

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ СБЛИЖЕНИЯ С АУДИТОРИЕЙ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

А. А. Маркович

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
annamark8@mail.ru*

В работе освещаются возможности реализации стратегии сближения с аудиторией в региональных интернет-СМИ. Рассматриваются базовые характеристики интернет-дискурса, обосновывается постоянная актуальность локальных новостей, представляются технологически обусловленные и дискурсивные способы сближения с аудиторией, доказываются важность для регионального интернет-СМИ сближения со своей аудиторией с целью ее удержания и расширения.

Ключевые слова: интернет-СМИ; интернет-дискурс; коммуникативная стратегия; стратегия сближения с аудиторией.

IMPLEMENTING THE STRATEGY OF AUDIENCE APPROACHING IN REGIONAL ONLINE MASS MEDIA

A. A. Markovich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. A. Markovich (annamark8@mail.ru)*

The paper highlights the possibilities of implementing the strategy of approaching the audience by regional online mass media. It considers the basic features of Internet-discourse, grounds constant relevance of local news, presents technological and discursive techniques for approaching the audience. The author proves the importance of approaching the audience for regional online mass media in order to retain and expand their audiences.

Key words: online mass media; Internet discourse; communicative strategy; strategy of approaching the audience.

Использование интернета как средства массовой коммуникации и средства массовой информации оказывает свое влияние на функционирование интернет-СМИ, предоставляет ряд возможностей, но в то

же время накладывает свои ограничения. Рассмотрение производства и потребления текстов в интернете как формы социальной практики, вносящей вклад в функционирование социального мира, позволяет рассматривать его как дискурсивную практику и анализировать его как дискурс [1, с. 457].

Интернет-дискурс определяется Н. А. Ахреновой как «устно-письменный дискурс» [2, с. 9], значимой характеристикой которого является разговорность. Из нее возникают такие характеристики речи и взаимодействия в интернете, как диалогичность и неподготовленность. По мнению А. А. Сергеевко, специфика дискурса интернет-СМИ заключается в смещении медиадискурса к субъектно-субъектным моделям коммуникации: персонализированные стратегии коммуникации позволяют субъектам общения – журналистам и аудитории, а также другим участникам коммуникативного процесса создавать тексты в различных формах, с учетом условий коммуникации, взаимных интересов и потребностей [3, с. 10].

Возникновение и развитие региональных интернет-СМИ представляет собой естественный процесс, связанный с развитием технологий. Благодаря глобальности, доступности, скорости предоставления информации функционирование региональных СМИ в интернете увеличивает присутствие региональных информационных ресурсов в медиaproстранстве не только региона, но и страны, а также делает его доступным в глобальном информационном пространстве.

Необходимо обратить внимание, что локальная привязка новостей и материалов регионального интернет-СМИ к географическому расположению уже сама по себе значима и является его преимуществом. Западные исследователи среди критериев отбора новостей (или того, что делает новость ценной) выделяют «близость» или локальную привязку, то есть географическую приближенность СМИ к источнику новости [4, с. 128]. Это интерпретируется следующим образом: «Чем дальше происходит событие от средства массовой информации, тем менее оно релевантно для этого СМИ» [5, с. 8–9].

В дополнение к качественному локальному контенту, аудиторией востребована позиция представления материалов с точки зрения рядового гражданина, типичного горожанина, обычного жителя района. Это подтверждается появлением в стране популярных частных городских порталов.

При использовании интернета как технологии и социальной практики появляется возможность дополнить и усилить преимущество локаль-

ной привязки содержания регионального СМИ стратегией сближения с аудиторией. В речевом поведении стратегия сближения с аудиторией реализуется, например, в политической коммуникации в наличии прямых вопросов к аудитории; использовании иронии; отсылок к местным реалиям; употреблении сниженной лексики или молодежного сленга; употреблении местоимения «мы» вместо «я»; ссылок на прецедентные феномены [6, с. 397–398].

В письменной речи стратегия сближения с аудиторией может проявляться в диалогичности и апеллятивности текста; обращениях к читателям и формировании читателя-адресата. Это происходит при помощи прямых и косвенных обращений, риторических вопросов, вопросов к себе и к читателю. Такая диалогичность текста имитирует общение с читателем напрямую. Кроме того, для этого используются местоимения «вы» и «мы», императивные предложения с глаголами в повелительном наклонении или несобственно побудительные предложения, а также разговорные единицы и разговорный регистр. В результате возникает эффект приближенности к устной речи [7, с. 235–237].

Частью стратегии сближения с аудиторией является самопрезентация, которая в интернет-СМИ может реализовываться, например, через представление редакции как коллектива, миссии и целей интернет-издания, отношения к своей деятельности, а также представление отдельных журналистов (их фотографий, профессиональных и жизненных установок в виде кратких обращений, слоганов, ссылок на лучшие материалы и др.).

