

22. Михаил Юревич: Праздник объединяет людей разных поколений. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://chelyabinsk.er.ru/news/new-smain/?id=204> (режим доступа – свободный).

23. Яровая: Любые экономические успехи – следствие духовной силы. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://ER.ru/text.shtml?20/51-86,100022> (режим доступа – свободный).

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПУБЛИЧНОМ ДИСКУРСЕ

Т.В. Шайхитдинов,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, ассистент

E-mail: soneritokzn@gmail.com

Аннотация: Автор соотносит понятия публичного дискурса и медиапространства. Современные исследователи рассматривают медиапространство как самоорганизующуюся систему. Из этого вытекает, что коммуникативные стратегии вырабатываются при любом взаимодействии элементов этой системы. Большей частью эти взаимодействия носят манипулятивный характер. Автор рассматривает их с опорой на труды Иосифа Дзялошинского.

Ключевые слова: медиапространство, коммуникативные стратегии, технологии информирования и воздействия, манипуляция.

Summary: the author relates the concepts of public discourse and media space. Modern researchers consider media space as a self-organizing system. This implies that communication strategies are produced by any interaction of the elements of this system. For the most part, these interactions are manipulative in nature. The author considers them based on the writings of Joseph Dzyaloshinsky.

Keywords: media, communication strategies, technologies of information and influence, manipulation

Публичный дискурс формируется в условиях медиапространства. О его характеристиках пишет И. Дзялошинский. Под медиапространством он понимает подсистему информационно-коммуникационного универсума. Дзялошинский предлагает рассматривать медиапространство не как «вместилище» субъектов и процессов коммуникации, безучастное к тому, что в нем происходит, а как сложную самоорганизующуюся систему, которая с помощью прямых и обратных связей влияет на происходящие в ее границах процессы [1].

Медиапространство может рассматриваться как информационная система. Взаимодействие информационных систем (ИС) рассматривает С. Расторгуев. Исходя из его теории, за информационную систему можно принять любого участника информационного взаимодействия. Информационными системами могут быть человеческий организм, коллектив, государство и все человечество

в целом. Информационная система состоит из некоторого количества элементов, которые соединены между собой связями – каналами передачи информации. Информационная система вырабатывает определенные алгоритмы, по которым функционирует каждый элемент. Очень наглядно выглядит пример человеческого организма, где элементами информационной системы служат нейроны нервной системы. Каждая новая информация (факт), поступающая в ИС, побуждает систему выработать новые правила, по которым она будет функционировать дальше. При этом какое-то количество элементов системы гибнет, и появляются новые. Однако не всякая информация побуждает систему меняться. Новая информация должна быть замечена, принята и обработана системой [2]. Суть победы в информационной войне, по Расторгуеву, – это когда одна информационная система будет меняться в угоду другой. Задача атакующей системы в том, чтобы донести необходимую информацию до жертвы. Подобное воздействие является манипулятивным.

О манипуляции и о способах обработки информации человеком пишет И. Дзялошинский. Манипулятивные технологии навязывают определенные взгляды с помощью скрытого от адресата воздействия. Любое воздействие, имеющее своей целью изменение поведения объекта в нужном для субъекта направлении, даже если оно осуществляется во благо объекту, но без его согласия выступает как манипулятивное. Главная же его особенность не в том, что оно не учитывает интересов объекта воздействия, а в том, что оно осуществляется исключительно в интересах субъекта, для реализации которых могут быть применимы различные методы, в том числе и психологическое воздействие на объект с целью подчинения его поведения поставленным субъектом целям [3].

Существует множество методов воздействия на человеческую психику. Дзялошинский в своей монографии «Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии» разделяет технологии воздействия на несколько категорий. Рассмотрим их подробнее, через них можно выйти на типы текстов.

Первая категория – безопасные технологии. В них входят технологии информирования, убеждения и диалога.

В главе, посвященной технологиям информирования, Дзялошинский рассуждает о природе, функциях и типах информации. Автор считает, что степень воздействия информации зависит от целей того, кто ее предоставляет. Существует, например, модель общественного информирования, когда источник информации не ставит перед собой четкой задачи изменения отношения получателя. Технологии информирования, по мнению Дзялошинского, являются наименее опасными из всех методов воздействия.

Суть метода убеждения в том, чтобы с помощью логических аргументов сначала добиться от человека внутреннего согласия с определенными умопознаниями, а затем на этой основе сформировать и закрепить новые установки, соответствующие поставленной цели. Изучением всевозможных способов убеждения занимается риторика. Дзялошинский отмечает, что в современной риторике убеждение осуществляется больше эмоционально-психологическими способами, нежели логическими, с учетом особенностей собеседника или ауди-

тории. Один из самых действенных способов является обращение к авторитетным источникам [4].

