

Станоўча зарэкамендавалі сябе і іншыя формы дзейнасці па папулярызацыі беларускай мовы. Запатрабавана практыка арганізацыі экскурсій з беларускамоўнымі экскурсаводамі. Выкананне шэрагу патрабаванняў да арганізацыі і правядзення такіх экскурсій дазваляе адзначыць станоўчую дынаміку ў асэнсаванні заканамернасцяў мовы, развіццё здольнасцяў студэнтаў у майстэрстве валодання словам, пашырэнні іх агульнага кругагляду.

З мэтай фарміравання цікавасці да мастацтва, развіцця эстэтычнага густу і пашырэння кругагляду выкладчыкі ўніверсітэта плённа выкарыстоўваюць наведванне спектакляў рэпертурных тэатраў Мінска. Знаёмства са спектаклямі па творах класікаў літаратуры ствараюць умовы для фарміравання асобы ў бесперапынным ўдасканаленні.

Названыя мерапрыемствы па пашырэнні беларускай мове трымаюцца ў асноўным на ініцыятыве выкладчыкаў. Нам падаецца, што для авалодання мовай як сродкам зносін, перш за ўсё, неабходна павелічэнне колькасці гадзін па дысцыпліне «Беларуская мова (прафесійная лексіка)», пашырэнне пераліку дысцыплін, якія выкладаюцца на беларускай мове ў ВНУ, і пачынаць варты з дысцыплін гуманітарнага цыкла. Менавіта гэта будзе першым крокам да стварэння Нацыянальнага ўніверсітэта, які ажыццяўляе выкладанне на беларускай мове.

Сучасным грамадствам ўсведамляецца важнасць праблемы выхавання павагі да нацыянальнай мовы, адраджэнне значнасці мовы як багацця народа, вяртанне да нацыянальнай культуры. Пачынаць вырашэнне пастаўленай праблемы неабходна з фарміравання ў моладзі беражлівых адносін да роднай мовы. Беларуская мова, як сродак навучання і выхавання, валодае вялікім выхаваўчым і адукацыйным патэнцыялам.

РОЛЬ ВЛАСТИ, ОБЩЕСТВА И СМИ В КРИЗИСНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Пильгун Е. В., Белорусский государственный университет

Современное информационное пространство в глобальном смысле в период кризисных ситуаций поделено между несколькими основными участниками: властью, средствами массовой информации и обществом. СМИ выступают своего рода посредником между властью и обществом и традиционно представлены радио, телевидением, периодической прессой и Интернетом.

Еще несколько лет назад приоритет отдавался прессе и телевидению как источнику информирования, однако, непосредственно с развитием и общедоступностью Интернета, периодическая пресса, теле- и радиовещание утрачивают свои позиции. Интернет занимает лидирующие позиции по информированию населения, особенно молодежи, в то время как телевидение остается популярно среди людей более старшего возраста. В зависимости от потребностей аудитории разнятся и способы преподнесения контента каждым из каналов информирования. Деятельность радиостанций как источника новостей постепенно отходит на второй план, так как информация напрямую зависит от интернет-контента, ретранслируется, а часто черпается из социальных сетей. Примером служат передачи типа: «10 причин, почему...», различные рейтинги и т. д. Наибольшую активность набирает распространение новостной информации через социальные сети, мобильные приложения, что напрямую связано с диджитализацией общества, увеличением и ускорением объемов информации. В связи с этим исходные информационные потоки становятся менее доступными либо вовсе не доступными массовой аудитории. Необходимо отметить, что возрастает количество информационных ретрансляций, достаточно сложно выявить, какой из источников информационного сообщения выступает в качестве основного, встречаются случаи корректировки информации при ее переводе с иностранного языка. Все это предоставляет возможность для власти виртуализировать политическую сферу и, посредством СМИ, построить необходимые модели для создания идеологизированной картины мира в обществе.

