



Дзялошинский Иосиф Михайлович

доктор филологических наук, заведующий Лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций, профессор департамента медиа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, 20, e-mail: imd2000@yandex.ru

Iosif M. Dzialoshinskiy

National Research University «Higher School of Economics», 20 Myasnitskaya St., 101000, Moscow, Russian Federation, e-mail: imd2000@yandex.ru



Пильгун Мария Александровна

доктор филологических наук, заместитель заведующего Лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций, профессор департамента интегрированных коммуникаций, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20, e-mail: pilgunm@yandex.ru

Maria A. Pilgun

National Research University «Higher School of Economics», 20 Myasnitskaya St., 101000, Moscow, Russian Federation, e-mail: pilgunm@yandex.ru

ТЕХНОЛОГИЯ ДИАЛОГА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье проанализированы социальные, психологические, организационные и лингвистические условия успешного диалога, а также особенности диалогических коммуникаций в современном медиапространстве. Показано, что открытый и результативный диалог — ясный признак осознанного и активно реализуемого социального партнерства.

Развивается положение о том, что современное медиапространство претерпевает кардинальные изменения, связанные с перемещением основных информационных потоков в виртуальное пространство. Это означает, что детальная проработка норм основанного на открытом диалоге взаимодействия способна придать новое дыхание различным видам коммуникации и помочь адаптации к новым условиям функционирования традиционным профессиональным сферам (рекламе, PR, журналистике).

Проанализированы жанровые особенности диалогической коммуникации в веб-пространстве. Показано, что диалогичность и полилогичность интернет-коммуникации оказываются тесно связанными в пределах одного жанра.

Ключевые слова: диалог, медиапространство, эффективная коммуникация.

THE TECHNOLOGY OF A DIALOGUE IN MODERN MEDIA SPACE: ANALYSIS AND PROSPECTS

The article describes the social, psychological, linguistic and organizational conditions for an effective dialogue, as well as features of dialogic communication in the modern media. It is shown that an open and productive dialogue is a characteristic of conscious and actively implemented by the social partnership.

The article analyzes the position that modern media is undergoing dramatic changes associated with the movement of the main flow of information in the virtual space. This means that the detailed study of norms based on open dialogue interaction is able to give a new breath of different types of communication and help to adapt to the new conditions of functioning of traditional professional areas (advertising, PR, journalism).

The article analyzes the genre features dialogic communication in the World Wide Web. It is shown that dialog and polylogue in the digital communications intersect, they are closely related within the same genre.

Keywords: dialogue, information space, effective communication.

ДИАЛОГ: ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ

Размышляя о диалоге, следует иметь в виду, что человеческая история выработала три вида коммуникации, критерием их различения выступает цель, к достижению которой стремится отправитель сообщения.

Целью коммуникации может быть передача адресату некоторого необходимого ему сообщения — другими словами, обогащение адресата. Заинтересованность отправителя в осуществлении такого коммуникативного акта определяется пониманием того, что они оба — и отправитель сообщения, и его получатель — звенья одной цепи (в которую включены все члены данного сообщества) и урон, нанесенный любому из них, есть урон, нанесенный всем, а обогащение одного из них есть обогащение всех.

Такое понимание взаимозависимости возможно только в предельно бедных сообществах (или в предельно богатых).

Как только совокупное богатство социальной общности достигает уровня, достаточного для обеспечения некоторой независимости каждого члена этой общности от других, возникает стремление еще больше увеличить,

укрепить эту независимость. Естественно, за счет отнятия этой независимости (точнее, обеспечивающих ее ресурсов) у других. Подчинение других себе становится главной задачей и индивидов, и социальных общностей.

В этих условиях цель общения, цель коммуникации становится принципиально иной — не обогатить другого, а подчинить другого себе. Возникает необходимость убеждающей коммуникации. Появляется риторика. Высшим выражением убеждающей, подчиняющей коммуникации является риторика Цицерона. В цицероновской модели общения коммуникация рассматривается как поединок, а отправитель и получатель сообщения выступают если не врагами, то бойцами, находящимися по разные стороны барьера.

Третья цель, которую может ставить перед собой отправитель сообщения, — объединить себя и адресата в союз равных, ищущих ответ на равно интересующий их вопрос. Это установка на диалог, диалогическая модель коммуникации, в наиболее яркой форме осуществлявшаяся Сократом. Цель такой коммуникации — сотрудничество.

Понятно, что цель коммуникации определяет систему используемых средств. В условиях коммуникации, на-

правленной на обогащение адресата, главные требования к сообщению — своевременность передаваемой информации, ее достоверность и полнота сообщаемых сведений.

Точная, полная и своевременно переданная информация позволяет адресату предпринять определенные действия, спасающие его жизнь, обогащающие его лично и ту общность, членом которой он является.

