

УДК 80+070

UDC 80+070

ВЫЯЎЛЕННЕ КАМУНІКАТЫЎНЫХ РЫЗЫК У ПРАЦЭСЕ ІНТЭРПРЭТАЦЫІ ПАВЕДАМЛЕННЯЎ У МЕДЫЯ*

REVEALING THE COMMUNICATIVE RISKS IN THE PROCESS OF INTERPRETATION OF ANNOUNCEMENT IN MEDIA

М. А. Груздзева,
аспірант кафедры перыядычнага друку
і вэб-журналістыкі факультэта
журналістыкі БДУ

M. Gruzdeva,
Postgraduate Student of the Department
of Periodical Press and Web-Journalism,
Faculty of Journalism, BSU

Паступіў у рэдакцыю 24.03.23.

Received on 24.03.23.

У артыкуле разглядаюцца камунікатыўныя рызыкі пры інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыя. Пастулюецца, што адна з галоўных задач журналіста ўмець выяўляць камунікатыўныя няўдачы і аналізаваць прычыны іх узнікнення. Падкрэсліваецца важнасць у інтэрпрэтацыйным працэсе імкнення адрасанта да аб'ектыўнасці, да стварэння праўдзівых і заснаваных на фактах вобраза падзеі для далейшай яго трактоўкі адрасатам. Прыводзяцца рэкамендацыі па нівеліраванню камунікатыўных рызык пры інтэрпрэтацыі з боку як журналіста, так і аўдыторыі.

Ключавыя словы: медыя, інтэрпрэтацыя паведамленняў, камунікатыўныя рызыкі, аб'ектыўнасць, медыяграмацкасць.

The article considers the communicative risks in interpreting an announcement in media. It is postulated that one of the main tasks of a journalist is to be able to identify the communicative failures and analyze the reasons of their occurrence. The article emphasizes the importance in the interpretation process of the addresser's determination for objectivity, creating a truthful and facts-based image of the event for its further interpretation by the addressee. Recommendations for neutralizing communicative risks in interpretation from the sides both of journalist and audience are presented.

Keywords: media, announcements interpretation, communicative risks, objectivity, media-literacy.

У журналісцкім працэсе па зборы, апрацоўцы і дыстрыбуцыі кантэнту важным складнікам з'яўляецца камунікацыя паміж аўтарам і аўдыторыяй, якая наладжваецца па законах масавага ўзаемаўздзеяння і залежыць ад эфектыўнай арганізацыі медыятэксту на трох узроўнях – лакуцый, ілакуцый і перлакуцый. Журналіст адлюстроўвае рэчаіснасць, стварае вобраз медыяпадзеі і тым самым інтэрпрэтуе факты, закладвае персуазійны грунт успрымання іх рэцыпіентам. Менавіта гэта з'яўляецца асноўным камунікатыўным намерам адрасанта і асноўным камунікатыўным чаканнем адрасата. Аднак камунікацыя, асабліва масавая, – працэс складаны і дынамічны, таму часам у ім могуць узнікнуць збоі, няўдачы. Каб пазбегнуць негатыўных наступстваў, неабходна свечасова выяўляць камунікатыўныя рызыкі, бачыць прычыны іх узнікнення і ўмець нівеліраваць камунікатыўныя няўдачы.

Пад камунікатыўнай рызыкай разумеецца *магчымасць* атрымання незапланаванага і (ці) непажаданага выніку ад вербальных зносін, што можа дыктавацца як суб'ектыўнымі, так і аб'ектыўнымі ўмовамі медыйнага працэсу. Пры гэтым любой камунікацыі рызыка ўласцівая па сутнасці, менавіта камунікацыя стварае стан рызык, які без яе не ўзнік бы [1]. Ключавое слова ў прыведзеным меркаванні – *магчымасць*, менавіта яго сігніфікатыўнае напаўненне адрознівае паняцці «камунікатыўная рызыка» і «камунікатыўная пагроза», значэнні якіх блізкія, але не аднолькавыя. Калі ў лексеме *рызыка* семантызуецца магчымасць адхілення ад мэты

