

Сацыяльная адказнасць СМІ
ў працэсе развіцця грамадзянскай супольнасці

У найбольш абстрактным сэнсе грамадзянскую супольнасць можна разумець як сукупнасць інстытутаў, члены якіх удзельнічаюць у складанай сістэме недзяржаўнай дзейнасці – у сферы вытворчасці і культуры, сямейнага жыцця і добраахвотных асацыяцый – і такім чынам ахоўваюць і пераўтвараюць сваю ідэнтычнасць.

Адным з галоўных ініцыятыўных інстытутаў грамадзянскай супольнасці выступаюць сродкі масавай інфармацыі. Ступень задавальнення імі найбольш важных запатрабаванняў дэмакратычнага грамадства дазваляе меркаваць аб узроўні сацыяльнай адказнасці СМІ, што рэалізуецца ў наступных іх функцыях.

Сацыялізацыя індывідаў: праз далучэнне да агульнай інфармацыйнай прасторы індывіды ўключаюцца ў грамадзянскія ўзаемаадносіны і такім чынам набываюць магчымасці для самавыражэння і развіцця сваіх патэнцый у якасці сацыяльных суб'ектаў.

Інтэграцыя грамадства: праз сістэму прадстаўленых у СМІ каналаў інфармацыі, што функцыянуюць на базе пэўнай сацыяльна-культурнай супольнасці, сэнсавых значэнняў, сімвалаў і форм сацыяльнай салідарнасці забяспечваецца цэласнасць грамадства, гістарычная пераемнасць у яго развіцці. Чым больш інтэгравана грамадства, чым менш адасобленых груп у ім, тым больш устойлівым і эвалюцыйным, несупярэчлівым робіцца палітычны працэс.

Трансляцыя і замацаванне норм грамадскай культуры: праз сацыяльныя, культурныя, прававыя, адукацыйныя праекты СМІ садзейнічаюць фарміраванню іерархічнай структуры каштоўнасных арыентацый асобы. У выніку – вызначаюць мадэлі паводзінаў, фарміруюць канкрэтны набор маральных якасцей, накіроўваюць грамадска-карысную дзейнасць. Праз фарміраванне масавай палітычнай і прававой культуры, павагі да законнасці СМІ дапамагаюць пазбегнуць актаў грамадзянскага непадпарадкавання.

Дыягностыка гатоўнасці грамадства да сацыяльных пераўтварэнняў: праз вывучэнне запытаў аўдыторыі СМІ, развіццё тэхналогій зваротнай сувязі, аб'ектыўнае інфармаванне, што дазваляе супаставіць розныя погляды на падзеі, скласці ўласнае меркаванне; праз фарміраванне ў аўдыторыі пэўнага ўзроўню кампетэнтнасці, неабходнага, каб прааналізаваць інфармацыю, знайсці меру суадносін прыватных і публічных інтарэсаў.

Каардынацыя законатворчай дзейнасці ўрада з запытамі насельніцтва: праз стварэнне ў СМІ прасторы для развіцця дыялогу паміж уладай і зацікаўленымі коламі грамадства ствараецца падмурак для эфектыўнага прыняцця рашэнняў і іх легітымнасці.

Рэагаванне на неаб'ектыўную інфармацыю, што набывае форму чутак: праз газетныя рубрыкі і тэлерадыёпраграмы, што дзейнічаюць па прынцыпе «пытанне – адказ». Наяўнасць доступу да аб'ектыўнай інфармацыі з'яўляецца найважнейшай умовай фарміравання *палітычнай культуры* насельніцтва, бо дазваляе адекватна рэагаваць на палітычныя працэсы і садзейнічае сапраўднаму разуменню перспектывы грамадскага развіцця.

Уплыў на працэс станаўлення сярэдняга класа – асноўнага сацыяльнага фактара і эканамічнага цэнтра грамадзянскай супольнасці: праз фарміраванне меркавання аб крытэрыях яго вылучэння і самаідэнтыфікацыі яго прадстаўнікоў.

Ідэалагічны ўплыў: адбываецца не толькі праз змест паведамленняў, але і праз сістэматычнае выключэнне пэўнага масіў інфармацыі са сферы публічнага абмеркавання. Даследчыкі сцвярджаюць, што СМІ, страціўшы былы статус пасрэдніка паміж уладай і насельніцтвам, у большай ступені робяцца інструментам уплыву, сродкам прафесійнага маніпулявання грамадскімі настроямі. Называюць таксама функцыю схаванага праграмавання інтэрпрэтацый рэальнасці.

Фарміраванне нацыянальна-культурнай ідэнтычнасці ва ўмовах развіцця так званай глабальнай грамадзянскай супольнасці: сучаснае напаўненне СМІ Беларусі не гарантуе захаванне нацыянальнай свядомасці. Экспансія заходніх узораў і метадаў вырашэння праблем, якія ўспрымаюцца як агульнапрынятыя практыкі, можа выклікаць нівеляванне нацыянальнай адметнасці і культурных узораў. Як не існуе адзінага для ўсіх шляху да эканамічнага дабрабыту, так і немагчымая дакладная копія духоўна-ідэалагічных асноў у праблеме фарміравання інстытутаў грамадзянскай супольнасці на ўзроўні розных сацыякультурных архетыпаў у розных краінах і рэгіёнах.

Існуюць і іншыя перашкоды на шляху рэалізацыі СМІ сваіх сацыяльных функцый:

1) адсутнасць выразных структураваных групавых інтарэсаў у грамадстве як перашкода фарміраванню грамадзянскіх аб'яднанняў і групавым дзеяннем, што складаюць патэнцыял грамадзянскай супольнасці;

2) грамадская неактыўнасць значнай часткі насельніцтва – вынік пераходу ад ранейшага калектывісцкай сацыяльнай жыццядзейнасці да новай – індывідуальнай;

3) не сфарміраваныя яшчэ механізмы ўздзеяння грамадзянскай супольнасці на прыняцце ўладных рашэнняў.

Пераадоленне гэтых негатывных фактараў таксама варта разглядаць у якасці сацыяльнай задачы СМІ як аднаго з галоўных ініцыятыўных інстытутаў грамадзянскай

супольнасці. Свабодныя, сацыяльна адказныя СМІ, здольныя стымуляваць і фарміраваць грамадскую думку, паскараюць працэс пабудовы структур грамадзянскай супольнасці ў пераходных грамадствах, да якіх адносіцца і беларускае.