Коммуникация, рассчитанная на подчинение адресата, обращается к разнообразным средствам воздействия на сознание и эмоции получателя сообщения. Причем чем больше расходятся цели отправителя сообщения с потребностями и интересами его получателя, тем более изощренной будет аргументация, и тем чаще отправитель сообщения будет прибегать к эмоциональным аргументам и разнообразным способам воздействия на подсознание получателя сообщения. Забывая фильтры восприятия сильнодействующими знаками и знаковыми комплексами наркотического типа, отправитель сообщения обессиливает разум своего противника и побеждает его в коммуникативном поединке.

Любопытный пример столкновения различных подходов к коммуникации представлен в трагедии Шекспира «Гамлет», где Полоний, Розенкранц, Гильденстерн исповедуют концепцию, согласно которой коммуникация есть средство управления другим человеком, а Гамлет произносит знаменитую фразу: «Меня можно сломать, но играть на мне нельзя...».

Ни одна из созданных человечеством форм общения уже не исчезала. В разные эпохи приобретала доминирующее влияние то одна, то другая форма. Обострение проблемности бытия, постановка вопросов, на которые нет однозначных ответов, привели к широкому развитию диалогических форм коммуникации, что вызвало большой

интерес к этим формам и возникновение концепций, ставящих принцип диалогичности в основу человеческого мышления.

Но и убеждающая коммуникация, рассматривающая получателя сообщения как объект воздействия, постоянно развивалась. В обществе, где свобода и благополучие одного есть несвобода и неблагополучие другого, всегда будет потребность в теории и практике подобного рода коммуникации.

Постепенно огромное количество разнообразных подходов к проблеме информационного взаимодействия индивидов, групп, народов, государств, культур, цивилизаций свелось в две группы. К одной из них относятся теории и технологии, допускающие и поддерживающие несимметричную коммуникацию, когда один из участников коммуникации определяет ее содержание и способы общения, а другой лишь подчиняется. Такую коммуникацию и оправдывающие ее теории имеет смысл назвать репрессивной.

Ни для кого не секрет, что в политической и медийной сфере России господствуют репрессивные технологии общения и коммуникации. В средствах массовой информации, современной публицистической и научной литературе в последнее время часто можно встретить термины «зомбирование», «манипулятивные технологии», «психологические операции», «политические кампании» (информационно-пропагандистские, рекламные и т.п.), «комплексные манипуляции», «политические игры», «лоббирование», «кризисные технологии» и т.д.

Речь идет о способах скрытого принуждения личности к определенному поведению. В частности, российские СМИ все более и более становятся не только средством связи, обеспечивающим доступ людей к информации, к различным уровням контактов и общения, но и приобретают черты мощнейшего

инструмента формирования сознания, чувств, вкусов, мнений огромных аудиторий людей и инструмента воздействия в желаемом для кого-то духе. В многочисленных политологических и социологических исследованиях установлен непреложный факт: российские СМИ являются «манипуляторами сознания».

В современном медиапространстве наблюдается господство манипулятивных технологий, направленных на разжигание конфликтов на различных уровнях. Высочайшая степень агрессивности, которая характеризовала российское медиапространство в последние десятилетия, сегодня достигла предела.

Другая практика опирается на идею симметричной коммуникации, объединяющей равноправных партнеров. Такую коммуникацию можно назвать диалогической.

В российской культуре проблема диалога была одной из центральных для творчества всех ее ярких представителей. Хорошо известно, что в русской литературной традиции диалог как форма репрезентации художественной действительности и художественный прием получил оформление в творчестве А.С. Пушкина. Наряду с революционными трансформациями русского стихосложения, А.С. Пушкин известен как создатель величайших образцов новой художественной прозы. В частности, различные виды и формы диалога, представленные в творчестве А.С. Пушкина, развиваются в художественной практике до сегодняшнего дня.

Для Ф.М. Достоевского очень важны были рефлексии по поводу степени и рамок взаимодействия и взаимопонимания диалогического общения. Этические проблемы возможности понимания некоего смысла, который говорящий пытается скрыть от собеседника, и попытки домыслить эксплицитную информацию при диалоге — вопросы, которые находят в

творчестве писателя разнообразные и разноуровневые решения.

Диалогичность драматических произведений Н.В. Гоголя и А.П. Чехова — богатейший ресурс, как для литературоведческого анализа, так и для анализа коммуникативных моделей определенного периода развития российского общества.

