

МОДЕЛИ МЕДИА-ДЕЙСТВИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

© Степанов Жоржетта, 2017

Цели социальной журналистики требуют от журналистов разных подходов в освещении социальной реальности. Данный факт способствует развитию разных моделей медиа-действий, вследствие чего в общий информационный поток поступают материалы, способствующие формированию гражданского восприятия реальности, моделированию социальных взглядов и жизненных позиций, развитию общественного диалога. Они, с одной стороны, побуждают граждан принимать активное участие в жизни общества и включаться в социальные процессы, а с другой, осуществляют мониторинг действий ответственных лиц, ориентируя их в нужное обществу русло. Таким образом, конструктивный характер и эффективность социальной журналистики зависят напрямую от выбора и применения определенных моделей медиа-действий по отношению к разным категориям участников освещаемых социальных событий и процессов.

Взаимодействие между масс-медиа и гражданским обществом определяется потребностями их существования: неправительственный сектор нуждается в СМИ для достижения своих целей и в отношении рядовых граждан, и в отношении правительенного сектора, а именно, побудить и убедить их действовать на благо общества, а СМИ нуждаются в неправительственном секторе как в ценном источнике информации. Используя информацию, поступающую от неправительственного сектора, СМИ диверсифицируют свою проблематику и тематический диапазон. Данная информация также помогает СМИ инициировать дебаты по острым социальным вопросам, которые касаются отдельных социальных категорий или общества в целом. Отношения между масс-медиа и гражданским обществом отличаются от отношений с другими субъектами социальной сферы, в первую очередь, с представителями власти, ибо неправительственные медиа-организации являются не только предметом освещения СМИ, но и своеобразными формами профессиональной организации журналистов. Таким образом, двойной статус некоторых НПО заставляет журналистов быть более ответственными в выборе и подаче информации, поступающей из этих источников, чтобы исключить конфликт интересов. Неправительственный сектор “внедряется” в социальную журналистику с помощью субъектов социальной практики, которые являются внештатными корреспондентами СМИ.

Ключевые слова: социальная сфера, СМИ, социальная журналистика, медиа-действие, социальный индивидуум, правительственный сектор, неправительственный сектор, публичный диалог, социальная реальность.

Жоржетта Степанов

МОДЕЛІ МЕДІА-ДІЙ У СОЦІАЛЬНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Цілі соціальної журналістики вимагають від журналістів різних підходів у висвітленні соціальної реальності. Цей факт сприяє розвитку різних моделей медіа-дій, внаслідок чого в загальний інформаційний потік надходять матеріали, що сприяють формуванню громадянського сприйняття реальності, моделювання соціальних поглядів і життєвих позицій, розвитку суспільного діалогу. Вони, з одного боку, спонукають громадян брати активну участь в житті суспільства і включатися в соціальні процеси, а з іншого, здійснюють моніторинг дій відповідальних осіб, орієнтуючи їх у потрібне суспільству русло. Отже, конструктивний характер і ефективність соціальної журналістики залежать безпосередньо від вибору і застосування певних моделей медіа-дій відносно різних категорій учасників

висвітлюваних соціальних подій і процесів. Взаємодія між мас-медіа та громадянським суспільством визначається потребами їх існування: неурядовий сектор потребує ЗМІ для досягнення своїх цілей і щодо пересічних громадян, і щодо урядового сектора, а саме, спонукати і переконати їх діяти на благо суспільства, а ЗМІ потребують неурядовий сектор як цінне джерело інформації. Використовуючи інформацію, що надходить від неурядового сектору, ЗМІ диверсифікують свою проблематику і тематичний діапазон. Дані інформація також допомагає ЗМІ ініціювати дебати щодо гострих соціальних питань, які стосуються окремих соціальних категорій або суспільства в цілому. Відносини між мас-медіа та громадянським суспільством відрізняються від відносин з іншими суб'єктами соціальної сфери, в першу чергу, з представниками влади, бо неурядові медіа-організації є не тільки предметом висвітлення ЗМІ, а й своєрідними формами професійної організації журналістів. Таким чином, подвійний статус деяких НГО змушує журналістів бути більш відповідальними у виборі і подачі інформації, що надходить з цих джерел, щоб виключити конфлікт інтересів. Неурядовий сектор "впроваджується" у соціальну журналістику за допомогою суб'єктів соціальної практики, які є позаштатними кореспондентами ЗМІ.

Ключові слова: соціальна сфера, ЗМІ, соціальна журналістика, медіа-дію, соціальний індивідуум, урядовий сектор, неурядовий сектор, публічний діалог, соціальна реальність.

