

Проблемы идеологической коммуникации в медиасфере Республики Беларусь

Идеология белорусской государственности как система концептуально оформленных представлений и идей, которая выражает интересы, мировоззрение и идеалы различных субъектов политики, находится на этапе своего становления и характеризуется поиском инновационных путей решения социально-экономических задач. В её структуре выделяют: (1) правовую основу (Конституция Республики Беларусь); (2) экономическую основу (белорусская экономическая модель); (3) политическое обоснование (белорусская политическая система); (4) мировоззренческую основу (национальная идея).

Социально-информационным пространством идеологических процессов является политическая коммуникация, которая выступает как процесс передачи информации, циркулирующей между элементами политической и социальной систем. Поэтому системный анализ правовых, экономических, политических, этических и национальных отношений в обществе, предоставляемый средствами массовой информации, является действенным фактором становления национальной идеологии [1]. В соответствии со структурным делением идеологии влияние СМИ сфокусировано на четырех основных задачах: (1) формирование единого правосознания аудитории; (2) достижение высокого уровня информированности населения по вопросам экономического развития государства; (3) формирование политической и гражданской культуры аудитории в соответствии с принципами белорусской политической системы; (4) влияние на уровень развития национального самосознания и национально-культурной самоидентификации.

Основным механизмом реализации идеологической деятельности СМИ выступает процесс формирования общественного мнения, в основе которого лежит систематическое предоставление аудитории определенным образом обработанной информации, создающей «параллельный» мировоззрению образ окружающего мира. Вызреванию идеологических норм также способствует взаимный обмен информацией между властью и обществом, что наиболее очевидно в процессе общественной апробации законодательных актов, неизбежно несущих в себе идеологический компонент ввиду необходимости соответствия конституционным основам и морально-этическим приоритетам населения. Общественная оценка актов законодательства, формированию и трансляции которой способствуют, в первую очередь, радио и телевидение, отражает степень принятия идеологических доктрин государственной власти и их соответствие реальным потребностям социума (наиболее очевидные примеры в этой связи – идеологическое обеспечение СМИ референдумов 1995 и

1996 годов; отношение к предпринимательству под влиянием СМИ также претерпело значительные изменения: резко негативная оценка их деятельности населением, характерная для 1990-х гг., сменилась осознанием вклада частного сектора в национальную экономику).

С реализацией идеологического предназначения СМИ связано участие в формировании среднего класса – ведущего социального фактора и экономического центра гражданского общества. Эта связь, на наш взгляд, формируется в силу одновременного действия двух факторов: (а) эффективное развитие гражданского общества предусматривает его консолидацию в рамках единой идеологической системы; (б) для реализации идеологических норм и постулатов необходимо наличие устойчивой социальной среды, которой в гражданском обществе и выступает средний класс. Таким образом, влияние СМИ приобретает двухвекторный характер: с одной стороны, в медиасфере происходит циркуляция идеологических норм и их укоренение в социальной среде, с другой стороны, воздействуя на формирование мнения о принадлежности к среднему классу как системообразующему компоненту гражданского общества, СМИ участвуют в создании среды, благоприятной для развития национальной идеологии.

В процессе реализации белорусскими СМИ своих идеологических функций редакции преодолевают следующие противоречия: (1) отсутствие выраженных структурированных групповых интересов в обществе, что на уровне массовой информации выражается в неясности аудиторных предпочтений; (2) общественная пассивность значительной части населения; (3) не сформированные окончательно механизмы воздействия гражданского общества на принятие решений власти, на уровне СМИ – влияния аудитории на программную политику. Отсутствие постоянного политического фона в коммуникационном процессе называют одним из основных препятствий на пути формирования носителей новой идеологии белорусской государственности, что увеличивает степень непредсказуемости развития общества [2, с. 370–371]. Преодоление этих негативных факторов также правомерно рассматривать в качестве идеологической задачи средств массовой информации Республики Беларусь.

Литература

1. Основы идеологии Белорусского государства: учеб. для вузов / под. ред. С. Н. Князева, С. В. Решетникова. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004. – 690 с.
2. Слука, О. Г. Идеологические парадигмы информационного пространства / О. Г. Слука // Журналістыка-2008: стан, праблемы, перспектывы: матэрыялы 10-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2008. – С. 370–372.

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор Слука О.Г.