В 90-х гг. XIX в. формируется русская литература нового типа. Как известно, модернистское направление появилось как реакция на кризис позитивистов XIX в., которые навязывали обществу оценку художественной ценности произведения с точки зрения критики ими общественного устройства. Целью искусства провозглашалось вскрытие социальных пороков общества. Искусство, до предела сблизившееся с действительностью в реализме, встало перед реальной угрозой самоуничтожения, опасностью раствориться в действительности и отшатнуться к противоположной крайности — программе «искусства для искусства». Разрыв с традиционной моралью и эстетикой закономерно привел к «декадансу». Смена художественных ориентиров повлекла за собой смену тематики (например, гражданские мотивы сменили экзистенциальные). Особое значение приобретают темы «Жизни, Смерти, Бога», трактуемые по-новому (под влиянием философии В. Соловьева и Ф. Ницше). Что закономерно привело и к смене художественной формы: диалогичность становится важным средством организации художественного пространства (диалог и Богом, с самим собой, с реальным и потенциальным собеседником и т.д.).

Яркое теоретическое обоснование диалогической концепции общения получила в работах М.М. Бахтина и его последователей.

На Западе диалогический характер коммуникации раскрывается в рамках теории символического интеракцио-

низма Дж. Мида, драматической теории К. Берка, драматургической теории Э. Гофмана, этнографической теории К. Гирца, герменевтических и феноменологических теориях Г.-Г. Гадамера и Э. Гуссерля и т.д.

Современное медиапространство претерпевает кардинальные изменения. Перемещение основных информационных потоков в виртуальное пространство повлекло за собой изменение контента и всех составляющих коммуникативного акта. Безраздельное господство цицероновской модели убеждающей коммуникации довольно сильно потеснено в результате невиданного развития технических систем и обслуживающих эти системы людей, которые «привыкают» к диалогическому типу коммуникации.

Однако, как много лет назад писал Денис Драгунский, «в нынешней России отсутствует даже попытка серьезного диалога между различными группами общества. А именно: между богатыми и бедными, между хозяевами и работниками, между либералами и социалистами, радикалами и умеренными, между традицией и модернизацией, городом и деревней, центром и провинцией, интеллектуалами и малообразованными, между верующими и атеистами, православными и протестантами, христианами и мусульманами, — наконец, между этносами, населяющими нашу страну.

В стране царит молчание по поводу самых серьезных, самых насущных вопросов бытия. Молчание на фоне бессмысленного развлекательного чириканья телеэкранов.

Но говорить надо не просто для того, чтобы выговориться. А слушать — не просто для того, чтобы получить дополнительную информацию.

Разговор нужен для договора. Недаром эти слова одного корня» [3].

Именно поэтому способность и желание использовать технологии диало-

га всеми участниками взаимодействия в медиапространстве сегодня уже не просто благое пожелание, а единственная альтернатива катастрофического развития событий.

Что касается возможности использования ненасильственных, диалоговых технологий информационного взаимодействия, то обычно об этом говорят как об утопии или деле далекого будущего. Между тем уже существуют весьма эффективные методики и наработан достаточно представительный практический опыт реализации диалогической коммуникации в разных сферах информационного взаимодействия: в устном общении, организации и проведении политических и деловых переговоров, деятельности СМИ, рекламе, организации связей с общественностью. Обобщение и распространение такого опыта позволит заложить фундамент под гигантский по своей значимости процесс преобразования культурно-коммуникативных основ общения и взаимодействия людей, социальных общностей, политических и экономических систем.

ТЕХНОЛОГИЯ ДИАЛОГА

Одно лишь перечисление публикаций психологов, посвященных диалогу и диалогической коммуникации, заняло бы несколько десятков страниц. Поэтому, не берясь даже реферировать самые известные труды, обозначим лишь некоторые тезисы, по поводу которых в среде психологов достигнуто согласие. Так, во множестве работ отмечается, что диалогическое общение осуществляется тогда, когда собеседники позитивно настроены по отношению друг к другу и воспринимают себя в качестве равноправных партнеров. При диалогическом общении каждый собеседник воспринимает другого как человека, имеющего право на собственное мнение, хотя это и не означает полного согласия общающихся. Содержание диалога включает в себя проблемы и

нерешенные вопросы. В то же время диалог позволяет решать проблемы совместными усилиями общающихся. Это — общение по существу. Диалогическое общение всегда лично ориентировано на собеседника и ведется индивидами от своего собственного имени. При этом истинные чувства и желания субъектов являются открытыми. Предполагается, что общающиеся настроены на актуальное состояние друг друга в актуальный момент времени. Диалогическое общение исключает игры, позы, неестественное поведение и способствует развитию доверия людей друг к другу и к самим себе [1].

Психологи отмечают творческое начало диалога. «Диалог — это естественное бытие человека как индивидуальности, творца своей жизни и отношений. Это также состояние контакта «Я» с конкретным другим. И это другое, чужое «Я» непредсказуемо и непознаваемо до конца. Благодаря такой непредсказуемости общение с другим человеком превращается в непрерывный творческий процесс» [2].

