Д. Л. Стровский

Уральский федеральный университет

СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: В ЧЕМ ОНА?

Журналистская реализация специфична на фоне всей массово-информационной деятельности, поскольку базируются на социально-ориентированной информации, то есть информации, определяемой потребностями массовой аудитории. Исходя из этого, предметом познания журналистики является в первую очередь рядовой человек: его образ мыслей, мотивация, поведение и т. д. Отсюда и социальная миссия журналистики приобретает в рамках данной профессии исключительное значение. Под этой миссией следует понимать внимание к ценностям массовой аудитории (становящихся антиподом политически ориентированных или коммерческих ценностей) и следование авторами и редакциями таким приоритетам, как свобода слова, печати и личности и т. д., являющимся важными для социального благополучия общества в целом.

В данном случае особую значимость приобретает участие журналистики в социальной ориентации аудитории. Эта ориентация лежит в основе не только информационной, но и социальной, мировоззренческой и иных функций журналистики, формирующих в совокупности политические и морально-нравственные ориентиры общества. Основное предназначение журналистики сводится к формированию ею «гражданских норм» общества. За последние годы эти нормы в России оказались размытыми – ввиду отказа правящей элиты от традиционных духовных ценностей, давления административного ресурса в различных сферах жизни, из-за пренебрежения российским государством многими социальными приоритетами своего развития, слабой правовой защищенности журналистов и т. д.

Вместе с тем происходящая трансформация не умаляет теоретической и практической значимости журналистики. Реализуя требование социальной ориентации аудитории, она призвана не только оказывать воздействие на повседневное сознание людей, но и вовлекать их в обсуждение самых разных вопросов. Речь идет о стимулировании журналистикой активного восприятия аудиторией окружающих фактов и событий – посредством использования опросов, «горячих телефонов», «круглых столов» и др. В ходе такого восприятия происходит обмен мнениями между людьми по поводу происходящего: на страницах печатных изданий, в аудио- и телеэфире, а также на интернет-версиях этих СМИ. Без этого социальная миссия журналистики не может быть выполнена.