Привалова Ирина Владимировна

ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ В.И. Разумовского Минздрава России

доктор филол. наук, доцент, профессор кафедры русского языка как иностранного

meduniv@sgmu.ru; rasf\_sgmu@rambler.ru

**ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОПРЕЗЕНТАЦИЯ**

**КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Данное исследование посвящено изучению особенностей такого способа предъявления политической информации как интернет-видеопрезентация. Под политической интернет-коммуникацией понимаем ситуацию обмена информацией, содержащей политический контент, когда в качестве отправителя и получателя выступают стороны, принимающие участие в политической деятельности, и при этом передача информации происходит с использованием ресурсов всемирной сети Интернет. Общепризнанно, что с появлением Интернета произошло глобальное «переформатирование» информационного пространства. Были созданы не только новые каналы социальной коммуникации, но и возникли новые формы презентации различного рода информации. В сфере политического общения открылись новые перспективы воздействия на общественное мнение и новые пути его формирования. Например, первые российские информационные интернет-порталы (Lenta.Ru, Гaзeта.Ru) можно считать примером электронной политической коммуникации. Но, в настоящее время, наряду с политическими текстовыми сообщениями в новостных электронных ресурсах типа mail.ru, yandex.ru применяется такая форма политической коммуникации как интернет-видеопрезентация. Под интернет-видеопрезентацией понимаем небольшой по времени (от нескольких десятков секунд до нескольких минут) видео сюжет, представленный в электронных масс медиа, включая социальные медиа, например, видеосообщения на платформе YouTube или в социальных сетях. Особенностью информации, излагаемой в видеопрезентации, является то, что она поступает не только по визуальному каналу (как печатный текст), но также и по аудиальному каналу, т.е. не только в виде языковых знаков (как печатный текст), но и зрительных образов, что делает сообщение зрелищным, привлекательным и хорошо запоминающимся. Эмоциональное воздействие интернет-видеопрезентации более сильное, чем воздействие обычного печатного текста, а, значит, информация, представленная в ней, имеет основания стать резонансной. Все изученные нами случаи политических интернет-видеопрезентаций (137) можно классифицировать исходя из: А) Характера информационного сообщения: 1) *Новостная видеопрезентация* («Гигантская арка Крымского моста поднялась над морем: кадры уникальной операции» http://www.ntv.ru/novosti/1921184/); 2) *Рекламная видеопрезентация* (предвыборный видеоролик «Я люблю Саратов» одного из кандидатов на пост губернатора на региональных выборах 2017 Ольги Алимовой: https://www.youtube.com/watch?v=3-pt4j8Ns48); Б) Степени адресности информационного сообщения: 1) *Адресная видеопрезентация* (Например, ответ Алишера Усманова Алексею Навальному: https://www.youtube.com/watch?v=xn0Ah0J5p5Y); 2) *Безадресная видеопрезентация* («Theresa May: Together, we can make a success of Brexit»: https://www.youtube.com/watch?v=4K3NfTdzH8o). Таким образом, изменения, произошедшие в электронном медийном пространстве, породили новые формы презентации политической информации.