Много внимания анализу условий и факторов эффективного медиадиалога уделил профессор Е.П. Прохоров [6,7,8]. Если суммировать высказанные им идеи, получается следующая картина.

1. Исходить следует из того, что «диалог» в широком значении — это такое речевое общение с использованием всего многообразия средств (изложения и доказательства, аргументации и контраргументации, дискуссии и полемики, обсуждения и спора, сравнительного анализа и прогностического проектирования, отбора и систематизации согласованного и т.д.), в ходе и результате которого возникают удовлетворяющие всех результаты, т.е. «разговоры с договоренностью», а не просто обмен идеями репликами, высказываниями, колкостями.

2. С «внешней» стороны для социального диалога характерны одновре-

менно два процесса — взаимопритягивание (ибо создается необходимость совместного решения) и взаимоотталкивание (ибо подходы к решению в силу неодинаковости интересов различны). Поэтому, с одной стороны, суть социального диалога расшифровывается через такие понятия, как «общение», «взаимодействие», «контакт», «обсуждение», «разговор», «обмен посланиями», «переговоры», «консультации» и т.д.; ведь при ведении социального диалога необходимы совместные действия во имя взаимопонимания, обмена и увязывания в целое всего положительного, чем располагает каждая сторона. Но, с другой стороны, диалог не может обойтись без «спора», «борьбы мнений», «дискуссии», «критики», «полемики», ибо надо отстаивать свою точку зрения, отвергать уязвимое и неприемлемое в позициях партнеров, критически проверять устойчивость их предложений, самокритично анализировать свою и т.д. При этом конструктивным диалог может быть только при условии единения «утверждения и отрицания». Иначе в первом случае можно скатиться к соглашательству, а во втором — к непримиримости (вот почему «чистая», полемика характеризуется М.М. Бахтиным как «грубая форма диалога»).

3. В настоящем диалоге «победителями» могут быть все, «побежденных» же не должно быть, несмотря на то, что в ходе и исходе диалога одни подходы, идеи, предложения принимаются, другие отвергаются, третьи трансформируются и т.д. То есть идет «борьба». Но это борьба особая, где, выясняясь в ее ходе, побеждают общие подходы и решения, выявляются результаты, устраивающие всех, достигаются единые решения. Если прибегнуть к терминологии теории игр, здесь исключены антагонистические стратегии, когда один выигрывает столько, сколько проигрывает другой. В выигрыше оказываются все, если смотреть на вы-

игрыш как приемлемое всеми решение проблемы общественной жизни. Это не только возможность, но в нашу эпоху и необходимость.

4. Признание равенства всех партнеров по диалогу и равного права всех на то, чтобы их интересы были учтены, позиции приняты в расчет, предложения рассмотрены при принятии решений, — исходное условие *нормальных диалогических отношений*. Ход и исход «переговорного процесса» в разных его сторонах и формах (для журналистики это высказывание своей позиции и изложение других, сопоставление взглядов и анализ аргументов, оценка и взвешивание подходов и предложений, ведение критики, полемики, участие в дискуссиях и диспутах, предложение итоговых решений, обсуждение возражений и контрпредложений, поиск общеприемлемых решений и их обоснование) своим успехом наполовину, условно говоря, обязаны всеобщей и всесторонней настроенности на позитивный результат. А такая настроенность прочна, если в основе ее — ясное осознание тех особенностей современной общественной жизни (сложность социальной структуры; необходимость ненасильственных форм решения проблем; обязательность совместных решений и действий всех участников социального процесса). Ясно поэтому, что диалог приобретает конструктивный характер в том (и только в том) случае, если каждый из участников осознает свою принадлежность не только к «партии» (группе, стране, союзу, сообществу и т.п.), но и к человечеству. Иначе неизбежен акцент на отстаивание «частного», а не настроенность на поиск «общего». И ясно также, что подлинно диалогические отношения пронизаны гуманизмом и демократизмом в глубоком современном понимании этих принципов отношений и деятельности.

5. Диалог предполагает теоретически устоявшееся и прочно за-

крепленное психологически желание разрешать конфликты не средствами силового нажима, не путем психологического давления, не через введение в заблуждение и другими средствами «борьбы без правил», а в ходе всестороннего анализа спорных вопросов, причин и сути конфликта, поиска возможностей и путей выхода из него при сохранении «лица» каждого из партнеров и с «выгодой» для всех, даже если и приходится чем-то поступиться, признавать в чем-то свою неправоту, идти на компромиссные решения и т.д.