камунікацыі, то *пагроза* – гэта канкрэтныя дзеянні (звычайна моўныя) журналіста, якія наносзяць шкоду камунікатыўнаму працэсу. Ігнараванне камунікатыўных рызык пагражае камунікатыўнай бяспецы як асобы, так і грамадства. Гэта значыць, што адна з галоўных задач медыя – выяўляць камунікатыўныя рызыкі і не дапускаць іх інфармацыйна-камунікацыйнага пашырэння. У інтэрпрэтацыйнай дзейнасці і журналіста, і рэцыпіента прасочваюцца пэўныя рызыкі ў камунікацыі, што залежыць ад цэлага арсеналу кампетэнцый носьбіта мовы, звязаных з сацыяльнай абумоўленасцю, культураспецыфічнасцю і гістарычнай зменлівасцю. Па такіх параметрах можа канструявацца крытэрыі аб'ектыўнасці адлюстравання падзеі, факта, з'явы ў медыятэксце. У тэорыі журналістыкі гэта знайшло анталагічнае асэнсаванне творчасці як метадалогіі канстатацыі факта і яго інтэрпрэтацыі, што напрамую звязана з забеспячэннем аб'ектыўнасці апублікаванай інфармацыі.

Аб'ектыўнасць – адно з асноўных патрабаванняў прафесійнай дзейнасці журналіста, якое акрэсліваецца сацыяльнай адказнасцю за апублікаванае. Важна прасачыць узаемасувязь паняццяў «інтэрпрэтацыя» і «аб'ектыўнасць» і ўстанавіць іх семнае напаўненне.

Аналіз журналісцкай аб'ектыўнасці прадугледжвае разгляд яшчэ і сумежных катэгорый, такіх як *праўдзівасць*, *пэўнасць*, *дакладнасць*, *інфарматыўнасць*. Паняцце *праўдзівасці* ў дачыненні да медыятэкстаў мае аксіялагічны сэнс. Як адзначае

* Даследаванне выканана пры фінансавай падтрымцы БРФФД у рамках навуковага праекта «Камунікатыўныя рызыкі ў медыяпрасторы: інфармацыйная бяспека і выклікі сучаснасці» (дамова з БРФФД № Г21МС-005 ад 01.07.2021 г.).

Н. М. Панчанка, «праўдзівасць інфармацыі не падлягае верыфікацыі, не патрабуе дадатковых абгрунтаванняў» [2, с. 135]. Журналістыка павінна імкнуцца да абсалютнай ісціны – ведаў, якія праўдзівыя ў любых абставінах і не могуць быць аспрэчанымі. Аднак інфармацыйная і інтэрпрэтацыйная дзейнасці апасродкаваны інтралінгвістычнымі і экстралінгвістычнымі фактарамі, у гэтым сэнсе дасягненне абсалютнай ісціны амаль немагчымае. Таму для медыя катэгорыя праўдзівасці абазначае аксіялагічны эталон.

Пэўнасць характарызуе не столькі журналісцкае пазнанне, колькі сам прадукт гэтага пазнання – медыятэкст. Вучоныя азначаюць гэтую катэгорыю як максімальную правільнасць, «што цесна звязана са ступенню даказанасці сцвярджэння (ведаў) і адлюстроўвае высокую верагоднасць ажыццяўлення якой-небудзь падзеі» [2, с. 133]. Ад *праўдзівасці пэўнасць* адрозніваецца меншай абстрактнасцю, яна сапраўды можа характарызаваць канкрэтны тэкст і падлягае верыфікацыі.

Семнае напаяўненне паняцця «дакладны» абазначае «які адпавядае ісціне, правільны; канкрэтны, вычарпальны, не прыбліжны» [3, с. 209]. Катэгорыю дакладнасці ў дачыненні да медыятэксту разглядаем як ступень адпаведнасці яго зместу рэальнай падзеі. Гэта падкрэслівае важнасць таго, каб журналіст у сваёй дзейнасці абапіраўся на факты. Аднак адзначым, што ў медыя факт – гэта вынік ментальнага асэнсавання падзеі суб'ектам, таму казаць пра абсалютную дакладнасць, як і пра абсалютную праўдзівасць, не ўяўляецца магчымым.

