

УДК 621.396(476)

С.В. ВЕНІДЗІКТАЎ

БЕЛАРУСКАЕ РАДЫЁ Ў ПРАЦЭСЕ ФАРМІРАВАННЯ ГРАМАДЗЯНСКАЙ СУПОЛЬНАСЦІ

У артыкуле вызначаны канцэптуальныя прынцыпы функцыянавання радыё ў мадэліраванні структур грамадзянскай супольнасці на Беларусі. Разгледжаны функцыі, што выконвае радыё ў дэмакратычным грамадстве: абмен інфармацыяй паміж дзяр-

жавай і насельніцтвам, фарміраванне грамадскай думкі, развіццё сістэмы сацыяльных камунікацый, павелічэнне грамадзянскай актыўнасці, развіццё палітычнай культуры, фарміраванне сацыяльнай, палітычнай і культурнай самаідэнтыфікацыі. Адзначаецца роля радыё ў станаўленні ідэалогіі беларускай дзяржаўнасці, у сацыяльна-эканамічным працэсе станаўлення сярэдняга класа, інтэграцыі грамадства праз сістэму каналаў інфармацыі.

Уводзіны

Паняцце грамадзянскай супольнасці і працэс яе фарміравання ў межах беларускай дзяржаўнасці, а таксама пытанне павышэння грамадзянскай актыўнасці шырокіх слаёў насельніцтва і роля сродкаў масавай інфармацыі ў гэтым працэсе з'яўляюцца актуальнымі для ўсіх сацыяльных навук.

Грамадзянская супольнасць (лат. *civis societas*) – гэта сукупнасць грамадскіх камунікацый, сацыяльных сувязей і няўрадавых інстытутаў, якія маюць тэндэнцыю да самаарганізацыі і самарэфлексіўнасці, знаходзяцца ва ўзаемадзеянні з дзяржаўнымі інстытутамі і выступаюць цэнтрамі сацыяльнай улады. Развітая грамадзянская супольнасць, па меркаванні некаторых даследчыкаў, з'яўляецца недзяржаўнай прасторай, якая ўключае ў сябе публічныя сферы – вытворчыя адзінкі, сем'і, дабраахвотныя аб'яднанні і грамадскія службы, што маюць правы падмурак [1, с. 48].

У якасці механізма стабілізацыі адносін паміж дзяржавай і структурамі грамадзянскай супольнасці выступаюць СМІ, што перадаюць інтарэсы і патрабаванні насельніцтва палітыкам і арганізацыям грамадзянскай супольнасці – на лакальным і міжнародным узроўнях. Прэзідэнт Рэспублікі Беларусь А. Лукашэнка ў адным з выступленняў гаварыў: “СМІ являюцца адным из самых оперативных и надежных барометров общественного мнения. Они призваны обеспечивать обратную связь власти с народом, ставят проблемные вопросы перед органами госуправления. СМІ в Беларуси – серьезнейшая сила, которая во многом определяет взгляды, мнения и представления людей. Влияет на принятие политических решений” [2].

Спецыяльных даследаванняў, прысвечаных беларускаму радыё як фактару фарміравання грамадзянскай супольнасці, не праводзілася, таму відавочнай з'яўляецца неабходнасць распрацоўкі дадзенай тэмы. Аналіз і адлюстраванне ў радыёэфіры найважнейшых праблем развіцця сучаснага грамадства – адносін асобы і дзяржавы, беларускай мадэлі сацыяльна-эканамічнага развіцця, кантролю грамадства над дзяржаўнымі структурамі, працэсу фарміравання сярэдняга класа – выступае асноўным прадметам даследавання.

Асноўная частка

Асаблівасць беларускага радыёвяшчання – яго кантроль дзяржаўнымі каналамі (1-шы канал Беларускага радыё, “Культура”, “Сталіца”), якія маюць стабільнае фінансаванне і максімальны ахоп тэрыторыі (134 са 154 праграм радыёвяшчання на Беларусі з'яўляюцца дзяржаўнымі) і аўдыторыі слухачоў (усе ўзраставае і сацыяльныя групы).