Тут важны толерантность — терпимость и терпеливость, уважение к партнерам и признание их права на отстаивание своей линии, готовность взглянуть на проблему с точки зрения оппонентов, а потому и готовность к уступкам при твердой защите принципиальных основ позиции, психологическая устойчивость, способность противостоять софистике и демагогии, желание терпеливо добиваться от партнеров соблюдения норм честного диалога при распутывании самых трудных узлов.

Если всего этого нет, возникает ситуация, которую называют *антидиалогические отношения*, суть которых в том, что «это такие отношения, когда один для оба партнера взаимодействия рассматривают друг друга лишь в качестве объекта, вещи и принципиально отрицают наличие всякой общности между партнерами взаимодействия и тем самым возможность возникновения диалога». Внешне такие позиции одной из сторон могут выглядеть и в смягченной форме как нежелание вести диалог с «таким» партнером, но за этим обычно скрывается представление, что противоречия, породившие конфликт, носят антагонистический характер, а разрешение их видится только на путях «победы» своей точки зрения, что ведет к позиции диктата, навязывания определенного выхода из конфликта, решения проблемы на своих условиях.

Чтобы оправдать такую линию поведения, стремятся создать «образ врага», внедрить в общественное сознание представление об оппонентах как «непримиримой оппозиции», «вечно вчерашних», «отставших навсегда», интересы, позиции и стремления которых не достойны рассмотрения.

6. Существует три варианта участия в диалоге.

Монологический диалог. Это тот случай, когда один из участников коммуникации считает свою позицию единственно верной и достойной распространения и не считается с правом и правдой других. Диалог оказывается, таким образом, вынужденным и скрытым, ведущимся, так сказать, «сквозь зубы», а потому неэффективным, ибо гегемонистская закрытая информационная политика обречена в открытом обществе. Ведь это означает настроенность на борьбу до победы («демократов» над «красно-коричневыми», «либералов» над «консерваторами», «левых» над «правыми» и т. д.). Но это антидиалогизм или в лучшем случае квазидиалогизм.

Диалогический монолог эффективнее по своей природе уже потому, что в таком случае открыто признается не только наличие «оппонентов», но и их право на участие в принятии социальных решений. Однако открытость информационной политики ограничивается принципиальной убежденностью в своей правоте, что допускает под влиянием выступлений оппонентов только вынужденные частичные уступки, развитие аргументации. К сожалению, в таких ситуациях не обходится без софизмов, пусть скрытых и незнанных, умолчаний, передержек при изложении оспариваемых позиций и других недостойных честного диалога приемов. Диалогический монолог — уже не «борьба до победы», но еще и не полная настроенность на оптимальное решение.

«Открытый диалог», который предполагает максимально полное и честное изложение своих взглядов и предложений, соответствующей аргументации в надежде на встречную открытость и спор с «открытыми забралом»: суждение против суждения, аргумент против аргумента, когда сопоставление взглядов позволяет обнаружить и суммировать сильные стороны всех, отвести слабые аргументы и предложения и в результате (компромисса, паллиатива или лучше всего консенсуса) прийти к единому решению. Открытость предполагает признание своих «слабостей», отказ от неточных аргументов, согласие с «сильными» сторонами позиции соперника.

Формирование открытой позиции требует преодоления ряда барьеров. Прежде всего, это барьер уверенности в преимуществах своей позиции и неосновательности подходов и предложений партнеров, откуда проистекают пренебрежение к мнению оппонентов, высокомерная «глухота» к его доводам и предложениям. Крайность в данном случае вообще блокирует диалог. В этом же ряду барьеров — недостаточно глубокое проникновение в сущность и основания позиции оппонентов, недооценка их социальной базы. Сюда же относятся и трудности адаптации к особенностям социального мышления, менталитета, тезауруса других участников диалога, что приводит к неадекватному толкованию позиции партнеров, а затем и поведению в ходе диалога. И тогда «диалог» превращается в лучшем случае в обмен мнениями, участники которого глухи к подходам и доводам друг друга. Итог — «поговорили и разошлись».

7. Для организации эффективного меди диалога необходимо обеспечить участие в диалоге представителей всех сторон, волей обстоятельств вовлеченных в «конфликт интересов». Ведь если какая-то из сил оказывается вне

переговорного процесса, то продуктивность диалога уменьшается пропорционально «весу» роли неучастника, причем в некоторых случаях такой диалог может оказаться вообще бессмысленным.

8. Решение, возникающее в ходе диалога, в котором участвуют носители различных, порой разнонаправленных интересов, всегда внутренне структурно сложно (и может порой представлять своего рода амальгаму, коллаж), ибо построено на балансе интересов и достигнуто обычно с помощью *компромисса* — соглашения на базе обоюдного согласия равноправных сторон при возможных взаимных уступках сторон ради удовлетворяющего все стороны выхода из конфликтной ситуации. Компромисс предполагает достижение согласия между партнерами, находящимися внутри системы отношений, притом автономными и равноправными. Отсюда преодоление конфликта связано с отказом участников от одних требований, при трансформации других в целях ликвидации конфликта, установления динамического равновесия как условия оптимального функционирования и развития системы.