Асноўнай функцыяй журналістыкі з'яўляецца інфармацыйная, якая забяспечвае рэалізацыю іншых – персуазійнай, ідэалагічнай, рэкрэатыўнай, фатычнай (кантактаўстанаўляльнай) і інш. Вядома, што для вырашэння гэтага пытання важна, каб самі медыятэксты былі насычаны поўнай і дастатковай інфармацыяй, каб у іх рэалізавалася катэгорыя інфарматыўнасці. Я. П. Прохараў сцвярджае, што інфарматыўнасць «вызначаецца мерай сістэмнай рэалізацыі журналістам патрабаванняў рэлевантнасці, дэкадзіруемасці і небанальнасці» [4, с. 49]. Рэлевантнасць – гэта перадача рэцыпіентам інфармацыі згодна з іх патрэбамі і інтарэсамі. Дэкадзіруемасць прадугледжвае магчымасць адэкватнай інтэрпрэтацыі зместу медыятэксту адрасатам. Небанальнасць у асноўным заключаецца ў падачы аўдыторыі новых, арыгінальных звестак. Захаванне ў тэксце гэтых трох умоў з'яўляецца паказчыкам яго інфарматыўнасці.

Такім чынам, аб'ектыўнасць – кагнітыўная характарыстыка патэнцыялу журналіста ў адлюстраванні рэчаіснасці. Праўдзівасць, пэўнасць, дакладнасць, інфарматыўнасць – тэкставыя праяўленні аб'ектыўнасці аўтара, яны знаходзяцца ў сферы ўзаемаадносін «тэкст – адрасат». Адсутнасць у гэтай схеме пазіцыі аўтара не адпавядае інтэрпрэтацыйнай накіраванасці медыядыскурсу. Таму цікавае ўяўляе менавіта аб'ектыўнасць, якая існуе ў сістэме «аўтар – тэкст – адрасат». У выніку тое, наколькі аб'ектыўным быў аўтар пры напісанні медыятэксту, вызначае, як рэалізуюцца ў матэрыяле адзначаныя катэгорыі (праўдзівасці, пэўнасці, дакладнасці і інфарматыўнасці) і як рэцыпіент успрымае інфармацыю.

Паняцце «аб'ектыўнасць» па-рознаму тлумачыцца ў залежнасці ад сферы яго выкарыстання. Універсальнай трактоўкай лічым слоўнікавае азначэнне: «Пазбаўлены суб'ектыўзму, праўдзівы, бесстаронні» [3, с. 16]. У тэорыі журналістыкі аб'ектыўнасць выяўляецца ва ўменні праўдзіва і непрадузята падаваць аўдыторыі аб'ект матэрыялу. Аднак пытанне ў тым, што спасціжэнне паведамлення (чытанне, разуменне і тлумачэнне) уяўляе сабой працэс інтэрпрэтацыі, тады і *аб'ектыўнасць* журналісцкага тэксту непазбежна прадугледжвае пэўную інтэрпрэтацыю. Па сутнасці, інтэрпрэтацыйная дзейнасць – гэта не проста складнік працы над медыятэкстам, гэта яе сігніфікатывная аснова. Таму паняцце «аб'ектыўнасць» у журналістыцы не разглядаецца ў агульнафіласофскім сэнсе як незалежнасць аб'екта (паведамлення) ад суб'екта (журналіста). Як слушна адзначае Б. В. Стральцоў, «у кожнага інтэрпрэтацыйнага індывідуальнае бачанне рэчаіснасці, аднак гэта індывідуальнае бачанне і наступнае адлюстраванне павінны суадносіцца з прынцыпам аб'ектыўнасці. Такое вольна адзінства супрацьлегласцей, якое можна ўвасобіць у формулу “суб'ектыўная аб'ектыўнасць”» [5, с. 4].

