

ГРАЖДАНСКАЯ КУЛЬТУРА В МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С.В. Венидиктов

Республика Беларусь, Могилев, УО «Могилевский институт МВД»
(e-mail: tv.lab.mogilev@gmail.com)

Гражданской культура характеризует отношение к политической власти и государству, приверженность закону и праву, социокультурное восприятие общества и национально-культурную идентификацию на уровне национально-личностном и этносоциальном, а также мотивацию гражданского участия и поведения (состояние гражданской ассоциированности, вовлеченность в жизнь местных сообществ). Трансляция и укрепление подобных норм является актуальной задачей СМИ Беларуси, а эффективность аксиологической деятельности представляется нам одним из существенных критериев общественной значимости медиа.

В последние годы в республике наблюдается снижение количества соответствующих проектов. Например, из эфира исчезли телепрограмма ТРК «Гродно» «Право на надежду», которая затрагивала общественные проблемы пьянства и наркомании, роста преступности, ВИЧ/СПИД, детского социального сиротства и т. д., региональный проект «Эконом» ТРК «Гомель», посвященный актуальным вопросам энергосбережения, что соответствует Директиве № 1 Президента Республики Беларусь об экономии и бережливости. Содействовал формированию гражданской культуры аудитории проект «Все о безопасности» телеканала «Беларусь 2», удовлетворявший потребности населения в информации о деятельности госструктур (КГБ, МВД, Минобороны, Государственного таможенного комитета, МЧС и т. д.) и их стратегической значимости для безопасности республики. Среди немногочисленных сохранившихся телевизионных проектов подобной направленности отметим «Закон и порядок» ТРК «Витебск», а также «Среду обитания» ТРК «Брест», в которой затрагиваются вопросы экологической безопасности региона, охраны природы, окружающей среды, водного бассейна, лесных массивов, и предлагаются пути их решения. Анализу социальной политики белорусского государства посвящена программа «Актуально: акценты дня», выходящая в эфир на радио «Беларусь»; информационно-аналитический интервью-проект «24 вопроса. Общественно-конференция» (телеканал «Беларусь 24») предлагает анализ значимых явлений из мира политики, экономики, науки, искусства, спорта и медиасреды. Через подобные социальные, культурные, правовые, образовательные проекты СМИ содействуют формированию иерархической структуры ценностных ориентаций личности, определяя модели поведения, направляя общественно-полезную активность.

В структуре компонентов гражданской культуры выделяются также вопросы языковой политики, т.к. гражданское общество формируется преимущественно в национально-культурных рамках. К примеру, белорусско-русский билингвизм активно обсуждается на радио, при этом основное внимание уделяется вопросам развития белорусского языка («Родные слова» и «Моўная хвілінка» на Первом национальном канале Белорусского радио, проект «Магия слова» английской службы радио «Беларусь»). Радио «Беларусь» предлагает слушателям также уроки белорусского языка. В эфире государственных радиостанций соотношение программ, выходящих на русском и белорусском языке, примерно одинаково, чего нельзя сказать о коммерческом вещании: для него характерно абсолютное доминирование русской речи. Схожая тенденция наблюдалась в телеэфире: к 2003 г. значительная часть программ, несмотря на противодействие части аудитории, была переведена на русский язык. В итоге белорусский, как

один из двух национальных языков Беларуси (что утверждено Конституционными нормами), – в том числе из-за деструктивного влияния телевизионной практики – оказался практически исключенным из коммуникационного процесса. Ситуация начала меняться с осени 2009 г., когда региональные подразделения «Белтелерадиокомпаний» в информационном вещании вернулись к использованию белорусского языка, а в новостях «Первого канала» белорусскоязычных сюжетов стало заметно больше.

В условиях актуализации проблемы сохранения культурной идентичности, трансформации геополитического пространства, нарушения привычных культурных связей СМИ способны содействовать национально-культурной самоидентификации аудитории. Этому способствуют публицистические проекты белорусского радио и телевидения, направленные на культурное воспитание и просветительство. Созданный в 2002 г. радиоканал «Культура» имеет целью популяризацию наследия национальной и мировой культуры, предлагая белорусскому слушателю дискуссии и интерактивные проекты, современное прочтение литературных произведений, академическую музыку. Первый национальный канал Белорусского радио особое внимание уделяет литературному творчеству («Літаратурны калейдаскоп», «Дыярыш», «Дабравесце ад паэзіі», «Кароткія гісторыі»). Английская служба радио «Беларусь» готовит программу «Культурная палітра Беларусі», посвященную вопросам культуры, науки и искусства; на историческую тематику, проблемы сохранения культурного наследия ориентируется программа «Наследіе».