9. Вариантов компромиссного завершения диалога (в том числе «плохих», «слабых», что может привести к возобновлению или даже обострению конфликта и потребует возврата к диалогу, но уже в более сложных условиях) несколько.

– лучший из них — *оптимальное решение* типа консенсуса с устойчивой перспективой развития системы;

– другой — *паллиатив*, временное согласие с переносом глубоких решений на будущее;

– третий — *частичное решение* по одним вопросам с согласием всех сторон отложить решение других;

– четвертый — *единственный выход*, плохой, но неизбежный, чтобы не было хуже;

– пятый — *консервация конфликта*, откладывание решения до полного прояснения его существа и путей решения;

– шестой — *ложный компромисс*, такая уступка одной стороны, которая приводит к негативным для нее последствиям;

– седьмой — *неудовлетворительный — отказ от продолжения диалога*, когда не найдено общеприемлемых решений и даже не обнаружены точки соприкосновения или сферы сближения позиций.

Отсюда единственно верное поведение — настроенность даже в самых трудных условиях ведения диалога на достижение консенсуса, т.е. желаемого, не вынужденного согласия, основанного на обнаруженном в ходе диалога общем интересе, за которым просматриваются общенациональные идеи, общечеловеческие ценности. Достижимый по результатам диалога консенсус — не соглашательство (если это не ложный компромисс), а поиск и достижение такого решения, которое идет на пользу всем, способствует развитию системы, хотя чем-то приходится и поступаться, но не тем, что связано с сущностными особенностями и интересами группы. Никто из партнеров при нормальном понимании диалога и не может покуситься на них: тогда разрушается целостность системы, а это вредит всем. Отсекаются в движении к консенсусу экстремистские поползновения, реализация которых также ведет к нарушению целостности системы.

Обобщая высказанные суждения, можно сформулировать следующие условия, соблюдение которых обеспечивает успешность диалога.

Социальные условия успешного диалога:

– наличие серьезной социальной проблемы, реально интересующей потенциальных участников диалога;

– отсутствие однозначного решения этой проблемы;

- признание невозможным применение силовых методов решения поставленной проблемы;
- признание за каждым из участников диалога права на собственное мнение (плюрализм);
- признание равенства всех участников диалога и всех точек зрения.

Психологические условия успешного диалога:

- конгруэнтность партнеров по общению (естественность, открытость общения);
- безоценочное восприятие личности партнера;
- восприятие партнера как равного;
- соблюдение принципа равной психологической безопасности;
- ориентация на проблемный, дискуссионный характер общения;
- подготовленность к диалогу (информационная и психологическая);
- персонифицированный характер общения;
- понимание и готовность помочь;
- сходство в интерпретации действительности.

Организационные условия медиадиалога:

- точное определение характера проблемной ситуации, сущности и участников конфликта;
- точное, ясное формулирование вопросов, требующих ответа;
- обеспечение участия в диалоге представителей всех сторон, волей обстоятельств вовлеченных в «конфликт интересов»;
- предоставление возможности высказаться «выламывающимся» из представляемых разными СМИ позиций и потому неудобным экспертам, социологам, специалистам, простым гражданам;
- строгое соблюдение регламента диалога.

Лингвистические условия успешного диалога:

- идентичные интерпретации кода коммуникативного акта;

- идентичные интерпретации референта коммуникативного акта;
- совпадающие понятийные системы и речевой опыт адресата и адресанта;
- по возможности, сходная или перекрывающаяся интерпретация обсуждаемых ситуаций и действий.

ОСОБЕННОСТИ ДИАЛОГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Как уже было сказано выше, современное медиапространство в значительной степени меняет особенности коммуникации: временные, пространственные, языковые рамки стираются. Определяющим фактором становится общая система ценностей коммуникантов, которая сегментирует коммуникативное пространство, определяет выбор партнера и отношение к нему, продолжительность контакта, готовность предоставить информацию, успешность решения коммуникативных задач.

Повышение различных типов интерактивности [11] мультимедийного ресурса напрямую зависит от степени и качества индивидуализированности и персонифицированности, которых смогут добиться его создатели. В условиях конкуренции за потребителя при доставке информации, при ее катастрофическом переизбытке очевидное преимущество получит то издание, которое предложит наиболее адекватную форму текста как конечного продукта.