Georgetta Stepanov

THE MODELS OF THE MEDIA ACTION IN SOCIAL JOURNALISM

The social journalism objectives which are realized in the process of the mediation of social reality improve the variety of models of media actions. Through it, in the informational circuit are putted materials which model a civil perception of the reality, induce to citizens the feeling of an ownership and the participation in social life, suggest the possible solutions for solving the problems, and generate the optimal conditions for free implication of citizens in public dialog etc. Constructive nature of these media actions lies in adjustment journalistic activities to social field's need and in cumulating of the journalistically actions and those of the other social institutions in view of satisfaction of the social objectives of a major importance for society. The interaction between the media and civil society is determined by the needs of their existence: the non-governmental sector needs the media to achieve its goals both for ordinary citizens and for the government sector, namely, to encourage and convince them to act for the good of society, and non-governmental sector is a valuable source of information. Using information from the non-governmental sector, the media diversify their problems and thematic range. This information also helps the media to initiate debates on acute social issues that relate to particular social categories or society in general. The relationship between the media and civil society differs from relations with other social actors, primarily with government officials, because non-governmental media organizations are not only the subject of media coverage, but also original forms of professional organization of journalists. Thus, the dual status of some nonprofit public organizations forces journalists to be more responsible in selecting and submitting information from these sources in order to eliminate conflicts of interest. The non-governmental sector is "inculcated" in social journalism with the help of subjects of social practice who are freelance correspondents of the media.

Key words: social field, mass-media, social journalism, media action, citizen, governmental sector, nongovernmental sector, public dialog, social reality

Теоретический анализ социальной журналистики как модель медиа-коммуникации является актуальным вопросом, важным в контексте изменения парадигмы отражения социальной реальности на всем постсоветском медиа-пространстве. Новая парадигма возникла в результате глобальных социальных, политических и экономических трансформаций, которыми были охвачены все новоиспеченные независимые государства, появившиеся вследствие национальных движений за суверенитет и независимость и распада советской империи. Она как объективный фактор появилась в качестве замены старого советского образа отражения действительности. В процессе перехода от тоталитарного строя к либеральному политическому режиму, бывшие советские республики столкнулись с глобальными изменениями во всех сферах общества. Данные

преобразования изменили традиционные отношения СМИ с государством, властью и обществом в целом, а также роли, функции и цели СМИ, что привело к появлению новых механизмов деятельности масс-медиа, новых стратегий, техник и тактик освещения реальности. Также изменился и сам субъект отражения СМИ. В этих условиях произошел переход от тоталитарного режима прессы (при котором государство контролирует всю деятельность СМИ, а последние являются ветвями или инструментами самой власти) к либеральному режиму, а впоследствии – и к модели социально-ответственной журналистики. Вместе взятые, эти изменения внесли свой вклад в утверждение нового социального статуса прессы и способствовали появлению других видов медиа-действий по отношению к социальной реальности. СМИ перестали быть орудием власти и, соответственно, изменили свою информационную политику и приоритеты в освещении реальности. На смену политикам и чиновникам, которые долгое время были основным объектом отражения СМИ, пришел рядовой человек со своими успехами и проблемами. СМИ стали своего рода путеводителем, который, объясняя новые механизмы и процессы, помогал людям легче адаптироваться к новым социальным, политическим и экономическим реалиям, способствовал их социализации и интеграции, направлял их в нужное русло. Процессы концептуальных и функциональных изменений СМИ оказались контингентными, “то есть, они зависели от конкретных исторических условий; если некоторые из этих условий были бы другими, то весьма вероятно, что они дали бы другой результат. Но, как только эти изменения стали происходить, СМИ приобрели другую, новую энергию и расширили свой спектр деятельности” [1, с. 47]. В этих условиях социальная журналистика обрела собственную энергетику, собственную концепцию и ярко выраженный функциональный характер. Благодаря своему утилитарному характеру, она стала привлекательным и полезным медиа-продуктом для читателя и, соответственно, объектом редакционной политики большинства СМИ.

Объектом исследования стала социальная журналистика, а *предметом* исследования – виды медиа-действий в процессе освещения социальной реальности.

Задания исследования: 1) уточнить суть и определение термина “социальная журналистика”; 2) выявить основные цели социальной журналистики; 3) идентифицировать основные модели медиа-действий в социальной журналистике.

Гипотеза: освещение реальности и появление разных видов медиа-продукции в социальной журналистике зависят от применяемых моделей медиа-действий.