Подобный способ убеждения характерен для проповеди. Цель ее – убедить слушателя исполнять религиозные предписания. Такой вид убеждения называется гомилетикой. Заметим, что большинство слушающих проповедь внутренне согласны с тем, что говорит проповедник.

Вторая категория технологий – относительно безопасные. Это управление коммуникативной ситуацией, использование провокативных высказываний и действий.

Выгодным влиянием на сознание адресата является управление коммуникативной ситуацией. В данном случае формируется среда, в которой происходит коммуникация. Эта технология, как правило, используется во время всевозможных переговоров и совещаний. Наиболее применительной эта технология стала для Интернет-форумов. Модератор форума может создавать нужные ему темы, формируя повестку обсуждения. Темы же при этом могут быть провокационные.

Третья категория технологий – опасные. Это технологии дезинформирования, черная риторика, психологическое манипулирование.

Здесь Дзялошинский вводит понятие социальной иллюзии как неадекватного представления общества о себе самом, о своих гражданах, их взаимоотношениях друг с другом, о субъектах других обществ и культур, основанных на фантастических представлениях и верованиях. Заметим, что понятие социальной иллюзии весьма схоже с понятием стереотипов.

Четвертая категория технологий – высокоопасные. Это технологии социальной индукции, суггестивные технологии.

Суть технологии социальной индукции в том, что одни люди вовлекают других людей в переживание определенных чувств. Эти переживания могут распространяться подобно эпидемии, заражая подчас десятки и сотни тысяч людей. Социальная индукция может возникнуть как спонтанно, так и намеренно. Здесь Дзялошинский проводит параллель с обычным инфекционным заболеванием. Он описывает три составляющих так называемой эпидемии: 1) «заразность» информации; 2) маленькие явления могут иметь большие последствия; 3) изменения и распространения происходят с высокой скоростью.

Для возникновения сильного эмоционального резонанса в обществе очень важен контекст, в котором происходят события. Кроме того, заражение эмоциями конкретного человека зависит от количества «зараженных» людей вокруг. Поэтому та или иная эмоция быстрее всего распространяется в толпе. В толпе у человека существенно ослаблена его психологическая защита. Эта технология воздействия на человеческую личность является высокоопасной еще и потому, что в социальную индукцию бывает вовлечено огромное количество людей. Многие крупные конфликты, в том числе конфликты, возникшие на религиозной почве, являются результатом социальной индукции.

Следующим высокоопасным видом воздействия на психику являются суггестивные технологии. Суггестия также называется косвенным внушением. За-

дача воздействующего состоит в том, чтобы изменить поведение человека, миную контрольные и рефлексивные механизмы человека [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялошинский И.М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. М., 2013. 46 с.
2. Расторугев С.П. Философия информационной войны. М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. 496с.
3. Дзялошинский И.М. Гражданские коммуникации и гражданское общество. М.: НИУ ВШЭ, 2009. 295 с.
4. Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 572 с.

КЛАСС НА БУМАГЕ: ЖУРНАЛИСТИКА В ФОРМАТЕ ТОК-ШОУ

С.К. Шайхитдинова,

Казанский (Приволжский) федеральный университет,
зав.кафедрой журналистики
E-mail: Svet1206@yandex.ru

Аннотация: в основу публикации лег опыт работы автора экспертом по конфликтным текстам СМИ. Представлен разбор ситуации, когда журналистское содержание подается в формате ток-шоу.

Ключевые слова: экспертное мнение, ток-шоу, журналистское расследование, специальный корреспондент.

Summary: the article is devoted to the experience of the author as an expert on conflict media texts. There is an overview of the situation, when the journalistic content is supplied in the format of a talk show.

Keywords: expert advice, talk shows, investigative journalism, special correspondent.

В качестве эксперта Общественной коллегии по жалобам на прессу я дважды рассматривала жалобы на телевизионное ток-шоу. Претензии заявителей основывались на требовании соблюдать правила профессиональной этики журналиста. Насколько правомерны эти требования, пойдет речь в данной публикации, выполненной по осуществленному мной в августе текущего года экспертному мнению.

Заявителем выступило Некоммерческое партнерство Региональная общественная организация потребителей «Общество защиты прав потребителей “Правда о еде”». Заявителем был приведен «Перечень распространенных в телепередаче “Специальный корреспондент. Осторожно! Еда. Аркадий Мамонтов” ложных, неточных и искаженных сведений».