Ставшие уже традиционными интерактивные формы взаимодействия с аудиторией: голосование со множеством вариантов; голосование на да-нет; онлайн-конференция; возможность разместить фото; возможность разместить карту; флеш-игра по теме — должны постоянно совершенствоваться и расширяться. А поиск новых интерактивных форм взаимодействия с аудиторией должен соответствовать принципу диалогичности (полилогичности), который выступает определяющей

коммуникативной стратегией в современном медиапространстве в формах общения, существующих в сетевых сообществах (электронная почта, списки рассылки, онлайн-конференции, обмен файлами, многопользовательские миры, Интернет-чаты, Интернет-форумы, веб-блоги, *wikiwiki*).

Два вида обмена информацией между участниками вэб-коммуникации соответствуют непосредственному и опосредованному во времени диалогу или полилогу: непосредственный обмен информацией между пользователями, которые одновременно находятся в Сети (популярные программы *ICQ*, *AOL Instant Messenger* и *Yahoo! Messenger*, а также программы теле- и видеоконференций, когда пользователи обмениваются звуковыми или видеоизображениями); опосредованный обмен сообщениями при помощи компьютерной сети по технологии клиент-сервер, при котором в программно-информационном обеспечении сети существуют базы данных с постоянно или временно хранящимися сообщениями, которыми обмениваются пользователи, а также сервера отношений, которые позволяют оптимизировать пересылку информации.

Диалогический дискурс медиатекста характеризуется типичными чертами: знаниями говорящего о ценностном мире, об эмоциональных состояниях адресата и о способах их вербального манифестирования (связанных с обозначением действия, ситуации, мнения, установки, интенции, эмоции и оценки относительно самого себя и относительно партнера); учетом знаний о себе, мнений о себе и т.д. у адресата; ориентацией на социальные роли и статус адресата в соотношении с собственными ролями и статусом. Эффективность диалогического медиатекста может достигаться путем смены коммуникативных ролей говорящего и слушающего, созданием кооперативного диалога «согласия», приспособо-

бления друг к другу, соответствия (конгруэнции), а иногда и уступок, а также конфликтного диалог «несогласия», возражения, отпора, конфронтации [8]. Успешность диалогической и полилогической коммуникации будет зависеть от четкости ориентированности на адресата как конкретную социально-детерминированную личность со своим статусом и ролями, с определенной системой ценностных координат.

При очевидной закреплённости одних жанров за диалогический коммуникацией (электронная почта (*e-mail*), *ICQ*), других — за полилогической (социальная сеть, интернет-блог) следует отметить, что диалогичность и полилогичность интернет-коммуникации пересекаются, оказываются тесно связанными в пределах одного жанра. Так, при общении в режиме реального времени (чате) можно выбрать либо диалог с одним собеседником (с определенным каналом для такого общения), либо полилог с несколькими адресатами одновременно, т.е. имеется возможность использовать множество систем, предназначенных для интерактивных конференций (системы *IRC*, *ICQ*, *WebChat*, *Prodigy*). Посредством электронной почты (*e-mail*) также можно передавать сообщения одному или группе лиц по сети.

При отсроченной во времени коммуникации диалог осуществляется по электронной почте, полилог — в форме телеконференции (нюсгруппах).

Диалогический и полилогический характер медиатекста наиболее ярко проявляется в блогах — комментариях читателей к записям и ответам авторов. Ответная реакция адресата может появляться сразу с момента публикации записи и продолжает активно поступать на протяжении нескольких дней [10]. Комментарии состоят из имени пользователя, картинки пользователя, времени отправки комментария, факкультативного поля «заголовок» и тела

комментария. В зависимости от блог-платформы, комментарии могут располагаться один за другим (напоминая структуру форумов), либо же иметь древовидную структуру с «ветвями дискуссий» (то есть комментарии могут не относиться напрямую к блог-записи, а быть ответами на другие комментарии). В этом случае обычно в комментарии также содержится постоянная ссылка на него. Наличие древовидной структуры стимулирует полилог и полемику между пользователями. Важно, что личные сообщения обособляются: некоторые блог-платформы дают пользователям возможность отправки друг другу личных сообщений в дополнение к записям и комментариям. Записи и комментарии, как правило, общедоступны для всех пользователей Интернета, однако практически на всех блог-платформах пользователь может ограничить доступ к записям (а соответственно и комментариям к ним), предоставив его лишь определенному им кругу лиц. Кроме того, пользователь может воспользоваться опцией, позволяющей «скрывать» комментарии к записям, делая их доступным только ему и автору комментария [9]. В большинстве блог-платформ пользователям предоставляется возможность фильтрации комментариев: они могут запретить в своем блоге комментарии от конкретных пользователей, либо же запретить вообще все комментарии к конкретной записи или всем своим записям.

