МЕДИАДИАЛОГ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА: АНАЛИТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ОСВЕЩЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ

Д. А. Шавров

Белорусский государственный университет, г. Минск;

d.shavrov97@mail.ru;

науч. рук. – О. М. Самусевич, канд. филол. наук, доц.

В работе изучаются публикации на экономическую тематику газет «СБ. Беларусь сегодня», «Сельская газета», «Рэспубліка» в контексте реализации конструктивного медиадIALOGA власти и общества. Актуальность выбранной темы заключается в необходимости изучения эффективных стратегий коммуникативного взаимодействия с использованием аналитических средств как наиболее эффективных инструментов формирования общественного мнения и повестки дня.

Ключевые слова: медиадIALOGA; аналитические средства; экономическая проблематика; экспертное мнение; авторский комментарий.

Эффективное взаимодействие власти и общества, в котором модератором выступают средства массовой информации, – актуальная проблема для Беларуси и всего мира. В последнее десятилетие с бурным ростом интернет-СМИ, по мнению исследователей, этот вопрос приобрел особенную актуальность, поскольку медиа нащупали рычаги формирования общественного мнения и захвата внимания всех возможных слоев общества [4, с. 37]. В 1998 профессор Я. И. Засурский отмечал, что «степень закрытости власти на постсоветском пространстве, в особенности в нашей стране, поразительна» [3, с. 460]. В меньшей степени это, возможно, относится к Беларуси, где власть всегда стремилась обозначить свою позицию в СМИ. Со временем эти средства массовой информации, преимущественно государственные, стали искать новые формы подачи информации для обеспечения доверительного и всестороннего диалога власти и общества.

Ученые отмечают, что именно с помощью языковых средств, используемых СМИ, в индивидуальном и массовом сознании формируется картина мира. Современные исследования о медиапсихологии подтверждают тот факт, что восприятие окружающего мира в большой степени зависит от того, как его представляют СМИ. Именно в медиатекстах отражаются социально-идеологические, политические и ментальные изменения, фиксируются новые ценности, концепты и идеологемы [5, с. 175].

В последние годы большую роль в медиадIALOGA власти и общества стали играть аналитические средства. Результаты проведенного опроса показывают, что аналитическая журналистика является действенным инструментом при формировании общественного мнения: около 80 %

респондентов отметили, что после прочтения аналитического материала их мнение о проблеме, поднятой в публикации, менялось [1, с. 20].

Материалы экономической проблематики – один из наиболее популярных сегментов контента современных СМИ. Исследователи отмечают, что экономическая журналистика как таковая отличается от совокупности публикаций в деловых СМИ, основная аудитория которых – лица, принимающие решения. Потребители современной экономической информации, по мнению И. Деминой, – обычные граждане, которым экономическая журналистика дает возможность принимать бытовые экономические решения [2, с. 184].

Наиболее важными мероприятиями, которые формируют повестку дня государства, в том числе в экономическом секторе, являются послание Президента Республики Беларусь народу и Национальному собранию, а также «Большой разговор с Президентом». Именно на этих мероприятиях определяются стратегические направления в развитии страны, жизни государства и общества, которые власть считает нужным обозначить. В рамках данного исследования нами были проанализированы экономические материалы газет «СБ. Беларусь сегодня», «Рэспубліка» и «Сельская газета», вышедшие в течение двух недель после послания Президента народу и Национальному собранию 24 апреля 2018 года и «Большого разговора с Президентом» 1 марта 2019 года.

Так, за анализируемый период в названных изданиях вышло следующее количество материалов на экономические темы, затронутые Главой государства в своем выступлении: «СБ. Беларусь сегодня» – 4, «Рэспубліка» – 2, «Сельская газета» – 3. При этом аналитические средства используются во всех материалах. Важно, что все три публикации в «Сельской газете» являются авторскими комментариями: авторы рассматривают тот или иной тезис Президента на конкретных примерах, связанных с тематикой газеты («Деловая активность на руку любому райисполкому», 26.04.2018 – *формирование атмосферы нового бизнес-климата* на примере Петриковского района; «Пусть пример Витебщины станет хорошим уроком всему АПК», 26.04.2018 – *зарплата должна напрямую зависеть от эффективности организации производства* на примере Витебской области; «Деньги теряем там, где можно находить», 28.04.2018 – *повышение эффективности производства* на примере Вороновского района). «Рэспубліка», что показывают результаты исследования, написала о Послании лишь два раза. В материале «Задачи на перспективу» (25.04.2018) отражено мнение экспертов о некоторых аспектах выступления Президента, экономической тематике посвящена реплика председателя правления БСБ Банка Сергея Дубкова, где он разъясняет, что, по его мнению, заложено в словах Главы государства о разви-

тии человеческого потенциала. Материал «Ложка меда в цистерне молока» (26.04.2018) продолжает мысль Президента о том, что мировые торговые войны «не обошли стороной и Евразийский экономический союз». В беседе с экспертом журналист раскрывает подоплеку конфликта российских ветеринарных служб и белорусских молочников. Ценность данного аналитического материала заключается в том, что раскрываются скрытые моменты конфликта, а не то, что давно известно читателям из новостей.