Для Беларусі характэрна дамінаванне агульнанацыянальнага вяшчання. Перадачы рэгіянальнага радыё адпавядаюць накіраванасці і ўваходзяць у агульную праграмную сетку рэспубліканскага радыё. Як асобны інфармацыйны канал яны маюць адносна невысокую папулярнасць сярод насельніцтва, а значыць, іх уплыў на развіццё грамадзянскай супольнасці нязначны. Аднак блізкасць да аўдыторыі на месцах і магчымасць аператыўна рэагаваць на запатрабаванні лакальных згуртаванняў – у перспектыве – робяць мясцовае радыё адным з найбольш дзейных у сістэме СМІ інструментаў уплыву на грамадства.

Узрастае ўплыў на інфармацыйную прастору камерцыйнага радыё (“Бі-Эй”, “Рокс” і інш.). Павелічэнне колькасці FM-станцый, іх арыентацыя на вяшчанне навін у рэжыме рэальнага часу стала адной з прычын таго, што практычна страцілі мэтавую аўдыторыю на Беларусі замежныя радыёстанцыі (“Голас Амерыкі”, “Свабода”, “ВВС”). Зараз іх уплыў на грамадскую думку ў рэспубліцы мінімальны. Сярод іншых прычын дадзенай тэндэнцыі вылучым наступныя: а) адкрытасць інфармацыйнай прасторы і пераадоленне інфармацыйнага дэфіцыту; б) узмацненне ідэалагічнай кампаненты ва ўнутраным вяшчанні; в) стабілізацыя сацыяльна-эканамічнай сітуацыі ў краіне; г) невысокі ўзровень канфліктнасці ў грамадстве.

Беларускае радыё, наадварот, пачало трансляцыю на замежныя тэрыторыі. Інфармацыйная служба радыёстанцыі “Беларусь” ажыццяўляе вяшчанне на рускай, беларускай, нямецкай і англійскай мовах. Праграмы станцыі (“Навіны дня”, “Беларусь у люстэрку падзей”, дайджэст “Беларусь: дзень за днём”) інфармуюць замежную аўдыторыю адносна вектараў развіцця краіны, тлумачаць афіцыйную пазіцыю Беларусі па ключавых пытаннях міжнародных адносін.

Самымі значнымі магчымасцямі ўплыву на грамадства валодае дзяржаўнае радыё. Найбольшую колькасць слухачоў маюць 1-я праграма Беларускага радыё і радыёхваля “Сталіца”. Інфармацыйныя праграмы цэнтральных радыёстанцый (“Радыёфакт”, “Постфактум” на 1-м канале, “Сталічныя навіны” на радыё “Рокс”) з’яўляюцца дзейным інструментам фарміравання *грамадскай думкі*, якая структуруюцца вакол асноўных пытанняў развіцця краіны: а) праблемы дзяржавы і ўлады, б) дзейнасць урада, в) пытанні экалагічнай бяспекі, г) развіццё публічнай сферы, куды ўваходзяць сацыяльныя, культурныя, палітычныя, этнічныя і іншыя пытанні.

Пры гэтым радыё не толькі падае інфармацыю, але і надае важнасць тым ці іншым пытанням пры адборы падзей для асвятлення (“павестка дня”). Дадзеная тэндэнцыя найбольш відавочная ў пытаннях *сацыяльна-эканамічнай палітыкі* дзяржавы; праграмы гэтага кірунку размешчаны ў сетцы ў час найбольшай актыўнасці слухачоў (“прайм-тайм”). Аналіз вяшчання цэнтральных радыёстанцый дазваляе вылучыць прыярытэтныя інфармацыйныя сферы: а) беларуская сацыяльна-эканамічная мадэль (праект “Эканамічны курс” на 1-м канале Беларускага радыё); б) аграрна-прамысловы комплекс (“Сельская раніца”, “Беларуская вёска. Час адраджэння” на 1-м канале), в) развіццё малога і сярэдняга бізнесу “Уласная справа” на 1-м канале, “Справа – час” на радыё “Радыус-FM”).

