

---

## МОДЕЛИ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ

*Л. И. Мельникова*

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

Коммуникативная практика телевидения традиционно представляет большой интерес для теории и методологии современных исследований коммуникации. В статье актуализируется необходимость перманентного мониторинга моделей аудиовизуальной коммуникации, которые отвечают потребностям изменяющейся социокультурной среды. Материал может быть использован при рассмотрении проблем эффективности аудиовизуальной коммуникации, качества телевизионного контента.

**Ключевые слова:** аудиовизуальная коммуникация; аудитория; телевидение; модели коммуникации.

## AUDIOVISUAL COMMUNICATION MODELS: MODERN APPROACHES

*L. I. Melnikova*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: L. I. Melnikova (lud\_mel@mail.ru)*

The communicative practice of television is traditionally of great interest to the theory and methodology of modern communication research. The article actualizes the need for permanent monitoring of audiovisual communication models that meet the needs of a changing sociocultural environment. The material can be used when considering the problems of the effectiveness of audiovisual communication, the quality of television content.

**Key words:** audiovisual communication; lecture hall; TV; communication models.

Коммуникативная практика современного телевидения формирует широкое проблемное поле для научных исследований. В частности,

актуализируется необходимость перманентного мониторинга моделей аудиовизуальной коммуникации, отвечающих потребностям меняющегося социокультурного ландшафта. Обращение к данной проблематике в контексте общественного развития – от индустриального к постиндустриальному, информационному обществу – необходимо для выявления таких моделей аудиовизуальной коммуникации, которые отвечали бы первородным свойствам телевидения, в первую очередь его диалогической природе, прямой обращенности к аудитории.

Среди парадигм, которые характеризуют цели и задачи аудиовизуальной коммуникации, выделяют авторитарную (инструментальную) и гуманитарную, которые предполагают соответственно *объект-объектные* или *субъект-субъектные* отношения с аудиторией. Аналогичными с гуманитарной парадигмой атрибутивными свойствами характеризуется также коммуникативно-познавательная концепция коммуникации [1]. Исторический опыт свидетельствует, что функционирование белорусского телевидения в 1956–2000 гг. определяли не только *управляющее воздействие* на аудиторию, доминирование технологий убеждения, пропаганды, манипулирования, характерные для инструментальной парадигмы, но и *развивающее взаимодействие* со зрителем, который нередко рассматривался в качестве активного соучастника акта коммуникации. Несмотря на то, что в этот период теле вещание осуществлялось одним общереспубликанским телеканалом, программная политика студии Белорусского телевидения предусматривала производство качественных образовательных, научно-популярных, культурно-просветительских программ, общий объем и идейно-художественный уровень которых не уступали общественно-политическому контенту [2, с. 103–104]. Гуманитарная парадигма аудиовизуальной коммуникации, определившая концепцию телеканала «Россия-Культура», обусловила также открытие в 2013 г. общенационального культурологического телеканала «Беларусь 3», содержательное наполнение которого («Я хочу это увидеть!», «Живая культура», «Люблю и помню» и пр.) свидетельствует о попытках построения субъект-субъектных отношений с аудиторией как осознанной необходимости.

В научном дискурсе новейшего времени акцентируется внимание на «антропоцентрической (человекоцентрической)» модели аудиовизуальной коммуникации, центр тяжести которой смещается от телевидения как социального института, с присущими ему целями и задачами, к человеку как субъекту социокультурной среды. Среди принципов, опреде-

ляющих содержательную составляющую такой модели, особо подчеркивается значение «механизма диалога», который должен обеспечивать взаимодействие телевидения и зрителя. При этом диалог понимается «как формат познания и существования, в котором постигается человек и его бытие» [3, с. 81].

О своевременности научного обоснования антропоцентрической модели взаимодействия телевидения с аудиторией свидетельствуют исследования, направленные на разграничение понятий «коммуникация» и «общение», в которых общение рассматривается не только как философская категория, феномен, необходимый для существования человека и общественных отношений, но и как ценность [4]. Концептуальные рамки социальной аналитики общения определяет «рефлексия над субъект-субъектными отношениями». В качестве предпосылки данный подход предполагает «концепцию человека социального и эмоционального», который подвержен влиянию и способен изменяться. Переосмысливая границы между общением и коммуникацией, исследователи отмечают, что «...намерение приятно пообщаться не может быть реализовано вне вовлечения в процесс общения. <...> Если коммуникация является средством для осуществления некоторой цели, то общение – это цель в себе: в нем цель и средство совпадают» [4, с. 30–31, 32].

Принципам антропоцентрической модели аудиовизуальной коммуникации не противоречили такие мастера устного слова на советском телевидении, как И. Андроников («Иракий Андроников рассказывает»), В. Леонтьева («От всей души»), А. Каплер, З. Гердт, Э. Рязанов («Кинопанорама»), В. Шнейдеров («Клуб кинопутешественников»), С. Смирнов («Рассказы о героизме»), Н. Дроздов («В мире животных»), Ю. Сенкевич («Клуб путешественников»), В. Молчанов («До и после полуночи»), В. Листьев («Тема». «Час пик») и др. Учитывая коммуникативную природу телевидения, эти телеведущие помнили, что любая ситуация общения предназначена для зрителя как участника, хотя и косвенного, разговора на экране.

На современном белорусском телевидении традиции великих «рассказчиков» советского ТВ успешно продолжает, в частности, режиссер В. Орлов, автор и ведущий цикловых передач «Люблю и помню», «Кино моей страны» (Беларусь 3). Искренне открытый к диалогу со своей аудиторией, уважающий зрительскую аудиторию, В. Орлов демонстрирует преимущества антропоцентрической модели аудиовизуальной коммуникации.

Таким образом, в историческом опыте отечественного телевидения немало примеров моделей коммуникации, которая базировалась на первородных свойствах ТВ: диалогичности, прямой обращенности к зрителю, камерности, что необходимо учитывать и создателям современного белорусского телеконтента.

### **Библиографические ссылки**

1. Основные понятия теории журналистики: новые подходы к проблеме / И. Д. Фомичева [и др.] ; под ред. Я. Н. Засурского ; Моск. гос. ун-т, фак-т журн. М. : Изд-во МГУ, 1993. 206 с.
2. *Мельникова Л. И.* Творчество телевизионного журналиста: теория, методология, практика: пособие. Минск : БГУ, 2018. 159 с.
3. *Дугин Е. Я., Куприянова О. А.* Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2017. № 5. С. 72–83.
4. *Резаев А. В., Трегубова Н. Д.* Новые медиа и «умные вещи»: как новые технологии актуализируют различие между общением и коммуникацией? // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 1. С. 25–43.

## **ЖУРНАЛИСТИКА: ИНСТИТУТ, ИМЕЮЩИЙ ЗНАЧЕНИЕ**

*А. В. Потребин*

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

Рассматриваются характеристики журналистики и системы средств массовой информации в качестве социальных институтов. Подвергается сомнению тезис о формировании гомогенной аудитории как о задаче института журналистики. Формулируется гипотеза о способности журналистики к включению в процесс развития экономической культуры современного общества, и, тем самым, к участию в социально-экономическом развитии страны.

**Ключевые слова:** журналистика; средства массовой информации; социальный институт; ценностные ориентации; экономическая культура.