В рамках документального телецикла «Зямля беларуская» («Беларусь 1», 2008–2012 гг.) журналисты объехали все 118 районов Беларуси и рассказали о каждом из них на родном языке, стремясь увидеть современность через историю. Реализованный каналом «Беларусь 1» проект «ВідеоЭнцыклапедыя Беларусі» раскрывал загадки истории и явления современности, культовые личности нашего времени, народные предания и научные факты, помогая аудитории узнавать историю, культуру, географию, традиции и нравы Беларуси. Телепрограмма «АРТіШОК» («Беларусь 24») предлагает зрителям рассказ о талантливых людях, необычных проектах и перформансах, стремясь открыть самобытность белорусского искусства. Проект «Культпросвет» телеканала «Беларусь 3» посвящен истории создания киношедевров, театральных постановок и концертов; на этом же канале выходит публицистический проект «Музеі Беларусі». В оригинальной телепрограмме «Новыя падарожжы дылетанта» («СТВ») глазами неспециалиста раскрываются малоизвестные и неожиданные страницы истории Беларуси. Региональный телеканал «Ліда-ТВ» еженедельно готовит культурно-просветительскую программу «Отображэнне». Таким образом через трансляцию образцов культуры и искусства СМИ ориентируют аудиторию на непосредственное восприятие художественной среды, способствуют преодолению культурных барьеров коммуникации.

Утверждению культурного многообразия, толерантности и веротерпимости в структуре гражданской коммуникации призваны способствовать проекты религиозной тематики. Телепрограмма «Існасць» («Беларусь 1») посвящена христианской культуре, морали и ценностям, программа «Благовест» (ТРК «Союз») знакомит зрителей с церковными праздниками, историей, традициями православия, благотворительностью. Телевизионный проект «Размовы пра духоўнае» («Беларусь 3») предлагает ознакомиться с жизнью, духовностью и историей различных религиозных конфессий, которые представлены на территории Беларуси. Показательно, что в последние годы в эфире значительно больше внимания уделяется католической конфессии: ранее «неправославная» часть общества в коммуникационном процессе была представлена недостаточно.

Показательно, что культурная жизнь страны во многом оказалась сосредоточена в рамках одного общенационального канала «Беларусь 3», что в определенной степени связано с информационной политикой Белтелерадиокомпаний. Телеканал «Беларусь 2» также

сочетает в освещении фактов культуры и искусства информационные и разножанровые публицистические проекты. На других каналах культурные события ограничены в основном сухим форматом новостных программ, возможности аналитического их отражения ограничены, выбор тем зачастую продиктован запросами массовой культуры.

Еще одним фактором, воздействующим на гражданскую ассоциированность, выступают программы спортивной тематики. Как трансляции соревнований различного уровня с участием белорусских команд, так и специализированные проекты («Время футбола» на телеканале «Беларусь 2», «День спорта» на «Беларусь 1», «Горячий лёд» на «СТВ» и др.) характеризуются неизменно высоким аудиторным рейтингом, при этом содействуя консолидации аудитории, формированию чувств гражданского участия и национальной гордости. И здесь следует отметить достаточно высокий уровень насыщенности эфирной сетки спортивным вещанием – в первую очередь, благодаря созданию специализированного национального спортивного канала «Беларусь 5» (проекты «Время футбола», «Овертайм», «Пит-стоп», «Фактор силы», «Селфи», «Спорт-кадр» и др.).

В формировании экологической культуры аудитории Беларуси, напротив, существуют пробелы. Программы экологической направленности в белорусском телерадиоэфире появляются лишь эпизодически – в форме специальных репортажей на телевидении и тематических выпусков на радио. Регулярно выходящих в эфир специализированных проектов в Беларуси практически нет, к числу редких исключений относятся «Среда обитания» ТРК «Брест», «ЭКОшкола-экспедиция» ТРК «Гомель», «Тетра incognita. Земля неизвестная» телеканала «Беларусь 1». И хотя информация экологической направленности периодически входит в структуру новостных программ в телерадиоэфире, экологическая культура как часть культуры гражданской не исчерпывается уровнем информированности общества. Она включает в себя этические оценки, экологические характеристики социальной комфортности, социально-экологическое прогнозирование, экологическую политику государства, социальную ответственность – все то, что требует отдельного последовательного объяснения аудитории.

С уровнем развития гражданской ассоциированности сопряжено также социокультурное восприятие общества: каждый социум заинтересован в гражданах, обладающих определенными ценностными ориентациями по отношению как к самому обществу, так и к согражданам. Существенное значение имеет не только содержательный аспект ценностной системы личности, но и ее иерархическое строение. Отношение человека к обществу как к «высшей» или «низшей» ценности будет определять модели его поведения, выстраивать стиль взаимоотношений с субъектами различного уровня, определять и направлять формы общественно-полезной деятельности, степень ее интенсивности. СМИ более эффективно воздействуют на процесс формирования ценностных ориентаций и установок поведения, чем на их изменение либо замену на противоположные; незначительное изменение уже существующих взглядов возможно лишь при неустойчивости точек зрения и позиций, а также в областях наименьшей компетентности аудитории. Поэтому скорого и зримого эффекта от аксиологической деятельности СМИ ожидать не стоит. Важен сам процесс влияния на систему ценностей граждан, его направленность, эффективность обратной связи, позволяющей корректировать курс и отслеживать динамику общественных преобразований. Иными словами – четкое и адекватное осознание СМИ своей общественной роли.