Прынцыповай уяўляецца і *ступень разумення* насельніцтвам пададзенай інфармацыі, усведамлення мэт і задач улады. Апытанні паказалі, што толькі 25,7% слухачоў у поўнай ступені задавальняюць канкрэтнасць, аператыўнасць і своечасовасць інфармацыі. Сацыялагічныя даследаванні ў Магілёўскай вобласці паказалі, што больш за 60% жыхароў рэгіёна інфармаваныя аб дзейнасці мясцовай улады недастаткова; задаволеныя ўзроўнем інфармаванасці толькі трэць рэспандэнтаў [3]. Узаемаразуменню перашкаджае і аб’ектыўны фактар: палітычную культуру беларусаў характарызуюць дзяржаўны патэрналізм, чаканне апекі з боку дзяржавы. У такой сітуацыі стрымліваецца рух да грамадзянскай супольнасці; важныя дзяржаўныя ініцыятывы могуць аказацца марнымі, калі не знойдуць падтрымкі ў грамадскасці. Таму актуальнай задачай радыё – наладжванне *дыялогу паміж уладай і грамадствам*, развіццё *сістэмы сацыяльных камунікацый*.

Гэтую задачу вырашае, напрыклад, праект 1-га канала “Акцэнтны” – дыскусія палітолагаў, эканамістаў, сацыёлагаў па пытаннях унутранай і знешняй палітыкі дзяржавы. Асаблівая ўвага надаецца рэалізацыі Праграмы сацыяльна-эканамічнага развіцця Беларусі на 2006 – 2010 гг., гучаць апытанні слухачоў і карысталь-

нікаў сеткі Інтэрнет. Міжнародная палітыка аналізуецца ў праграме “Беларусь і свет”. У падобных праграмах, акрамя абмену меркаваннямі, адлюстроўваецца распаўсюджванне чыноўнікамі інтарэсаў розных груп насельніцтва, утвараецца своеасаблівы механізм *справаздачнасці за выкананне функцый улады*.

Надзвычайную важнасць уяўляе інфармацыя аб дзейнасці *сістэмы права і правааховы*: у гэтай сферы фарміруецца карціна сацыяльнай канфліктнасці, высвятляюцца прычыны сацыяльных праблем. Так, у праекце “Дзелавы панядзелак” радыё “Радыус-FM” гучаць звесткі з Нацыянальнага цэнтра прававой інфармацыі аб асноўных законных актах Беларусі і зменах у іх.

Радыё выконвае і функцыю *зваротнай сувязі* паміж уладай і грамадствам. Даступнасць сацыяльна значнай інфармацыі, адкрытасць яе для абмеркавання выклікае ў грамадскай свядомасці ўяўленне аб прадказальнасці развіцця краіны, што становіцца дзейным фактарам стымулявання *грамадзянскай актыўнасці*. Напрыклад, праект “Radio.by” адрасаваны той частцы аўдыторыі, што мае сваё меркаванне аб падзеях на Беларусі і ў свеце (прыклады тэм: “Эканамічнае ўзаемадзеянне ў межах СНД”, “Друкаваныя выданні ў грамадска-палітычным жыцці дзяржавы”, “Нацыянальная ідэя і беларускі менталітэт”). Падобным чынам уплываюць на грамадства праекты “За і супраць”, “Прамая лінія” (1-шы канал), “Сутнасць пытання” (радыё “Радыус-FM”).

Але падобныя праекты не маюць належнай дзейнасці: у беларускім грамадстве імкненне да самастойнасці ў прыняцці рашэнняў выражана слаба, бо адсутнічае ўпэўненасць у эфектыўнасці такіх механізмаў. Грамадзян, перакананых у магчымасці звярнуць увагу на праблему праз СМІ, толькі 42%. Большасць беларусаў не выкарыстоўваюць сваіх палітычных правоў, не валодаюць дастатковай палітычнай культурай, а ў свядомасці яшчэ “не адрэфлектаваны той факт, што толькі актыўная ўключанасць кожнага чалавека ў грамадскія працэсы можа паўплываць на трансфармацыю грамадства ў цэлым, у тым ліку і на палітычную свядомасць” [4, с. 102].

Таму існаванне механізму зваротнай сувязі ў СМІ з’яўляецца істотным фактарам пераадолення названай вышэй тэндэнцыі. У аўдыторыі радыё складваецца ўяўленне аб уласнай значнасці ў межах пэўных груп, грамадства ў цэлым, а “рост грамадзянскай актыўнасці садзейнічае структураванню прыватных інтарэсаў і каардынацыі іх з інтарэсамі публічнымі, што з’яўляецца неабходнай перадумовай фарміравання *сярэдняга класа* – асноўнага сацыяльнага фактара і эканамічнага цэнтра грамадзянскай супольнасці” [5, с. 274].

