованной модели многосторонний характер ступенчатой оси взаимодействия *журналист/редакция – слушатель – слушатели – слушатели* задает тематическую прогрессию высказываний слушателей, разворачивает межличностную коммуникацию. Эта модель представляет собой ассиметричное взаимодействие, при котором общение слушателей-пользователей осуществляется независимо от тематического ядра, заданного в сообщении (посте) журналиста (рисунок):



Пример децентрализованной модели коммуникативного взаимодействия в радиотексте («Новое радио», Вайбер, 2024)

Если в модели 1 проявляется установка на достижение искренних и доверительных отношений по оси *журналист – слушатель – слушатели*, экспликацию личностных смыслов, самоактуализацию и самовыражение, на формирование поведенческого паттерна, подразумевающего высокий уровень вовлеченности в отношения, в модели 2 – на игровую спонтанность и развлечение, в модели 3 – на фатически ориентированную цель, то в модели 4 в основании коммуникации лежит потребность в получении удовольствия от общения, не зависимо от темы и условий коммуникации.

Фатическая модель выстраивается преимущественно посредством речевых перформативных жанров *поздравление, пожелание, благодарность: Просыпайся с Новым радио и заряжайся хорошим настроением на весь день!...*; *Как прошел твой вечер?* («Новое радио», Вайбер, 2023), тактиками *прямой адресации*, эксплицированной местоимениями *ты* или *вы*, *этикетных вопросов: Как вы сегодня?, Как прошел твой день?, Что нового у вас?*.

В децентрализованной модели активное вовлечение аудитории реализуется посредством тактического разнообразия коммуникативных стратегий речевого жанра *болтовня* – стратегии *вовлечения адресата: тактики прямой адресации, побуждения к действию, лично ориентированного вопроса, обсуждения фотографий/видео*, например, *Какие домашние животные у вас есть?* («Радио Рокс», ВКонтакте, 2023); *Новые фото звезд🔥 Чьи кадры больше понравились? Пиши в комменты👉* («Новое радио», Инстаграм, 09.09.2023). Интерактивность обеспечивается также за счет поликодового характера сообщений, использования хэштегов.

Таким образом, современное коммуникативное пространство радио Беларуси значительно расширяется как по номенклатуре каналов коммуникации, так и по временным (возможна отсроченная реакция), функциональным, жанрово-тематическим, дискурсивным характеристикам. Типичные формы общения в конвергентном радио обеспечивают коммуникативные практики, которые являются как продолжением и/или расширением эфирных практик, так и особыми автономными аудиовизуальными практиками. В целом они создают своеобразный коммуникативный континуум, активирующий многостороннее/многоосевое межличностное и приватно-интимное взаимодействие.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Нестерова, Н. Г.* Феномен радиодискурса: современные дискурсивные практики : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Нестерова Наталья Георгиевна. – Томск, 2015. – 459 л.
2. *Ермоленкина, Л. И.* Модели взаимодействия автора и адресата в дискурсивном пространстве информационно-развлекательного радио / Л. И. Ермоленкина // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. – 2008. – № 3. – С. 18–26.
3. *Клюев, Ю. В.* Публицистичность радиоречи / Ю. В. Клюев // Учен. зап. Забайкал. гос. ун-та. Сер.: Филология, история, востоковедение. – 2015. – № 2. – С. 89–95.
4. *Егошкина, В. А.* Русский развлекательный радиийный дискурс: коммуникативно-прагматический и жанрово-стилистический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Егошкина Виолетта Александровна. – Томск, 2020. – 283 л.
5. *O’Keeffe, A.* Media and discourse analysis / A. O’Keeffe // The Routledge handbook of discourse analysis / ed.: J. P. Gee, M. Handford. – London, 2012. – P. 441–454.
6. *Казак, М. Ю.* Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии / М. Ю. Казак // Медиалингвистика. – 2014. – № 1. – С. 65–76.
7. *Нестерова, Н. Г.* Радиодискурс и радиотекст в условиях новых коммуникаций / Н. Г. Нестерова // Медиалингвистика. – 2019. – Т. 6, № 3. – URL: <https://medialing.ru/radiodiskurs-i-radiotekst-v-usloviyah-povuyh-kommunikacij/> (дата обращения: 23.06.2023).
8. *Самсонова, А. С.* Жанровое своеобразие современного радиодискурса / А. С. Самсонова, Н. В. Лагута // Вестн. Амур. гос. ун-та. Сер.: Гуманит. науки. – 2013. – № 60. – С. 141–147.
9. *Гладко, М. А.* Коммуникативное пространство радио / М. А. Гладко. – Минск : МГЛУ, 2023. – 150 с.

Поступила в редакцию 12.02.2025