Аб'ектыўнасць журналісцкага тэксту абмежавана аўтарскай мадальнасцю. Менавіта яна вызначае разуменне журналістам сувязі паміж рознымі з'явамі рэчаіснасці і, такім чынам, уплывае на інтэрпрэтацыйную дзейнасць спецыяліста. Мадальнасць як тэкставая катэгорыя мае дваістую прыроду: яна адлюстроўвае, з аднаго боку, адносіны выказвання да рэальнасці, з іншага боку, суб'ектыўныя адносіны адрасанта да зместу яго выказвання. Адпаведна, вылучаюць аб'ектыўную і суб'ектыўную мадальнасць, дзе аб'ектыўная мадальнасць – характарыстыка, якая перманентна прысутнічае ў тэксце, тады як суб'ектыўная мадальнасць з'яўляецца факультатывнай. Мадальнасць – доказ таго, што межы паміж суб'ектыўнасцю і аб'ектыўнасцю ў тэксце размытыя, таму можна казаць толькі пра адносную аб'ектыўнасць пры інтэрпрэтацыі. Аднак гэта не значыць, што журналісцкія матэрыялы заведана неаб'ектыўныя і інфармацыя, пададзеная ў іх, няпоўная. Паданалізная катэгорыя ў медыя накіравана на вырашэнне пэўнай практычнай задачы: аб'ектыўнасць у журналістыцы грунтуецца на адносінах паміж суб'ектамі камунікацыі (журналістам і чытачом / слухачом / глядачом) і прадугледжвае стварэнне адэкватнага рэальнасці і заснаванага на фактах вобраза падзеі для далейшай яго інтэрпрэтацыі рэцыпіентам. Калі гэта задача журналістам выконваецца, можна казаць, што прадукт яго дзейнасці аб'ектыўны.

Медыятэкст, які характарызуецца аб'ектыўнасцю, мае фактуальны характар і забяспечваецца грунтоўнай верыфікацыяй даных, да спосабаў якой адносяцца:

1. Непасрэднае параўнанне выказвання з рэальнымі фактамі (журналіст – удзельнік падзеі).
2. Супастаўленне паведамлення з выказваннямі аб'ектыўных і (ці) кампетэнтных назіральнікаў.
3. Прывядзенне дадатковых звестак (праверка выказвання па архіўных, статыстычных матэрыялах).
4. Верыфікацыя паведамлення ў некалькіх не звязаных крыніц [6, с. 27].

Пры першым спосабе наяўнасць журналіста на месцы падзеі абавязковая. Калі з нейкіх прычын гэта немагчыма, дзейным з'яўляецца другі спосаб, пры якім інфармацыя атрымліваецца ад непасрэдных удзельнікаў медыяпадзеі. У журналісцкай практыцы сустракаецца інфармацыя, пацвердзіць ці аспрэчыць якую немагчыма, бо падзея адбылася вельмі даўно. Тады выкарыстоўваецца трэці спосаб – зварот да архіўных, статыстычных даных. Чацвёрты спосаб, што складаецца ў прывядзенні і аналізе выказванняў розных людзей з рознымі поглядамі, вельмі актуальны для захавання аб'ектыўнасці тэксту. Розныя спосабы верыфікацыі інфармацыі дазваляюць дасягнуць той самай дастатковай аб'ектыўнасці пры інтэрпрэтацыі медыятэксту. Асабліва каштоўная ў гэтым сэнсе рэпрэзентацыя ў медыя розных інтэрпрэтацый паведамлення. Напоўненасць медыядыскурсу інтэрпрэтацыямі дае рэцыпіенту магчымасць дэталёва даследаваць рэчаіснасць і сфарміраваць уласную думку: «свабода фарміравання думкі патрабуе... доступу да розных уяўленняў пра рэчаіснасць, што існуюць у дадзенай сацыяльнай групе, для таго каб іх параўнаць» [7, с. 104]. Такім чынам, аб'ектыўнасць у журналісцкай практыцы звязана з інтэрпрэтацыйным працэсам, абумоўлена ім, і менавіта інтэрпрэтацыя з'яўляецца для яе галоўнай каштоўнасцю. Аднак часам скажэнні ў гэтым працэсе прыводзяць да ўзнікнення камунікатыўных рызык, таму варта ўлічваць такія праблемы пры інтэрпрэтацыі паведамленняў і акрэсліць механізмы іх мінімізацыі. Выяўленне рызык можна праводзіць у гіперагіпанімічнай таксаноміі тэкставай арганізацыі медыяпадзеі.

