

го тиража периодики нового типа и снижением совокупного единоразового выпуска старейших отечественных детских изданий «Зорька», «Піянер Беларусі», «Вясёлка» и «Бярозка». Развитие системы детской печати том числе происходило благодаря появлению единичных учебных, научно-популярных, специализированных газет и журналов для детей школьного возраста («Фокус», «Лесавік», «Репетитор», «Качели», «Радость»). Тем не менее их количество, периодичность выхода и тиражи значительно уступали числовым показателям развлекательных медиа.

Библиографические ссылки

1. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ: учеб.-метод. комплекс. Минск : БГУ, 2020. 115 с.
2. Летапіс друку Беларусі: дзяржаўны бібліяграфічны паказальнік. Мінск : Нацыянальная кніжная палата Беларусі. № 12. 1992. 422 с.
3. Летапіс перыядычных выданняў і выданняў, якія прадаўжаюцца: дзяржаўны бібліяграфічны паказальнік. Мінск: Нацыянальная кніжная палата Беларусі. 2000. 50 с.

КОНСТРУКТИВНЫЙ ДИАЛОГ КАК АНАЛИТИЧЕСКИЙ ФОРМАТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ

Д. А. Шавров

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
d.shavrov97@mail.ru*

В последние годы наблюдается возрастающая диалогичность аналитических материалов СМИ. Конструктивный диалог – формат медиатекста, нацеленный на получение положительной реакции аудитории, созидательное формирование общественного мнения, характеризующийся солидарным характером взаимодействия журналистов средств массовой информации и аудитории. Отмечается роль СМИ как медиаторов (посредников) при разрешении конфликтных ситуаций. Конструктивный диалог, а также обратная связь и информационное участие рассматриваются как составляющие одной коммуникационной структуры, предполагающей разноцелевое взаимодействие с реципиентами информации.

Ключевые слова: конструктивный диалог; аналитические жанры журналистики; культура конструктивного диалога; обратная связь; информационное участие.

CONSTRUCTIVE DIALOGUE AS AN ANALYTICAL FORMAT FOR INTERACTING WITH THE AUDIENCE

D. A. Shavrov

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: D. A. Shavrov (d.shavrov97@mail.ru)

In recent years, an increasing number of dialogical features have been demonstrated in analytical media. Constructive dialogue is a media text format aimed at obtaining a positive reaction from the audience, constructive formation of public opinion, characterized by the solidary nature of interaction between media journalists and the audience. The role of the media as mediators in resolving conflict situations is noted. Constructive dialogue, as well as feedback and information participation are considered as components of a single communication structure, which involves multi-purpose interaction with recipients of information.

Key words: constructive dialogue; analytical genres of journalism; culture of constructive dialogue; feedback; information participation.

Одним из направлений в развитии аналитических жанров И. В. Кибакин выделяет «возрастающую диалогичность средств массовой информации» [1, с. 193]. На наш взгляд, актуализация в СМИ конструктивного диалога с аудиторией посредством аналитических жанров журналистики связана, в первую очередь, не с желанием конкретных людей или СМИ, а с ситуацией, которая сложилась в информационной сфере, необходимостью поиска приемлемых решений важных проблем жизнедеятельности общества, предотвращения возможных или уже появившихся социальных конфликтов. В некоторых исследованиях отмечается, что конструктивный диалог актуален преимущественно при решении конфликтов, для чего необходима платформа для диалога между его сторонами. Также утверждается, что СМИ не являются посредниками, поскольку «посреднические возможности являются второстепенными в основной журналистской задаче по информированию аудитории» [2, с. 41]. Однако мы не согласимся с данным утверждением, поскольку в информационной журналистике и в аналитической журналистике задачи журналистов отличаются. В конфликтных ситуациях журналисты приближаются к роли посредников, когда организуют встречи в рамках

круглого стола, теледебатов или выступают авторами аналитических публикаций, а сами современные СМИ довольно часто становятся платформой для дискуссии.