Понимание интернет-дискурса как устно-письменного дискурса позволяет осознанно и целенаправленно использовать и интернет-технологии. Например, видеоблоги журналистов, доступные на веб-странице издания, дают возможность в полной мере использовать преимущества разговорной стилистики для сближения со своей аудиторией.

В интернете фигура журналиста становится ближе, доступнее: журналист может вести свой блог на сайте издания, предлагать подписаться на его страничку в социальной сети, размещать расширенные версии материалов и давать ссылки на все части серии материалов, анонсировать темы. То есть напрямую взаимодействовать с читателями, диалогизировать и персонализировать общение, создавая и детализируя свой профессиональный образ.

Коммуникативная интерактивность интернет-СМИ реализуется в иде возможности оставить комментарий, связаться с редакцией посред-

ством социальной сети, написать по e-mail журналисту, участвовать в составлении вопросов приглашенному гостю редакции, в конкурсе фотографий, участвовать в форуме, чате и др. Все это делает работу редакции более открытой, технологически и коммуникативно сокращает дистанцию между СМИ и аудиторией. Также важная и обратная связь. Редакция имеет возможность оставить ответ на комментарий читателя, ответить на электронное письмо, прокомментировать в социальной сети, что делает обратную связь реальной для всей аудитории, формируя более живой, внимательный образ редакции в целом.

Счетчик просмотров – показатель популярности – не только полезен для самого веб-ресурса, но и сам по себе является дополнительным стимулом для пользователей перейти по ссылке на популярную новость. Одновременно указание количества просмотров косвенно указывает на открытость редакции, ее желание сделать количественные результаты своей деятельности доступными для аудитории. Развлекательная функция представляет собой одну из ведущих функций интернет-дискурса, и это определяет присутствие значительной доли дискурсивных практик, связанных с ожиданиями аудитории о том, что пользование интернет-ресурсом удобно и интересно. Функциональный и удобный дизайн, возможность установить приложение, возможность подписаться на рассылку издания, деление информации на тематические блоки, интеграция с социальными медиа, адаптированность заголовков к веб-среде, наличие ключевых слов, продвижение в поисковых системах и социальных сетях – все эти элементы делают интернет-СМИ технологически более доступным и способствуют сближению с аудиторией. Юмор, ирония, шутки, игра слов в заголовках и в текстах, тематические блоки с развлекательным контентом соответствуют ожиданиям аудитории о присутствии развлекательной функции в деятельности интернет-ресурса.

Таким образом, стратегия сближения с аудиторией помогает сократить дистанцию между адресантом (т. е. СМИ) и адресатом (аудиторией), приблизить отношения между ними к сфере межличностных отношений, делает само СМИ и его журналистов более узнаваемыми, вносит вклад в поддержание устойчивости и, возможно, в расширение аудитории интернет-СМИ. Сама интернет-среда позволяет региональным интернет-СМИ технически и коммуникативно реализовывать стратегию сближения с аудиторией, удерживая свою аудиторию и успешно конкурируя с крупными игроками информационного поля.

Библиографические ссылки

1. Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2 / Сост. и общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск : БГУ, 2000. 479 с.
2. Ахренова Н. А. Доминанты современной интернет-лингвистики : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19; Мытищи : МОГУ, 2018. 49 с.
3. Сергеев А. А. Создание журналистских текстов в трансформирующейся среде массовой коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. М. : Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. 2011. 26 с.
4. Johnson-Cartee K. S. News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality. Oxford : Rowman & Littlefield, 2005. 376 p.
5. Montgomery M. The Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach. London ; New York : Routledge, 2007. 264 p.
6. Назарова П. З., Золотарев М. В. Речевые тактики убеждения в современном российском предвыборном дискурсе (на примере президентской кампании 2017–2018 годов) // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. Т. 18, вып. 4. С. 394–399.
7. Понятина Т. П. Коммуникативная стратегия сближения с адресатом художественного текста // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 1 (2). С. 235–237.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Л. И. Мельникова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lud_mel@mail.ru*

Исследование контента регионального телевидения – одна из важнейших задач теории и методологии современных СМИ. В статье акцентируется внимание на тематических приоритетах местного ТВ, обусловленных локальностью аудитории. Актуализируется необходимость использования цифровых технологий для выявления наиболее острых проблем региона, достижения контакта со зрительской аудиторией. Материал может быть использован при рассмотрении вопросов эффективности функционирования региональных телекомпаний, качества контента местного ТВ.

Ключевые слова: региональное телевидение; аудитория; тематика; передача; контент.