Степень исследования проблемы. В научном мире Запада никогда не возникала проблема комплексного исследования социальной журналистики. Низкий интерес к данной проблеме объясняется социально-экономической и политической стабильностью, которые не порождают благоприятные контексты для выражения и утверждения социальной журналистики. В научной среде Восточной Европы, вплоть до конца 90-х годов двадцатого века, социальная журналистика рассматривалась как составной элемент тематического диапазона любой газеты, журнала, теле- и радиопередачи. Исследователи не выделяли социальную журналистику как отдельную модель медиа-коммуникации, представляя ее частью проблематики СМИ. Автономным объектом научных исследований социальная журналистика стала в начале третьего тысячелетия, особенно в странах бывшего СССР. Тем не менее, и сегодня многие аспекты социальной журналистики еще не изучены, в том числе и модели медиа-действий.

Методологическая, теоретическая основа исследования составляет: системный подход взаимодействия разных взаимозависимых и взаимообусловленных факторов. Для анализа моделей медиа-действий в социальной журналистике использованы функциональный, структурный, институциональный и социокультурный подходы.

Изложение основного материала. Социальная журналистика является многомерным явлением, которое обеспечивает различные социальные категории общественной информацией,

анализирует логику действий и поступков, разъясняет разные точки зрения отдельно взятых социальных индивидуумов или целых социальных групп по отношению к различным событиям и процессам, к новым социальным нормам и принципам, ко всей системе социальных ценностей, существующих в обществе. Социальные связи, в частности, между индивидуумами одного сообщества, а также между разными сообществами, социальными категориями и группами людей, в целом, обеспечиваются, как правило, на основе информации и знаний, полученных из СМИ. Таким образом, социальная журналистика, посредством медиа-продуктов, проявляется и как средство и как среда обеспечения социальной интеграции и социального консенсуса. В то же время, социальная журналистика является деятельность, которая создает, изменяет и моделирует представления людей о проблемах отдельно взятых, конкретных социальных групп и всего общества в целом.

Социальная журналистика направлена на достижение двух основных целей:

- освещение социальной реальности с точки зрения рядовых граждан, всех социальных групп общества с целью развития социальной и гражданской культуры;
- освещение менеджмента социальной сферы с целью мониторинга и анализа законодательных инициатив, административных решений и механизмов реализации социальной политики.

Медиа-действия, ориентированные на реализацию первой цели, способствуют интеграции социального индивидуума в общество. Понятие социальной журналистики, основанной на социальной интеграции, предполагает своего рода определенный вид журналистских текстов и фотографий, которые стремятся передать общую картину реальности путем освещения точек зрения различных социальных групп. Социальная журналистика предоставляет гражданам достаточно информации для того, чтобы они могли формировать свои мнения и отношения к определенным событиям и принимать коллективные решения по целому ряду вопросов, стоящих перед ними. Статус определенных категорий людей в обществе напрямую зависит от их способности принимать коллективные решения. “Коллективное принятие решений характерно только для человеческих обществ” [2, с.147]. Данная модель медиа-действий преобразовывает СМИ из нейтрального элемента в активно вовлеченного участника в общественную жизнь, который стремится способствовать диалогу между рядовыми гражданами и властью, предлагая конкретные способы решения для существующих проблем. Она обязывает журналистов преподносить информацию таким образом, чтобы граждане понимали, как они должны действовать в разных жизненных ситуациях. С этой точки зрения, журналистика должна объединять людей в процессе решения различных вопросов. “Первоочередная задача средств массовой информации – это донести до читателя то, что было вчера, что происходит сейчас, что будет завтра и освещать эту реальность с точки зрения этого же читателя” [3, с. 28, 29]. Освещение по этой модели позволяет СМИ формировать социально активных людей и способствовать их интеграции и социализации. В этом плане социальная журналистика является процессом, с помощью которого люди учатся думать учитывая интересы общества и действовать во благо большинства, через которое осуществляется кондиционирование развития социальных навыков, а также привитие и усвоение социальных ценностей. Осуществляя контакт между человеком и реальностью, социальная журналистика обеспечивает воспроизведение социальной практики, а через нее – и стабильность общества как системы. Социальную журналистику в этом контексте можно рассматривать как “агента социализации”, так как она обеспечивает людей общими темами для разговора, генерирует общие интересы, прививает ценности, которые становятся нормами; распространяет культурные представления, которые определяют эстетические видения людей и т.д. Благодаря этой деятельности люди “связаны”, в частности, друг с другом, а в целом – со всеми сообществами, существующими в обществе. “В процессе освещения социальной практики, СМИ соотносят факты и действия отдельно взятых граждан к общим социальным нуждам большинства, выделяя роль и место социального индивидуума в обществе” [4, с. 160]. Масс-медиа, отражая процессы и тенденции, условия и ситуации, возникающие в социальной сфере, способствует снижению напряженности, внутренних противоречий и помогает гражданам и различным социальным группам интегрироваться в общество, тем самым поддерживая стабильность социальной сферы в частности, и общества в целом.

