

ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ МАССМЕДИА КАК МЕТОД ПРЕОДОЛЕНИЯ ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА ПОКОЛЕНИЙ

В. Ф. Олешко¹⁾, Е. В. Олешко²⁾

*¹⁾Уральский федеральный университет,
пр. Ленина, 51, 620000, г. Екатеринбург, Россия,
vladimir.oleshko@urfu.ru,*

*²⁾Уральский федеральный университет,
пр. Ленина, 51, 620000, г. Екатеринбург, Россия,
pps2424@mail.ru*

Актуальность темы преодоления цифрового неравенства поколений определяется как перманентным развитием в цифровую эпоху технологий создания и трансляции медиатекстов, так и ролью массмедиа как субъектов формирования и развития коллективной коммуникативно-культурной памяти. Проблема заключается в том, что традиционные СМИ, в особенности региональные, сегодня нередко остаются на периферии внимания массовой аудитории. Целью проведенных исследований было рассмотрение технологий эффективной коммуникации, а также поиск способов практического преодоления цифрового/поколенческого неравенства. Сущностным для современной медийной практики видится при этом вывод о переориентации отрасли с «журналистики фактов» на «журналистику смысла».

Ключевые слова: массмедиа; креативные коммуникации; идентификация; коммуникативно-культурная память; эффективность.

TECHNOLOGY CREATIVE COMMUNICATIONS MEDIA AS A METHOD OF OVERCOMING THE DIGITAL DIVIDE GENERATIONS

V. F. Oleshko^a, E. V. Oleshko^b

*^aUral federal University
51, Lenina Av., 620000, Ekaterinburg, Russia
Corresponding author: V. F. Oleshko (vladimir.oleshko@urfu.ru),*

*^bUral federal University
51, Lenina Av., 620000, Ekaterinburg, Russia
Corresponding author: E. F. Oleshko (pps2424@mail.ru)*

The relevance of the topic of overcoming the digital inequality of generations is determined by both the permanent development in the digital era of

technologies for the creation and translation of media texts, and the role of the media as subjects of the formation and development of collective communicative and cultural memory. The problem is that traditional media, especially regional ones, often remain on the periphery of mass audience attention. The aim of the research was to consider the technologies of effective communication, as well as the search for ways to overcome the digital/generational inequality. Essential for the modern mediapractice is seen by the authors at the same time the conclusion about the reorientation of the industry from «journalism of facts» to «journalism of meaning».

Keywords: mass media; creative communications; identification; communicative and cultural memory; efficiency.

Изучение путей, способов, методик преодоления цифрового неравенства поколений в условиях перманентного развития каналов и технологий трансляции информации является сегодня одним из наиболее актуальных направлений медиаисследований. В геополитическом плане при этом принято рассматривать практические варианты преодоления цифровых разрывов [1]. В медиаобразовательном – проблематику повышения цифровой компетентности представителей разных поколений [2]. Но, как ни парадоксально, в меньшей степени при этом в цифровую эпоху изучается роль массмедиа в идентификационных процессах, в частности креативные технологии, при анализе факторов результативности которых можно систематизировать диалоговые модели передачи при их посредстве межпоколенческого опыта. Нами в качестве исследовательских задач были выделены два аспекта данной проблемы: развитие современной журналистики как конвергентной в период 2011–2018 гг. [3] и выделение массмедиа как субъектов формирования и развития коллективной коммуникативно-культурной памяти [4; 5].

В минувшем десятилетии развитие журналистики как социального института можно характеризовать такой основной тенденцией, как все более острое соперничество в сфере коммуницирования медиапродуктов традиционных СМИ и множества виртуальных площадок. Возникающая при этом проблематика выходит за рамки локальности, прежде всего в отношении общей культуры, реализуемых субъектами информационной деятельности этических принципов и профессиональной культуры журналистов. Ведь неимоверно возросшее число создателей и трансляторов информации принципиально меняют не только структуру любого информационного пространства, но и цифровую составляющую транслируемого контента, его временной период, а также ролевое участие акторов, что актуализирует задачу эффективности медиатеде-

тельности. Наиболее наглядно, как свидетельствовали результаты проведенных нами исследований, это можно было увидеть при анализе креативной коммуникации в онлайн- и офлайн-пространстве при решении массмедиа задачи преодоления цифрового неравенства поколений.

Рассматривая интернет как принципиально новую эволюционную структуру, мы, вместе с тем, выявили несколько закономерностей, которые свидетельствуют, что для представителей старших поколений (от 45 лет) за минувшее десятилетие традиционные СМИ отнюдь не потеряли актуальность. Опрошенные нами респонденты – 261 представитель сферы массмедиа из числа журналистов и руководителей СМИ региона Большой Урал – отмечали в своих ответах, что меняются формы и технологии трансляции контента, но количественно их аудитория практически не сокращается. В то же время надо признать, что из более 300 опрошенных нами в 2019 г. респондентов в возрасте до 30 лет лишь 74 человека ответили, что получают информацию не только посредством глобальной сети, и лишь 35 из них обращаются, к примеру, к контенту периодических изданий. Превалируют (94 %) сетевые издания, что ставит задачу активизации работы по наполнению сайтов СМИ актуальной, «точно востребованной» информацией, а не только дублирования публикуемого в бумажном варианте или вышедшего в эфир на радио и ТВ.