Першы від рызык кваліфікуецца праз спецыфіку дзейнасці журналіста яшчэ на падрыхтоўчым этапе. Калі журналіст пачынае працаваць над тэмай, яго задачай становіцца пошук як мага большай колькасці фактаў, потым праводзіцца іх адбор. Відавочна, што, па-першае, уся маса атрыманых падчас падрыхтоўкі даных не можа ўвайсці ў матэрыял, па-другое, на аўтара ўздзейнічаюць розныя фактары (від СМК, палітыка рэдакцыі, асабісты досвед і інш.). Аўдыторыя атрымлівае інфармацыю ўжо адабраную, класіфікаваную, аксіялагічна ацэненую спецыялістамі згодна з пэўнымі стандартамі. Інтэрпрэтацыйная дзейнасць рэцыпіента медыятэксту і яго агульнае ўяўленне пра пэўную падзею абмежавана тымі фактамі, якія выбраў журналіст для паведамлення. Паўстае рызыка недастатковай дасведчанасці рэцыпіента ў выніку няўдачы журналіста пры інтэрпрэтацыі фактаў па пэўнай тэме. Рэпрэзентацыя ў тэкстах фактаў з улікам усіх экстралінгвістычных абставін стварае рэпутацыю пэўнага СМК, дазваляе журналісту дасягнуць пастаўленых камунікатыўных мэт. Мінімізацыя разглядаемай рызык бачыцца ў пастаянным уліку меркавання аўдыторыі. Пры адборы фактаў для матэрыялу журналіст павінен у першую чаргу кіравацца думкай пра неабходнасць стварэння ў свядомасці рэцыпіента найбольш поўнай карціны рэчаіснасці.

Адзначаны від рызыкі цесна звязаны з яшчэ адным – аднабаковым асвятленнем падзей. Журналіст падчас адбору фактаў для свайго матэрыялу ацэньвае іх з гледжання прыдатнасці для публікацыі. Аўтар – асоба, таму суб'ектыўны фактар у медыятэксце адыгрывае значную ролю, нейкая

інфармацыя можа падацца журналісту няправільнай, недарэчнай, адмоўнай, і, адпаведна, ён не ўключыць яе ў тэкст. У выніку рэцыпіент атрымлівае ўрэзанае ў змястоўнай частцы паведамленне, што падае падзею з таго боку, з якога палічыў патрэбным аўтар. Такая сітуацыя ў медыя, якое пазіцыянуе сябе як аб'ектыўнае і імкнецца заваяваць давер аўдыторыі, складвацца не павінна, таму што ўзнікае рэальная пагроза маніпулявання грамадскай свядомасцю. Выйсцем са становішча можа стаць кантроль самога журналіста і потым рэдактараў за пэўнай інфармацыі ў матэрыяле і за яе збалансаванасцю, гэта прадугледжвае неабходнасць разгляду фактаў / падзей у медыятэксце з розных бакоў. Нельга выключаць выпадкі, калі аўтар адбірае толькі інфармацыю пэўнага кірунку з прычыны прафесійнай некампетэнтнасці, што ў многім выклікана іншай камунікатыўнай рызыкай (у цэлым сучасных медыя, не толькі падааналізнай інтэрпрэтацыйнай дзейнасці) – «непрафесійныя журналісты атрымалі доступ да медыяпрасторы» [8, с. 489]. У гэтых абставінах зменшыць рызыку аднабаковага адлюстравання падзей можа рэгуляванне медыйнай прасторы з боку прафесійнай супольнасці і павышэнне патрабаванняў да журналісцкай адукацыі і адказнасці за распаўсюджанне інфармацыі.