Грамадзянская актыўнасць можа з’яўляцца вынікам і негатыўных фактараў (падман, страх, гвалт), таму пры ацэнцы сацыяльнай дзейнасці важна ўяўляць яе мэты, змест матываў, наяўнасць ідэйных памкненняў і нормаў *грамадзянскай культуры*, асноўным механізмам трансляцыі і замацавання якіх выступаюць СМІ. Сярод радыёпраграм, што выконваюць дадзеную функцыю, адзначым “Грамадскае меркаванне” (“Беларусь”), дзе прымаюць удзел аглядальнікі і сацыялагі, а каментарыі грунтоўцца на аналізе сацыялагічных апытанняў.

Кампанентам грамадзянскай культуры з’яўляецца таксама моўная палітыка. Беларуска-рускі білінгвізм актыўна абмяркоўваецца на радыё. Пры гэтым асноўная ўвага надаецца пытанням развіцця беларускай мовы (“Роднае слова” на 1-м канале, праект англійскай службы радыё “Беларусь” “Магія слова”).

Такім чынам, грамадзянская супольнасць ствараецца не проста намаганнямі дзяржавы ці эканамічнымі механізмамі, а шляхам фарміравання адукаваных грамадзян – сродкамі *культуры*. Створаны ў 2002 г. канал “Культура” мае на мэце папулярызацыю спадчыны нацыянальнай і сусветнай культуры, прапануючы беларускаму слухачу дыскусіі і інтэрактыўныя праекты, сучаснае прачытанне

літаратурных твораў, акадэмічную і эстрадную музыку. 1-шы канал шмат увагі надае пытанням літаратуры (“Літаратурны праект”, “Пераплёт”, “Літаратурны вечар”). Англійская служба радыёстанцыі “Беларусь” рыхтуе праграму “Культурная палітра Беларусі”, прысвечаную пытанням культуры, навукі і мастацтва; на гістарычную тэматыку, праблемы захавання культурнай спадчыны зарыентавана праграма “Спадчына”.

Уключэнне ў шырокі культурны кантэкст спрыяе *нацыянальнай самаідэнтыфікацыі* аўдыторыі радыё, разуменню нацыянальнай адметнасці беларускай дзяржаўнасці. Але культурныя праграмы на беларускім радыё, нягледзячы на высокі прафесійны ўзровень, не маюць вялікай аўдыторыі, што вынікае з наступных прычын: а) зніжэнне попыту аўдыторыі на якасны “культурны прадукт” і распаўсюджванне т.зв. “масавай” культуры; б) недастатковае валоданне аўдыторыі беларускай мовай, на якой часта адбываецца вясчанне; в) вузкая спецыялізацыя праграм, разлічаных на высокі ўзровень адукацыі слухачоў; г) эфірнае гучанне па-за межамі “прайм-тайм” і запатрабаванага FM-дыяпазону.

Без пераадолення падобных негатыўных фактараў немагчымы працэс фарміравання *ідэалогіі* – найважнейшага кампанента грамадзянскай супольнасці, які таксама грунтуецца на засваенні сістэмы каштоўнасцей нацыянальнай культуры. Ідэалогія беларускай дзяржаўнасці знаходзіцца на этапе свайго станаўлення і характарызуецца пошукам інавацыйных шляхоў рашэння сацыяльна-эканамічных задач. Таму сутнасць ідэалагічных функцый радыё ў тым, каб спрыяць развіццю свядомасці грамадзян шляхам усебаковай аб’ектыўнай арыентацыі ў рэчаіснасці, фарміраваць кампаненты масавай свядомасці. Адносіны чалавека да грамадства як да “вышэйшай” ці “ніжэйшай” каштоўнасці будуць вызначаць мадэлі яго паводзінаў, стыль узаемаадносін з суб’ектамі рознага ўзроўню, абумоўліваць формы грамадска-карыснай дзейнасці, ступень яе інтэнсіўнасці.

