

ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК БАЗОВОЕ СВОЙСТВО ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

В. Ф. Олешко

*Уральский федеральный университет,
ул. Мира, 19, 620002, г. Екатеринбург, Россия,
vladimir.oleshko@urfu.ru*

Процесс цифровизации контента современных медиа значительно расширил творческие возможности всего многообразия субъектов информационной деятельности. Но в современных исследованиях, как доказывает автор, необходимо при этом акцентировать внимание на диалогических составляющих транслируемого контента. В частности, преимуществом профессиональных журналистов должна являться, по его мнению, так называемая глубина диалогичности. Она находит проявление прежде всего в результативности публикаций на социальную тему. Осуществленный контент-анализ 68 текстов массмедиа Уральского региона различных типологических групп свидетельствовал, что именно данный фактор пока в наименьшей степени характеризует деятельность журналистов при обращении к социальной тематике. Таким образом, формулируется научно-практическая задача, решение которой позволит расширить диапазон приемов и методов эффективного формирования общественного мнения по актуальным вопросам.

Ключевые слова: массмедиа; текст; журналист; аудитория; цифровизация; диалог; глубина диалогичности.

DIALOGICITY AS A BASIC PROPERTY OF JOURNALISTIC TEXTS OF THE DIGITAL AGE

V. F. Oleshko

*Ural Federal University,
19, Mira Str., 620002, Yekaterinburg, Russia
Corresponding author: V. F. Oleshko (vladimir.oleshko@urfu.ru)*

The process of digitalization of the content of modern media has significantly expanded the creative possibilities of the entire variety of subjects of information activity. But in modern research, as the author proves, it is necessary to focus on the dialogical components of the broadcast content. In particular, the advantage of professional journalists should be, in their opinion, the so-called depth of dialogue. It finds expression primarily in the effectiveness of publications on a social

topic. The content analysis of 68 texts of the mass media of the Ural region of various typological groups testified that this factor is the least characteristic of the activity of journalists when addressing social topics. Thus, a scientific and practical task is formulated, the solution of which will expand the range of techniques and methods for the effective formation of public opinion on topical issues.

Key words: mass media; text; journalist; audience; digitalization; dialogue; depth of dialogicity.

Диалогичность как открытость сознания и поведения человека, субъект-субъектные отношения с окружающими тебя людьми, а в цифровую эпоху еще и готовность к общению «на равных» с информационными партнерами – это одна из важнейших характеристик Новейшего времени. При этом прямой или косвенный отклик на позиции, суждения, мнения людей, а также способность вызывать отклик на собственные высказывания и действия обеспечивают чаще всего современные массмедиа и социальные сети. Однако диалогичность при этом не только напрямую связана с оценочностью, тональностью, модальностью транслируемых текстов, но и предопределяет авторские интенции, а также формирует в складывающихся сегодня условиях предельно динамичную жанровую структуру данного контента.

Это «многоголосие» по умолчанию может, на наш взгляд, проявляться в медиапродукте в большинстве случаев в трех видах. Если говорить о журналистике, то, во-первых, это можно рассматривать как *макродиалогичность*, что подразумевает выстраивание диалога между несколькими текстами одного или нескольких массмедиа по одной теме. В данном случае формируется широкий социальный и медийный контекст. Во-вторых, необходимо рассматривать и *непосредственную диалогичность* в форме взаимодействия автора со своими читателями, при которой у последних есть возможность прямого реагирования. Тем более, что они могут принять участие не только в обсуждении представленного контента, его дополнении, но и даже в создании собственного медиапродукта по данной теме и в дальнейшем его «расшаривании» в соцсетях. В-третьих, «многоголосие» может найти проявление в форме *внутренней диалогичности*, которая представляет собой «взаимодействие разных смысловых позиций в монологическом по форме тексте» [1], когда в конкретном материале представлена только точка зрения автора, мнение же адресата лишь предполагается.