Трэці від камунікатыўнай рызык, што ўзнікае пры інтэрпрэтацыі інфармацыі журналістам, таксама заснаваны на адноснай аб'ектыўнасці журналісцкага тэксту і звязана з выказваннем аўтарскага меркавання. Падчас асвятлення пэўнай тэмы адрасант падае ўласную ацэнку яе непасрэдна ў тэксце, і потым адрасант будзе сваё ўяўленне пра падзею ў матэрыяле даныя, абапіраючыся не на факты, а на меркаванне асобнага чалавека, што стварае ў яго скажоную карціну рэчаіснасці. Пры гэтым зразумела, што, напрыклад, аналітычныя, мастацка-публіцыстычныя жанры журналістыкі грунтуюцца на меркаваннях, таму поўнае адмаўленне ад ацэнкі ў медыя – з'ява немагчымая. Нейтралізацыя адзначанай рызык – узаемная адказнасць аўтара і рэцыпіента. Журналіст пры ўвядзенні ў тэкст уласнага меркавання зыходзіць з таго, што яго галоўная задача – стварэнне як мага больш поўнага і адэкватнага ўяўлення пра факт / падзею ў аўдыторыі, таму трэба пазбягаць маніпулятыўнага ўздзеяння на адрасанта (моўная агрэсія, празмерна эмацыянальнае разважанне і да т. п.). Рэцыпіент, у сваю чаргу, адказны за ступень сваёй падрыхтаванасці да ўспрымання ацэнчнай інфармацыі, гэта значыць, што пры сутыкненні з медыятэкстамі аналітычнай / мастацкай накіраванасці адрасант павінен разумець, што матэрыял змяшчае меркаванне журналіста, таму ўласную ацэнку неабходна фарміраваць з апорай на інфармацыю з розных крыніц.

Пералік камунікатыўных рызык пры інтэрпрэтацыі медыяпаведамленняў не вычэрпваецца пералічанымі, ён можа значна пашырацца. У артыкуле прыведзены толькі асноўныя з іх, каб паказаць важнасць забеспячэння адэкватнай інтэрпрэтацыйнай дзейнасці як аўтара, так і рэцыпіента, што актуалізуе тэхнікі ў прадухіленні скажэнняў інфармацыі, да якіх адносім: арыентацыя на фарміраванне ў свядомасці аўдыторыі поўнай і адэкватнай карціны рэчаіснасці; перадача аўдыторыі збалансаванага медыяпаведамлення, у якім разглядаецца факт /

падзея з розных бакоў; падстаўнасць, аргументаванасць, доказнасць пры выказванні свайго меркавання ў матэрыяле; недапушчэнне прамога маніпулятыўнага ўздзеяння на адрасата.

З боку аўдыторыі нівеліраваць рызыкі, што ўзнікаюць пры яе інтэрпрэтацыйнай дзейнасці, можа падрыхтоўка для ўспрымання медыяпаведамлення, пад чым разумеем фарміраванне і павышэнне медыяграмацнасці. Апошняе паняцце прадугледжвае набыццё сукупнасці навыкаў і ведаў рэцыпіентамі, якія робяць камунікацыю з журналістам эфектыўнай і бяспечнай. Медыяграмацнае чалавек у поўнай меры разумее паведамленні медыя, умее іх аналізаваць (валодае крытычным мысленнем), можа супрацьстаяць негатыўнаму ўздзеянню. Даследчыкі пацвярджаюць, што медыяграмацнасць – комплексны феномен, які дазваляе абараніцца ад маніпуляцый і гэтым рэалізаваць на практыцы прынцыпы інфармацыйнай бяспекі [9, с. 30]. Навыкі і ведаў у галіне медыяграмацнасці сёння неабходныя кожнаму чалавеку, яны садзейнічаюць павышэнню яго дасведчанасці, выпрацоўкі ўласнай адказнай пазіцыі.

У Беларусі ў кірунку павышэння медыяграмацнасці насельніцтва ўжо ёсць дасягненні. Паспяхова працуюць медыясекцыі ў дзіцячых і маладзёжных цэнтрах, развіваюцца медыястудыі ў школах і вы-

шэйшых навучальных установах, актыўна працуе ў гэтым рэчышчы і факультэт журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта: ладзяцца шматлікія мерапрыемствы па павышэнні медыяграмацнасці на базе школ, цэнтраў, на пляцоўцы факультэта журналістыкі; у навучальны працэс уводзяцца новыя дысцыпліны і спецкурсы па адзначанай тэме; супрацоўнікі выступаюць і публікуюць матэрыялы ў СМК. Бачым, што робіцца ўсё магчымае для падрыхтоўкі моладзі да камунікатыўных выклікаў у медыя, аднак дарослая аўдыторыя амаль не далучана да гэтага працэсу, што можна кваліфікаваць як сур'ёзную камунікатыўную пагрозу для грамадства, якое пастаўлена ў рызыкагенную зону супрацьстаяння і барацьбы з фэйкамі, складанага аргументацыйнага працэсу, у якім відавочна павінна прасочвацца камунікатыўнае лідарства журналіста. Сучасныя медыя актыўна ўплываюць на сацыяльную камунікацыю, ствараючы і транслюючы ў грамадства новыя мадэлі камунікатыўных паводзін. Пад уздзеяннем медыя адбываецца дынаміка моўных і камунікатыўных норм, змяняецца лінгвакамунікатыўны ідэал, фарміруюцца зоны камунікатыўных пагроз, якія неабходна навучыцца пераадолюваць, каб захаваць адэкватнасць сучаснай медыяпрасторы.