Большасць актуальных задач фарміравання грамадзянскай супольнасці выконвае пераважна дзяржаўнае радыё, якое арганізуе эфір з улікам патрабаванняў грамадства. Асноўны змест праграм камерцыйных радыёстанцый складаюць музыка і навіны. Праведзены намі другасны аналіз сацыялагічных даследаванняў аўдыторыі радыё сведчыць, што забяўляльным праграмам аддаюць перавагу больш за 60% апытаных, інфармацыйна-аналітычным – толькі 29%. Аўдыторны рэйтынг радыё як асноўнай крыніцы масава-палітычнай інфармацыі за апошнія 10 год знізіўся на 16% (напрыклад, сярод жыхароў Магілёўскай вобласці ў 2007 г. ён складаў 34,3%). Каэфіцыент лаяльнасці аўдыторыі да праграм радыё як асноўнай крыніцы інфармацыі склаў 60% [3].

Змест праграм беларускіх радыёканалаў, іх актуальнасць цалкам задавальняюць 16%, часткова – 66%, не задавальняюць – 16% рэспандэнтаў. За апошнія 10 год павялічылася колькасць беларусаў, якія не слухаюць радыё, зменшылася колькасць тых, хто робіць гэта штодзённа ці некалькі разоў на тыдзень. Рэйтынг 1-га канала Беларускага радыё знізіўся практычна ўдвая, яго аўдыторыя зараз меншая, чым сумарная аўдыторыя радыё “Сталіца” і “Радыус-FM”.

Заклучэнне

Радыё Беларусі стала камерцыйлізаванай крыніцай інфармацыі, пры гэтым – больш павярхоўнай. Гэта адна з прычын таго, што гэты сродак масавай інфармацыі, нягледзячы на свае перавагі, звязаны з максімальнай фізічнай, тэхнічнай, фінансавай, культуралагічнай даступнасцю, не займае лідзіруючага па інфармацыйнай устойлівасці становішча, як гэта мае месца, напрыклад, у Заходняй Еўропе. Так, у Германіі па інтэнсіўнасці карыстання аўдыторыяй СМІ на першым месцы стаіць радыё – 206 хвілін на дзень (тэлебачанне – 185 хвілін, газеты – 30, кнігі – 18, Інтэрнет – 13, часопісы – 10 хвілін) [6, с. 50].

Назіраецца разыходжанне паміж рэальным *зместам* радыёвяшчання на Беларусі і ступенню эфектыўнасці яго ўздзеяння на аўдыторыю. Аднак пра развіццё грамадзянскай супольнасці сведчыць хоць бы той факт, што дыялог паміж дзяржавай і грамадствам, які адбываецца ў інфармацыйнай прасторы радыё, набыў характар пастаяннага працэсу. Пры гэтым фарміруецца філасофская аснова беларускай дзяржаўнасці, сацыяльнай, палітычнай, нацыянальнай самаідэнтыфікацыі, ствараюцца асновы сацыяльнага дзеяння.

Такім чынам, радыё ў складзе сродкаў масавай камунікацыі займае ролю аднаго з галоўных сацыяльных інстытутаў, бо па сваім інфармацыйным патэнцыяле яно перавышае магчымасці публічнай камунікацыі. Паўстае задача задаволіць узрастаючыя інфармацыйныя патрэбы грамадства, пераўтварыць медыя-інстытуты ў цэнтры падтрымкі сацыяльных сувязей як неабходнай перадумовы фарміравання і існавання грамадзянскай супольнасці.

ЛІТАРАТУРА

1. **Кин, Джон.** Демократия и гражданское общество / Джон Кин; Пер. с англ. – М.: Прогресс-Традиция, 2001.
2. Выступленне Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь А. Лукашэнка на сустрэчы са студэнтамі БДУ 12.02.2008 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.president.gov.by>. – Дата доступу 15.02.2008.
3. Региональные государственные СМИ в формировании идеологии белорусской государственности: Отчет о научно-исследовательской работе. – Могилев: МИР-СПИ, 2007.
4. **Титаренко, Л.Г.** “Парадоксальный белорус”: противоречия массового сознания / Л.Г. Титаренко // Социологические исследования. – 2003. – № 12. – С. 96-108.
5. **Венідзіктаў, С.В.** Узаемадзеянне структур грамадзянскай супольнасці і дзяржавы ў сістэме СМІ / С.В. Венідзіктаў // Журналістыка-2007: матэрыялы IX навукова-практычнай канферэнцыі. Вып. 9. – Мн., 2007. – С. 273-275.
6. **Русакевіч, В.В.** Динамика становления информационного поля Республики Беларусь / В.В. Русакевич // Проблемы управления. – 2006. – № 3(20). – С. 48-53.