Как мы видим, материалы в «Сельской газете» и «Рэспубліке» публикуются лишь в первые дни после Послания, «СБ. Беларусь сегодня», в свою очередь, раскрывает тему в течение двух недель после события – ключевого периода, когда мероприятие и выдвинутые в его ходе тезисы полностью сохраняют актуальность. Короткие комментарии экспертов, опубликованные 25 апреля 2018 года, не имеют аналитического характера, поскольку в них спикеры делятся лишь личными впечатлениями, в связи с чем такого рода публикации не подпадают под предмет нашего исследования. Наибольший интерес из всех определенных публикаций вызывает материал «Кому поручить заботу о цифре» (26.04.2018), который представляет собой трендовую статью, один из самых молодых аналитических жанров. В тексте затрагивается перспектива создания в Беларуси Министерства цифровой экономики, в частности, рассматривается опыт Великобритании. Данная публикация является одним из самых ярких примеров взаимодействия власти и общества со СМИ в качестве промежуточного звена, поскольку понятным языком раскрываются малоизвестные, но популярные вопросы цифровизации экономики и перспектив страны в этой области.

«Большой разговор с Президентом», который состоялся 1 марта 2019 года, освещался, в первую очередь, в информационных материалах перечисленных изданий. Это можно связать с тем, что сам по себе подобный формат имеет аналитический характер. Названные издания освещали экономическую проблематику с использованием аналитических средств лишь один раз за две недели – в материале «Пилорама пилит риски» («Сельская газета», 05.03.2019). Он представляет собой корреспонденцию, журналист рассказывает об открытии тремя людьми пилорама вдали от районных центров. Публикация поддерживает высказанную Главой государства мысль о том, что «у белорусов должна просыпаться предпринимательская жилка», на примере демонстрируется, что в регионах есть условия для ведения собственного бизнеса.

Таким образом, по итогам исследования мы можем выделить основные аналитические средства, используемые при освещении экономической проблематики в медиалоге власти и общества:

1. Экспертное мнение – журналисты приводят мнение профессиональных экономистов. При этом используются различные жанры: комментарий, интервью (или беседа), реплика;

2. Анализ опыта – рассмотрение опыта как отдельных людей (см. материал «Пилорама пилит риски»), так и целых стран (см. «Кому поручить заботу о цифре»);

3. Авторский комментарий – это аналитика журналиста, которая основана на его собственных знаниях, опыте.

Список аналитических средств весьма ограничен, в связи с чем изданиям необходимо задуматься о привлечении новых форматов. Кроме того, как видим, «Большой разговор с Президентом», имеющий более открытый характер, анализировался в изданиях меньше, чем Послание Президента народу и Национальному собранию, которое является программным выступлением. Тем не менее государственные СМИ не должны упускать мероприятия, которые вызывают интерес у граждан Беларуси и формируют повестку дня. Отсутствие аналитики при освещении такого рода событий ограничивает меди диалог власти и общества и его конструктивный эффект.

Библиографические ссылки

1. *Шавров Д. А.* Аналитическая журналистика в Республике Беларусь: проблемно-тематический и жанровый аспекты : дипломная работа / Факультет журналистики, Кафедра периодической печати; науч. рук. доцент В. А. Елфимов.
2. *Демина И. Н.* Трансформация медиасистемы: взаимовлияние экономики и журналистики. Изд-во Байкал. гос-го ун-та. 2010. № 5. – С. 183–187.
3. *Засурский Я. И.* Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. М : Изд-во МГУ, 2007. – 557 с.
4. *Пузанова Н. Н.* Взаимоотношения СМИ и власти // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение, журналистика. 2008. № 2. – С. 36–45.
5. *Самусевич В. М.* Канцэптуалізацыя медыйнай прасторы навінавага партала «СБ. Беларусь сёння» і партала выдавецкага дома «Звязда» // Медиапространство Беларуси: история и современность (к 100-летию газеты «Звязда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия») : матер. Междунар. научн.-практ. конф., г. Минск, 20 октября 2017 г. Минск : Изд. центр БГУ, 2017. С. 172–175.