Вместе с тем в этих условиях многие региональные СМИ и сетевые издания в качестве наиболее продуктивных коммуникационных технологий уже избрали тактику реализации медиапроектной и информационно-просветительской деятельности. Так, 84 % опрошенных нами респондентов именно их указали в числе тех, что вызывают ответный отклик у разновозрастной аудитории. Ведь, к примеру, «слова “газеты” теперь недостаточно, чтобы описывать индустрию», – замечает по этому поводу медиааналитик Андрей Мирошниченко [6]. Бренд традиционного СМИ, история диалоговых отношений конкретного человека с ним позволяют журналистам и сегодня сохранять возможность быть значимыми субъектам и не только информирования массовой аудитории, но и реализации функции межпоколенческих коммуникаций. Но при условии обновления стандартов профессиональной деятельности.

Однако проведенный нами анализ более 14 тысяч текстов региональных массмедиа, сообщений гражданских журналистов и блогеров за 2011–2018 гг. позволяет сделать вывод, что последние все чаще в прямой или опосредованной форме осуществляли в том числе и контрольные функции над действиями власти и различными ее представителями, что в предыдущие десятилетия было свойственно лишь профессиональ-

ным журналистам. При этом ими в рамках сетевой активности распространялись не всегда объективные, но зато предельно личностные и эмоционально заряженные сообщения экспоненциального характера, способствующие в том числе и реализации латентных интенций акторов. Руководители же массмедиа в большинстве случаев не учитывали фактор «одноканальной аудитории» и цифрового неравенства, выражающегося в том, что большая часть текстов контрпропагандистского или разъяснительного характера была представлена лишь в одной форме – печатной, электронной или сетевой. При условии, что, к примеру, по нашим данным около трети жителей региона Большой Урал старше 45 лет по тем или иным причинам до сих пор не имеют выхода в интернет или используют мобильный телефон только для звонков.

Таким образом, проведенное исследование дает возможность сделать несколько выводов относительно способов преодоления цифрового/поколенческого неравенства. Во-первых, для журналистов в условиях в целом непреложности изменений в организации деятельности массмедиа при организации диалоговых отношений с представителями аналогового или даже еще гутенберговского поколения важно сохранить наработанный с годами «творческий багаж», а приоритет цифрового роста не должен в ряде конкретных случаев приводить к информационному шоку представителей данной аудиторной группы в случае полного отказа от традиционных жанров, тематики, привычных способов представления текстов. Во-вторых, значимость именно массмедиа для идентификационных процессов как отдельной личности, так и большинства социумов как никогда актуализирует проблематику формирования коммуникативно-культурной памяти как стержня, основы, доминанты межпоколенческих коммуникаций. И это в эпоху приоритета мобильности во всех сферах открывает возможности для реализации креативных технологий, основанных на принципах мультимедийности, прагматической привлекательности контента, адаптации релевантного социального опыта сквозь призму data-журнализма и личностных историй. Сервисы социализации, а также даже в определенной степени самопрезентации при посредстве массмедиа, что свойственно активным блогерам, должны помогать тем, кто не включен по каким-то причинам в сетевую деятельность, удобно и «заметно» делиться своей информацией. А годами формируемый бренд, особенно в регионах, не только дает уникальное преимущество профессионалам СМИ в борьбе за рекламодателя, но и предопределяет обязательное наличие в их модели системных диалоговых отношений с аудиторией, основанных на качественных харак-

теристиках транслируемого контента и принципах профессиональной культуры журналистов. В целом же сущность технологий креативной коммуникации массмедиа как метода преодоления цифрового неравенства поколений можно сформулировать как противостояние процессу «роботизации», обезличиванию, лишению творческого начала текстов, а также в целом как насущную необходимость переориентации отрасли с «журналистики фактов» на «журналистику смысла».

Библиографические ссылки

1. Norris Pippa. Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. New York : Cambridge University Press, 2001. 303 p.
2. Медиаобразование 2015 : сборник трудов Всероссийского форума конференций «Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех», Москва, 11 декабря 2015 г. / под ред. И. В. Жилавской. М. : МПГУ, 2015. 236 с.
3. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов : дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2018. 461 с.
4. Олешко В. Ф., Фомченко А. О. Русскоязычная пресса США как отражение коллективной коммуникативно-культурной памяти // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 25–26 апреля 2019 г.). В 2 ч. Ч. 1. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. С. 53–60.
5. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи // Знак. Проблемное поле медиаобразования. Научный журнал. 2019. № 2 (32). С. 134–141.
6. Мирошниченко А. Смерть газет, о которой так долго говорили [Электронный ресурс]. URL: <http://texterra.ru/blog/smert-gazet-o-kotoroy-tak-dolgo-govorili.html> (дата обращения: 24.06.2019).

СОВРЕМЕННАЯ ФОТОГРАФИЯ КАК СОЦИАЛЬНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ

П. А. Осипов

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
p.osipoff@gmail.com*

Функционал фотографии достаточно широк, от научного документа до художественных концепций, а функционал современной фотографии еще