Важно отметить, что в аналитических материалах конфликт не является основной предпосылкой для конструктивного диалога. Таковой часто является принятие со стороны органов власти определенного решения, которое способно создать в обществе ситуацию недостаточного понимания данного решения, определенные сомнения в его целесообразности и потенциально создать конфликт. Формат конструктивного диалога используется в медиа для разрешения проблемы/вопроса или конфликтной ситуации, которые могут возникать между людьми, социальными группами, обществом и властью. Кроме того, во многих случаях необходимость конструктивного диалога возникает при столкновении интересов двух субъектов отношений. Выразаться он может как в прямом противостоянии, так и в скрытом непонимании необходимости принятия одной стороной того решения, которое касается другой стороны. СМИ выступают промежуточным звеном с задачей конструктивного управления конфликтом.

В научной литературе нет строгого определения понятия «конструктивный диалог», относящегося непосредственно к медиа. На наш взгляд, исследуемое понятие может быть дефинировано через понятие «социального диалога» (Е. П. Прохоров). По мнению Е. П. Прохорова, социальный диалог может быть признан механизмом решения проблем, которые по-разному воспринимаются разными силами общества. При этом, как отмечает ученый, важно не столько его присутствие, сколько качественные характеристики [2, с. 155]. Для диалога важно всеобщее признание равноправия коммуникаторов и схожесть интересов [2, с. 165–166].

Журналистам как медиаторам важна объективность. Как посредники они должны занимать нейтральную позицию, что позволяет им воздействовать на противостояние. Конструктивные ресурсы СМИ связаны с поиском решения конфликтов. Те решения, которые видит журналист, должны быть представлены обществу для их обсуждения. В процессе диалога имеет значение и то, что может быть сделано, так и те действия, которые могут быть полезными для налаживания диалога. Важно показать эту объективность журналиста и его взаимодействие со всеми сторонами конфликта. Кроме того, журналисту в идеале необходимо избегать эмоций и руководствоваться рациональными принципами решения конфликтной ситуации и построения диалога.

Важным элементом культуры конструктивного диалога является умение слушать, что помогает правильно понять позицию оппонента, оценить существующие разногласия и, в результате, подготовить необходимые контраргументы. Исследователи Л. Павлова и Е. Кашаева утверждают, что в зависимости от конкретной ситуации в диалоге могут быть использованы различные виды слушания. В частности, целесообразно не вмешиваться в ход выступления оппонента, если он эмоционально возбужден и не прекращает высказывать свою точку зрения. Важно до конца выслушать его, что значит использовать нерефлексивное слушание. Исследователи, однако, отмечают, что молчание может быть воспринято как знак согласия с точкой зрения противника, в связи с чем такое слушание не всегда можно использовать [3, с. 189].

Наиболее эффективным способом воздействия на оппонента при реализации конструктивного диалога является убеждение: именно оно делает выступление запоминающимся. Автор материала в формате конструктивного диалога должен уметь подбирать слова, отвечать основным принципам речевых отношений и составлять доказательную базу, в связи с чем предпочтительно избегать отрицательных оценок, ярлыков (особенно в отношении тех, кого один из участников диалога хочет в чем-то убедить). Строгое использование условий конструктивного диалога обеспечивает высокий уровень обсуждения проблемы и решение сложных вопросов социального уровня [3, с. 189].

Важным элементом культуры конструктивного диалога является ощущение причастности тех, кто участвует в диалоге, не к конкретному сообществу, а к обществу в целом, что позволяет оппонентам ощутить важность и необходимость скорейшего разрешения конкретной проблемы в интересах всего гражданского общества, а не какой-либо группы в частности [4, с. 48].

Таким образом, исходя из всех характерных черт конструктивного диалога, приведенных выше, мы принимаем следующую дефиницию этого понятия. Конструктивный диалог – это формат медиатекста, нацеленный на получение положительной реакции аудитории, созидательное формирование общественного мнения, характеризующийся солидарным характером взаимодействия журналистов средств массовой информации и аудитории. Конструктивному диалогу присущ конструктивный тип речевого поведения.

