

**Диалогичность в медиакоммуникации благотворительных фондов:
лингвистические аспекты взаимодействия с аудиторией**

Научный руководитель – Малышев Александр Александрович

Подымникова Дарья Юрьевна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра речевой коммуникации,
Санкт-Петербург, Россия

E-mail: podymnikovadarya@gmail.com

Текст представляет собой один из ключевых способов коммуникации между автором и читателем, обеспечивая передачу информации, идей и смыслов. Однако для эффективного взаимодействия недостаточно лишь донести информацию — необходимо установить и поддерживать контакт с аудиторией. Именно на этом этапе важную роль играет диалогичность текста, способствующая вовлечению читателя и формированию у него ощущения сопричастности к обсуждаемым вопросам.

Диалогичность организует текст как динамическую систему смыслов, ориентированную на восприятие адресатом. Она выступает не просто обменом репликами, а символическим и когнитивным контактом читателя с текстом, позволяя осмыслить изложенные идеи [1]. Таким образом, текст становится пространством взаимодействия смыслов, вовлекающим аудиторию.

Согласно определению А.Ю. Арутюновой, диалогичность текста представляет собой его ориентированность на адресата, включенность в систему ранее высказанных идей и концепций (интертекстуальность), а также взаимодействие различных сознаний, участвующих в коммуникации. Более того, диалогичность предполагает не только наличие коммуникативных ролей адресанта и адресата, но и их взаимное влияние: содержание и языковая структура текста формируются с учетом предполагаемой реакции читателя [2].

Диалогичность текста рассматривается как лингвистическое проявление коммуникативной природы языка, отражающееся в признаках диалога, включая учет «фактора адресата» и его реакции [3; 4]. К ключевым маркерам диалогичности относятся обращения к читателю, противопоставление местоимений «мы – вы», побуждающие конструкции (включая императив) и риторические вопросы. Эти элементы выполняют функцию установления и поддержания контакта между автором и аудиторией.

Для расширения аудитории и повышения вовлеченности благотворительные организации активно развивают социальные сети, включая Telegram. Эта платформа способствует установлению контакта с читателями как за счет визуального контента (например, фотографий, отражающих деятельность фонда), так и посредством языковых средств, обеспечивающих взаимодействие с аудиторией, информирование о деятельности организации и побуждение к участию.

В рамках исследования были проанализированы Telegram-каналы пяти благотворительных организаций: «Российский Красный Крест», «Старость в радость», «Перспективы», «Антон тут рядом» и «Ночлежка». Отмечено, что РКК реже прибегает к диалогичности по сравнению с другими фондами. Публикации преимущественно представлены в аналитическом формате, схожем с новостными заметками. Авторы редко используют прямые обращения к аудитории, однако активно применяют местоимение «мы», создавая

эффект коллективной причастности: «С первых дней кризиса мы поставили задачу создать систему долгосрочной, всесторонней поддержки для людей в сложной жизненной ситуации. Мы видели, как тысячи семей вынужденно покидали свои дома...» [7]. Использование местоимений, отражающих коллективную позицию, характерно и для других рассмотренных благотворительных фондов.

Отметим, что в «Старость в радость» публикации могут начинаться с неформального обращения: «Добрый день, друзья!» Подобное можно заметить и в постах организации «Антон тут рядом», в остальных случаях авторы каналов отдают предпочтение местоимениям, интегрируя обращение внутрь текста без явного акцентирования.

Также, в отличие от РКК, где доминируют глаголы прошедшего времени (подчеркивая достигнутые результаты), фонды «Антон тут рядом» и «Перспективы» преимущественно используют настоящее время, создавая эффект непосредственного вовлечения: «На кухне все четко. Добавляем муку, сахар, Марья передает миску Косте — и совместными усилиями размешиваем тесто» [10]. Аналогичная тенденция прослеживается и в каналах «Ночлежки» и «Старость в радость»: «Сегодня рассказываем о людях, которые больше не одиноки» [8].

Побудительность в текстах благотворительных фондов выражена в мягкой форме, без принуждения к участию в их деятельности. Императивные конструкции, как правило, размещаются в конце публикаций и предваряются эмоционально насыщенными историями, усиливающими мотивацию аудитории: «Вы уже собрали более половины нужной суммы. Спасибо огромное всем, кто не прошёл мимо, вы самые невероятные. Осталась ещё половина. Помогите Ночному автобусу отправиться в путь на странице сбора...» [5]. Аналогичная стратегия наблюдается в фонде «Старость в радость»: «Лучше избегать всего, что может ранить, — упоминаний про любовь близких, путешествия, домашний уют и тому подобного. Подключайте коллег, близких или детей в школе — адресов хватит на всех!» [9].

Реже побудительные конструкции встречаются в начале публикаций, создавая эффект вовлечения читателя с первых строк. Например, в канале фонда «Перспективы» побуждение к действию включено в завершение эмоционального повествования: «Подписчики шлют сообщения, что прочли сегодня в газете Metro о Доме сопровождаемого проживания «Перспектив» в Раздолье — и их очень согрел этот репортаж. Пусть вам тоже станет теплее от того, что жизнь людей с тяжелой инвалидностью может быть радостной, уютной, осмысленной, наполненной. Если мы им в этом поможем» [6].

Анализ Telegram-каналов благотворительных фондов позволяет заключить, что все исследуемые организации выстраивают коммуникацию по модели коллективной идентичности, представляя себя как единую команду, близкую к аудитории. Это способствует размыванию границ между фондом и его подписчиками, создавая эффект сопричастности. Побудительные конструкции в текстах представлены в мягкой форме, что делает призывы к действию естественными и логически обоснованными.

Источники и литература

- 1) Арутюнова А.Ю. Диалогичность текста и категория связности. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2007.
- 2) Клюканов И.Э. О диалогичности коммуникации // Вопросы психолингвистики. 2009. № 10. С. 110–114.
- 3) Кожина [U+202F] М.Н. О диалогичности письменной научной речи. Пермь, 1986.
- 4) Красавцева [U+202F] Н.А. Выражение диалогичности в письменной научной речи (на материале английского языка). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Одесса, 1987.

- 5) «Ночлежка»: <https://t.me/nochlezhka/310>
- 6) «Перспективы. Благотворительная организация»: <https://t.me/goodpsp/1636>
- 7) «Российский Красный Крест»: https://t.me/redcross_ru/3241
- 8) «Старость в радость»: https://t.me/starost_v_radost/1353
- 9) «Старость в радость»: https://t.me/starost_v_radost/1332
- 10) «Фонд “Антон тут рядом”»: <https://t.me/tutryadom/1642>