ЛІТАРАТУРА

1. Луман, Н. Что такое коммуникация? / Н. Луман [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/2954>. – Дата доступа: 10.01.2023.
2. Панченко, Н. Н. Когнитивные категории «истинность» и «достоверность»: общее и различное / Н. Н. Панченко // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 1. – С. 132–136.
3. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы : больш за 65 000 слоў / уклад.: І. Л. Капылоў [і інш.]; пад рэд. І. Л. Капылова. – Мінск : Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2016. – 968 с.
4. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
5. Стральцоў, Б. В. Асноўныя творчыя метады ў журналістыцы / Б. В. Стральцоў. – Мінск : БДУ, 2000. – 71 с.
6. Приходько, А. И. Специфические черты аргументации в медиа / А. И. Приходько // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2015. – № 27. – С. 25–30.
7. Шерэль, П.-И. Строить демократию: Свобода формирования и выражения мнений / П.-И. Шерэль // Полис. – 1993. – № 6. – С. 93–105.
8. Ивченков, В. И. Пять тезисов о коммуникативных рисках современности / В. И. Ивченков // Журналістыка-2020: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 22-й Міжнар. навук. практ. канф., Мінск, 12–13 лістап. 2020 г. / Беларус. дзярж. унт ; рэдкал.: В. М. Самусевіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2020. – С. 486–490.
9. Быков, И. А. Медиаграмотность как часть системы информационной безопасности / И. А. Быков, М. В. Медведова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. – 2020. – № 1. – С. 24–32.

REFERENCES

1. Luman, N. Chto takoe kommunikaciya? / N. Luman [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <https://gtmarket.ru/library/articles/2954>. – Data dostupa: 10.01.2023.
2. Panchenko, N. N. Kognitivnye kategorii «istinnost'» i «dostovernost'»: obshchee i razlichnoe / N. N. Panchenko // Znanie. Ponimanie. Umenie. – 2009. – № 1. – S. 132–136.
3. Tlumachal'ny slovník bjelaruskaj litaraturnaj movy : bol'sh za 65 000 slov / uklad.: I. L. Kapylov [i insh.] ; pad red. I. L. Kapylova. – Minsk : Bjelaruskaja Encyklopedyja imja Pjetrusja Browki, 2016. – 968 s.
4. Prohorov, E. P. Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki / E. P. Prohorov. – M. : Aspekt Press, 2011. – 351 s.
5. Stral'coŭ, B. V. Asnoŭnyya tvorchyja metady ŭ zhurnalistycy / B. V. Stral'coŭ. – Minsk : BDU, 2000. – 71 s.
6. Prihod'ko, A. I. Specificheskie cherty argumentacii v media / A. I. Prihod'ko // Nauchnye vedomosti BelGU. Ser. Gumanitarnye nauki. – 2015. – № 27. – S. 25–30.
7. Sheryol', P.-I. Stroiti' demokraciyu: Svoboda formirovaniya i vyrazheniya mnenij / P. I. Sheryol' // Polis. – 1993. – № 6. – S. 93–105.
8. Ivchenkov, V. I. Pyat' tezisov o kommunikativnykh riskah sovremenosti / V. I. Ivchenkov // Zhurnalistyka-2020: stan, problemy i perspektivy : materyaly 22-j Mizhnar. navuk.prakt. kanf., Minsk, 12–13 listap. 2020 g. / Belarus. dzyarzh. unt ; redkal.: V. M. Samusevich (gal. red.) [i insh.]. – Minsk : BDU, 2020. – S. 486–490.
9. Bykov, I. A. Mediagramotnost' kak chast' sistemy informacionnoj bezopasnosti / I. A. Bykov, M. V. Medvedeva // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki. – 2020. – № 1. – S. 24–32.