В свою очередь, глубина интерактивности, как мы выяснили, анализируя контент социальной тематики екатеринбургских изданий «КП-

Урал», «Областная газета», интернет-портала «66.RU» и информационного агентства «Европейско-Азиатские новости» за период с марта 2022 по март 2023 года, чаще всего может быть представлена как смысловая двусторонняя, но ограниченная невозможностью реагирования на представленный контент по сугубо техническим причинам; реактивная или квазиинтерактивная коммуникация (*термин А. Н. Чумикова*), где одна сторона получает сообщения о реакции другой; и наконец полностью интерактивная коммуникация, при которой между участниками происходит обмен информацией не только на равных позициях, но и с возможностью дополнения представленных текстов. Рассмотрим данные тенденции на конкретных примерах с учетом фактора профессиональной успешности журналистов, использующих для активизации диалоговых отношений современные, постоянно дополняемые цифровые технологии.

Контент-анализ 68 публикаций, осуществленный совместно с В. М. Журавлевой, позволяет также сделать заключение о том, что социальная проблема может рассматриваться как таковая лишь в том случае, когда некая ситуация не только привлекает к себе внимание значительного числа людей, но и требует социального вмешательства как властных структур, так и коллективных действий представителей тех или иных социумов.

Доминантными элементами анализа нами были выделены следующие: актуальность и фактологическая полнота раскрытия сущности социальной проблемы; реальная вовлеченность представителей массовой аудитории в данную тему; потенциальные возможности соучастия людей в решении проблемы; использование современных цифровых технологий для активизации диалоговых отношений в процессе формирования общественного мнения по данному поводу; и наконец – результативность выступления журналистов (хотя бы в форме возвращения к данной проблеме или отдельным вопиющим фактам действительности через какой-то период).

Если кратко суммировать результаты исследования, то следует отметить тот факт, что в проанализированных текстах превалировала тенденция тематического повтора. Так, к примеру, только после вопиющего факта нападения бродячих собак на ребенка (https://eanews.ru/news/chipirovannye-sobaki-iskusali-rebenka-v-nizhnevartovske_01-04-2022), широко освещенного федеральными СМИ, эта тема получила развитие и в этих публикациях. То же самое можно сказать об освещении в данный период проблемы ликвидации ветхого и аварийного жилья в

регионе, неквалифицированной помощи волонтерам и семьям участников СВО, функционирования домов престарелых, ряда других. Эксклюзивная тематика с опорой на не растиражированные еще в интернете и в федеральных СМИ факты была присуща только 27 % публикаций.

Вместе с тем, глубина интерактивности с опорой на вовлеченность широкой аудитории в представленный журналистами концептуальный подход к освещению той или иной проблемы предопределяли прямое ее реагирование на тексты. Казалось бы, для этого сегодня существует большое количество форм, способов, технологий, в том числе цифровых. Но лишь 11 % текстов были «расшарены» к примеру, в социальных сетях со ссылкой на данное массмедиа. А что касается результативности выступления журналистов, то эта проблема в той или иной форме решалась только «Областной газетой» – таковых текстов, взаимосвязанных с предыдущими публикациями было 15 %.

Мы рассмотрели деятельность разнотиповых изданий, причем одних из самых популярных в Уральском регионе. Профессионализм журналистов, работающих там, подтвержден достаточно высокими рейтингами этих массмедиа в целом и отдельных текстов, зафиксированных российским новостным агрегатором *MediaMetrics*. Причем мы отследили, что проанализированный нами контент социальной тематики в последнем случае там представлен не был, то есть не входил число самых популярных у массовой аудитории текстов. Таким образом, делаем вывод, диалогичность как базовое свойство журналистских публикаций цифровой эпохи, когда конкурентная среда медиа постоянно расширяется за счет непрофессионалов, характеризуется не только ярким подходом к текстотворчеству, но и решением авторами задачи так называемого конвергентного сопровождения текстов [2] и их результативности [3]. Следовательно, глубина интерактивности как научно-практическая проблема становится предельно актуальной именно в цифровую эпоху.

Библиографические ссылки

1. Быков Д. Л. Диалогичность журналистского материала [Электронный ресурс]. URL: <https://lektsii.org/12-9330.html> (дата обращения 24.07.2023).
2. Шибут И. П. Формирование профессиональных компетенций современного журналиста в условиях информационной и коммуникационной конвергенции. Журнал Бел. гос. ун-та. Журналистика. 2022. С. 4–9.
3. Олешко В. Ф., Мухина О. С. Журналистика периода COVID-19: актуальные вызовы, пути трансформации. Вестник НГУ. Сер. История, филология. 2022. С. 30–39.