Для эффективной реализации данной цели журналисты должны относиться к своей аудитории не как к конечному, пассивному потребителю медиа-продуктов, а как к активному участнику, даже как к партнеру. “Читатели на самом деле не должны рассматриваться как пассивные наблюдатели, а как активные участники в процессе решения наиболее важных проблем, поэтому им следует уделять не меньше внимания, чем элитным представителям или экспертам, а даже наоборот. Журналисты, использующие принципы социальной журналистики склонны видеть в читателях и источник информации, мнений, и активных участников в общественном диалоге, организованном СМИ, а также и активных партнеров в поиске решений проблем, представляющих общественный интерес” [5, с. 91–92].

Вторая основная цель социальной журналистики реализуется медиа-действиями, которые ориентированы на мониторинг механизмов координации социальных процессов и концептуализации стратегий для разрешения разных проблем, а также на анализ и оценку системы управления социальной сферой. Важность медиа-действий, ориентированных на реализацию второй цели, обусловлена, прежде всего, аналитическим потенциалом СМИ. Ведь именно благодаря этому потенциалу производится анализ инициатив, разработанных правительственным сектором для осуществления определенных социальных благ, а также создаются условия для того, чтобы рядовые граждане смогли высказать свое мнение по поводу этих решений. Расследование способов и методов реализации социальной политики обеспечивает транспарентность действий чиновников. Данная модель медиа-действий предполагает инициирование публичных дебатов, в процессе которых сталкиваются различные точки зрения, способные влиять на общественное мнение, которое, в свою очередь, может повлиять на принятие разного рода решений. Тем самым, социальная журналистика создает нужные условия для того, чтобы рядовые граждане смогли внести свой вклад в совершенствование законодательства по защите уязвимых групп населения, в управление всей социальной сферой. Она обеспечивает социальную политику общественным характером, а механизмы реализации данной политики – прозрачностью, таким образом, создавая связь между управляющим звеном и населением. Транспарентность социальной политики является одним из факторов демократизации общества. От имени рядовых граждан социальная журналистика осуществляет социальный контроль, который проявляется путем мониторинга и анализа законодательства, а также путем оценки деятельности административных структур и профильных организаций. В свете этой цели, в полномочия СМИ также входит формирование нового способа восприятия роли государства в общественной жизни. Переход от советского тоталитарного режима к демократическому строю породил необходимость реформирования социальной сферы и перехода от патерналистской модели государства в концептуализации и разработке социальной политики к либеральной модели. Выполнение данной цели привело, с одной стороны, к сокращению роли и участия государства в реализации социальной политики, а с другой, к повышению роли и участия гражданского общества и социального индивидуума в этом процессе. В настоящее время государство больше не является единственным гарантом в управлении и решении социальных проблем. Государство может обеспечить эффективность социальных процессов только объединив свои усилия с гражданским обществом. Влияние социальных, политических и экономических реформ на институты гражданского общества, и наоборот, становится, таким образом, одной из главных тем отражения социальной журналистики.

В настоящее время составной частью современной социальной реальности любого общества является взаимодействие между правительственным сектором, неправительственным сектором и СМИ. Профильные институты этих секторов, приводящие в действие социальные механизмы и реализующие социальную практику, сотрудничают со СМИ и как источники информации, и как действующие лица (субъекты) этой практики. Как субъекты социальной практики, они прибегают к услугам СМИ для того, чтобы донести до широких масс новые принятые законодательные инициативы; предпринимаемые действия в целях снижения воздействия негативных социальных феноменов на определенные социальные категории людей; события и мероприятия, организованные ими с целью решения социальных проблем и т.д. Также данные институты в сотрудничестве с медиа-учреждениями разрабатывают и реализуют совместные социальные проекты. Как источник информации, данные институты поставляют СМИ темы для освещения, события и