Интерактивность и персонализированность информации лежат в основе всего успешного инструментария современного маркетинга. Например, успешность SMM (англ. *social media marketing*), т.е. продвижение веб-сайтов, продуктов или услуг через интернет-каналы социальных медиа, которые предоставляют возможность вовлекать в общение широкий круг пользователей, задействовать более широкую аудиторию, недоступную

традиционным каналам рекламы [12], непосредственно зависит от четкого выделения целевой аудитории и двух параметров: eWOM (англ. *electronic word of mouth*) и COBRAs (англ. *consumers' online brand-related activities*). Первый характеризует активность пользователей (количество комментариев, обсуждение, оценивание, рекомендации пользователей друг другу в сети продукта или услуги), второй — потребительскую активность на сайте или в интернет-группе бренда.

Аналогичным образом изменилось отношение и к новостной информации: выросло число подписчиков на аккаунты СМИ в социальных сетях, что привело к необходимости серьезно задуматься об оценке эффективности взаимодействия медиа с аудиторией Facebook и VK.

Именно гибкость и эффективное использование диалогических форм общения с потребителем позволили молодой медиакомпания *Tiger Milk* добиться огромного успеха: за полтора года получить 14 млн подписчиков на четырех платформах. По мнению создателей компании Тимофея Мельникова и Германа Полещука, главное преимущество *Tiger Milk* — это мгновенный отклик пользователя — лайк, репост, комментарий, переход.

Очевидно, что широкие возможности диалогических коммуникаций должны быть эффективно использованы во всех коммуникативных сферах современного медиaprостранства.

Открытый и результативный диалог — ясный признак осознанного и активно реализуемого социального партнерства. Детальная проработка норм основанного на открытом диалоге взаимодействия, способна придать новое дыхание различным видам коммуникации в информационном пространстве и помочь адаптации к новым условиям функционирования традиционным профессиональным сферам (рекламе, PR, журналистике).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андриенко Е.В. Социальная психология / Е.В. Андриенко. — URL: http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04_1.html.
2. Битянова М. Ситуации общения / М. Битянова. — URL: <http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04-2.html>.
3. Драгунский Д. Говорить. Слушать. Понимать. Договариваться / Д. Драгунский. — URL: <http://www.msps.ru/printer.html?module=2&id=65>.
4. Тенденции развития новостного сегмента медиаотрасли России. — М., 2013.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. — М., 2011.
6. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия / Е.П. Прохоров. — М., 2004.
7. Прохоров Е.П. Журналист и массовое сознание / Е.П. Прохоров. — М., 2007.
8. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. — М., 2002.
9. Blood R. Weblogs: A History and Perspective / R. Blood. — 2000. — URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html.
10. Gorny E. Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community / E. Gorny. — 2004. URL: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rlj.pdf.
11. Jensen K.B. Contexts, cultures and computers. The cultural contexts of mediated communication / K.B. Jensen // A Handbook of Media and Communication Research / ed. by K.B. Jensen. — London : Routledge, 2007. — P. 171–190.
12. Weinberg T. The New Community Rules: Marketing on the Social Web / T. Weinberg. — 2009.

REFERENCES

1. Andriyenko Ye.V. *Sotsial'naya psikhologiya* [Social psychology]. Available at: http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04_1.html.
2. Bityanova M. *Situatsii obshcheniya* [Situations of communication]. Available at: <http://www.altai.fio.ru/projects/group4/potok20/site/page04-2.html>.
3. Dragunskiy D. *Govorit' . Slushat' . Ponimat' . Dogovarivat'sya* [Talk. Listen. I see. Negotiate]. Available at: <http://www.msps.ru/printer.html?module=2&id=65>.
4. *Trends in the news media industry segment in Russia*. Moscow, 2013. (In Russian).
5. Prokhorov Ye.P. *Vvedeniye v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to the theory of journalism]. Moscow, 2011.
6. Prokhorov Ye.P. *Zhurnalistika i demokratiya* [Journalism and Democracy]. Moscow, 2004.
7. Prokhorov Ye.P. *Zhurnalist i massovoye soznaniye* [Journalist and mass consciousness]. Moscow, 2007.
8. Formanovskaya N.I. *Rechevoye obshcheniye: kommunikativno-pragmaticheskiy podkhod* [Verbal communication: communicative pragmatic approach]. Moscow, 2002.
9. Blood R. *Weblogs: A History and Perspective*. 2000. Available at: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html.
10. Gorny E. *Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community*. 2004. Available at: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rlj.pdf.
11. Jensen K.B. Contexts, cultures and computers. The cultural contexts of mediated communication. In Jensen K.B. (ed.) *A Handbook of Media and Communication Research*. London, Routledge, 2007, pp. 171–190.
12. Weinberg T. *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*, 2009.