На первый план выходит роль спикера (автора), именно он информирует население о кризисе и о возможных вариантах его решения, а пресса выступает либо провайдером идеологизированной позиции власти/оппозиции, либо независимым экспертом. В зависимости от того, как взаимодействуют власть и СМИ друг с другом, выстраиваются две модели общения: донесение информации с привлечением журналистов, в этом слу-

чае пресса представляет и отражает интересы власти, и вторая — линейная модель общения, без привлечения посредников. В данном случае пресса не обладает приоритетом в получении информации из первых рук, и, фактически, утрачивает свою первоочередную функцию информирования населения. Примером такой модели выступает взаимодействие Д. Трампа и СМИ, при котором фактически легитимная власть не поддерживается и критикуется прессой. Сам же президент избрал вариант непосредственного общения с населением через социальную сеть Твиттер. Соответственно, прессе остается только реагировать на твиты, цитировать и пытаться адаптировать их к политике периодического издания.

Какова же роль легитимной власти в кризисной ситуации? Позиция власти, по-сути, является доминирующей при преодолении возникшего кризиса. Ни одна катастрофа техногенного или естественного происхождения, ни экономический, политический или гуманитарный кризисы не могут быть решены без четких и слаженных действий со стороны государства. Соответственно власть выступает гарантом спокойствия, безопасности, благополучия общества, основной правовых общественных отношений, осуществляет контроль над поведением индивидов и групп, управляя общественными процессами. Власть является единственным монополистом, обладающим полной информацией о кризисных ситуациях и об обществе в целом.

Средства массовой информации в кризисных ситуациях становятся орудием воздействия на сознание людей, средством оперативного донесения информации, наиболее эффективным способом контроля общественно-политического поведения. С одной стороны, в процессе кризисных коммуникаций СМИ играют очень важную роль, так как основной задачей СМИ является обеспечение взаимодействия власти и общества, информационной доступности и оперативности оповещения. Основные функции СМИ — сбор и распространение информации, отбор и комментирование сообщений, а иногда редактирование и коррективирование, формирование общественного мнения. В данных функциях нельзя не отметить присутствие политической направленности. Например, формирование общественного мнения о каких-либо общественно-политических процессах предполагает наличие элементов навязывания определенной идеологизированной точки зрения, агитацию, пропаганду или контрпропаганду. Наряду с этим, СМИ создают имидж участников политической сферы, распространяют и тиражируют образцы политического поведения, контролируют, предупреждают и нейтрализуют возникновение негативных проявлений в обществе.

С другой стороны, в связи с децентрализацией СМИ, различные источники представляют диаметрально противоположные точки зрения о кризисе, что создает неполную или нереальную картину мира, вводит в заблуждение. Зачастую, это происходит тогда, когда авторитет печатного издания или телевизионной программы наиболее силен, а уровень общественного доверия определенному источнику высок.

Обществу в кризисных ситуациях отведена, в основном, роль потребителя, поэтому и власть, и СМИ направлены на удовлетворение потребностей аудитории. Но так как восприятие человека является достаточно избирательным, и, в основном, направлено на то, что он хочет слышать, в чем заинтересован, то обществу становится доступна возможность также и распространять информацию, но уже в обработанном виде, прошедшем сквозь «фильтр восприятия» каждого из нас. При равных условиях одна и та же информация может быть воспринята по-разному. Это зависит от уровня образованности, внутренних установок, принципов, ценностей, взглядов на мир, предпочтений конкретного человека и многих других социальных, психологических и физиологических факторов. Посредством различных каналов группа людей получает информацию о кризисе, оценивает ее, сопоставляет с собственными нормами, убеждениями, стереотипами, ценностями и ретранслирует ее между всеми членами группы, формируя общественное мнение.

Таким образом, для управления общественным мнением власти и СМИ разрабатывают методы контроля информационного пространства при формировании информационных сообщений о кризисах. Для этого выявляется приоритетную повестку дня, способы введения новых тем и подачи сообщений, с использованием коммуникативных тактик и приемов, учитываются возрастные и гендерные особенности аудитории. Власть и СМИ детерминируют общественно-политические процессы в обществе.