факты, мнения, отзывы, статистические данные и т.п. Существуют разные формы сотрудничества СМИ с этими учреждениями, в том числе: социальные медиа-проекты, теле- и радиомарафоны, социальные медиа-кампании, конкурсы, семинары, мастер-классы, опросы общественного мнения, которые, по мнению румынского исследователя Д. Попа “являются отражением демократии в каждом государстве” [6, с. 306]. Эффективное сотрудничество между СМИ и ключевыми действующими лицами социальной действительности (государственные учреждения, отдельные граждане и неправительственные объединения) имеет решающее значение для успешного достижения этих целей и продвижения качественной социальной журналистики. Инициируя или содействуя реализации социальных проектов по развитию сообществ или по продвижению социальных ценностей, СМИ предстают как субъект социальных процессов. “Приближение к гражданину происходит путем инициирования и поддержки проектов, представляющих общественный интерес” [7, с. 42]. Участие журналистов в различных социальных мероприятиях способствует, с одной стороны, росту доверия аудитории к СМИ, а с другой – повышению влияния СМИ на эту аудиторию и эффективности их работы в целом.

Взаимодействие между масс-медиа и гражданским обществом определяется потребностями их существования: неправительственный сектор нуждается в СМИ для достижения своих целей и в отношении рядовых граждан, и в отношении правительенного сектора, а именно, побудить и убедить их действовать на благо общества, а СМИ нуждаются в неправительственном секторе как в ценном источнике информации. Используя информацию, поступающую от неправительственного сектора, СМИ диверсифицируют свою проблематику и тематический диапазон. Данная информация также помогает СМИ инициировать дебаты по острым социальным вопросам, которые касаются отдельных социальных категорий или общества в целом. Отношения между масс-медиа и гражданским обществом отличаются от отношений с другими субъектами социальной сферы, в первую очередь, с представителями власти, ибо неправительственные медиа-организации являются не только предметом освещения СМИ, но и своеобразными формами профессиональной организации журналистов. Таким образом, двойной статус некоторых НПО заставляет журналистов быть более ответственными в выборе и подаче информации, поступающей из этих источников, чтобы исключить конфликт интересов. Неправительственный сектор “внедряется” в социальную журналистику с помощью субъектов социальной практики, которые являются внештатными корреспондентами СМИ. И хотя большинство заметок и статей, которые освещают социальную реальность, написаны профессиональными журналистами, в СМИ нередко появляются материалы о деятельности НПО, написанные их членами или рядовыми гражданами. Привлечение представителей НПО в процесс медиа-освещения социальной практики способствует раскрытию социальных явлений и проблем, прогнозированию возможных последствий их действия на социального индивидуума, идентификации приоритетов в их разрешении и т.д. Вовлечение граждан в написание статей по социальным вопросам не подрывает статус и не приуменьшает роль журналистов в обществе. Напротив, эта практика может создать реальные предпосылки для выхода журналистики из рамок своего традиционного равноудаленного, нейтрального формата, что приведет к усилению эффективности медиа-продукции.

Выводы. Достижение этих двух основных целей позволяет социальной журналистике формировать гражданское восприятие социальной реальности, вызывая у людей чувство принадлежности к общему, способствуя их активному участию в жизни общества, в решении проблем с которыми сталкиваются другие участники социальной практики. Также, данные цели ориентируют социальную журналистику на проектирование общественного диалога и на создание оптимальных условий для вовлечения рядовых граждан в общественный диалог.

Практическое значение полученных результатов заключается в возможности использования данных моделей медиа-действий в процессе освещения социальной реальности, в выявлении и включении острых социальных проблем в публичную повестку дня, в поиске и в подаче способов их разрешения.

1. Thompson J. B. *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*. Prahova: ANTET XX PRESS, 1998. 280 c.
2. *Europenizarea: fațetele procesului*. Coordonator Moraru V. Chiinău: Sirius, 2013. 336 c.
3. Malamud P. *Civic Journalism An Antidote to Apathy? //Issues of Democracy. Electronic Journals of the U. S. Information Agency*, 1996, № 8, том 1, July, c. 28–29. <http://guangzhou.usembassy-china.org.cn/uploads/images/mbnXw4F4ym1vr26osf-v7w/ijde0796.pdf>.
4. Stepanov G. *Introducere în studiul jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2010. 198 c.
5. Дзялошинский И. Пресса третьего сектора или социальная журналистика? //Право знать: история, теория, практика, 2004, № 7–8 (91–92). [http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_91_92\(7-8\)/dzylochinskii.htm](http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_91_92(7-8)/dzylochinskii.htm).
6. *Convergențe spirituale Iali – Chișinău*, 2015, № 8–9, c. 305–309.
7. Vâlcu V. *Jurnalismul social*. Iași: Polirom, 2007. 286 c.