Поскольку конструктивный диалог как формат медиатекста направлен на получение реакции аудитории (как отмечено выше – единодушно положительной), то необходимо рассмотреть формы взаимодействия с

аудиторией, такие как обратная связь и информационное участие. Как отмечает Д. В. Платонова, обратная связь или информационное участие дает возможность населению участвовать в социально-политических, экономических, культурных процессах государства и таким образом влиять на органы власти и управления. Такую же возможность дает и конструктивный диалог как наиболее сложный формат взаимодействия с аудиторией, поскольку предполагает получение исключительно положительной реакции. Обратная связь, в свою очередь, – это отклики на публикации, опросы аудитории, призванные поддержать заданное состояние общества [5]. Обратная связь – это двусторонний процесс коммуникации, который дает возможность скорректировать поведение взаимодействующих участников. В процессе обратной связи редакция СМИ может диагностировать реакцию аудитории, понимание ею информации, корректность интерпретации.

Как отмечает Д. В. Платонова, информационное участие – это «форма взаимодействия СМИ с аудиторией, выраженная в получении отклика с ее стороны, информации от нее, с тем чтобы, используя полученные данные, корректировать “повестку дня”, методы работы, формы подачи материала и, следовательно, полнее удовлетворять потребности и запросы аудитории» [6, с. 135]. Именно таким образом обществу предоставляется возможность для информационного участия [6, с. 131].

На наш взгляд, обратную связь, информационное участие и, собственно, диалог необходимо рассматривать как составляющие одной коммуникационной структуры, предполагающей разноцелевое взаимодействие с реципиентами информации:

1) обратная связь – самая простая форма взаимодействия, предполагающая оценку аудиторией информации и реакцию на нее;

2) информационное участие – форма взаимодействия, предполагающая корректировку «повестки дня» в соответствии с реакцией аудитории на информацию;

3) диалог – наиболее сложная форма взаимодействия с аудиторией, предполагающая формирование общественного мнения; при конструктивном целеполагании диалог – это формат, концептуально направленный на предотвращение конфликтной ситуации или ее разрешение.

Таким образом, аналитические жанры журналистики являются наиболее действенным инструментом взаимодействия с аудиторией (как конструктивного, так и неконструктивного), поскольку сочетают в себе как компоненты информирования, так и элементы воздействия на реципиента. Конструктивный диалог выступает обязательным форматом

аналитических материалов СМИ. Конструктивный диалог как формат может эффективно использоваться журналистами для медиации между сторонами в конфликтной ситуации или ситуации, предшествующей таковой. Однако такая функция конструктивного диалога требует от журналиста тщательного отбора речевых средств для объективности и, следовательно, достижения максимального эффекта медиации – т. е. скорейшего разрешения конфликта или предотвращения такового.

Библиографические ссылки

1. *Кибакин И. В.* Аналитический жанр и его роль в деловой журналистике // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 12-2. С. 191–193.
2. *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М. : Аспект-Пресс, 2009. 351 с.
3. *Павлова Л. Г., Каишаева Е. Ю.* Культура конструктивного диалога: факторы и технологии формирования // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 4. С. 186–190.
4. *Вингоградский В. С.* Публицистический диалог – надежный ресурс публичности и эффективности современных средств массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. № 2. С. 183–192.
5. Философская энциклопедия. Обратная связь [Электронный ресурс]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2858/ОБРАТНАЯ (дата обращения: 03.04.2020).
6. *Платонова Д. В.* Информационное участие и формы его реализации в СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 1. С. 131–141.

ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА: ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

В. И. Шимолин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Shimolin_V46@mail.ru*

В статье поднимаются назревшие проблемы современной фотожурналистики. Большинство из них связаны с освоением фотожурналистикой информационного пространства интернета. Причины существующих ранее