

CZU: 070:316.77

СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И СУБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ: ФОРМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Жеоржета СТЕПАНОВ

Молдавский государственный университет

Основной задачей социальной журналистики является освещение социальной реальности посредством анализа социальных процессов. Реализуя данную задачу, журналисты контактирует со всеми субъектами социальной практики, применяя при этом различные подходы. Такие контакты способствуют развитию разных взаимоотношений, вследствие чего появляются и разные формы взаимодействия друг с другом. Благодаря этому в общий информационный поток поступают материалы, способствующие формированию гражданского восприятия реальности, моделированию социальных взглядов и жизненных позиций, развитию общественного диалога. Они побуждают граждан принимать активное участие в жизни общества и включаться в социальные процессы, осуществляя мониторинг действий ответственных лиц, ориентируя их в нужное общество русло. Конструктивный характер и эффективность социальной журналистики зависят напрямую от применяемых форм взаимоотношений СМИ с остальными субъектами социальной практики.

Ключевые слова: *социальная сфера, СМИ, социальная журналистика, взаимоотношения, медиадействие, социальный индивидуум, правительственный сектор, неправительственный сектор, публичный диалог, социальная реальность.*

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 journalistic actions and those of the other social institutions in view of satisfaction of the social objectives of a major importance for society.

Keywords: *social field, mass-media, social journalism, media action, citizen, governmental sector, nongovernmental sector, public dialog, social reality.*

Теоретический анализ социальной журналистики как модели медиакommunikации является актуальным вопросом, важным в контексте изменения парадигмы отражения социальной реальности на всем постсоветском медиапространстве. Новая парадигма возникла в результате глобальных социальных, политических и экономических трансформаций, которыми были охвачены все новоиспеченные независимые государства, появившиеся как следствие национальных движений за суверенитет и независимость и распада советской империи. Эта парадигма 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 жизни 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. Изменился и сам субъект отражения средств массовой информации. 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, данные изменения внесли свой вклад в утверждение нового социального статуса прессы и способствовали появлению других видов медиадействий по отношению к социальной реальности. Средства массовой информации 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.

Современные средства массовой информации стали своеобразным путеводителем, объясняющим новые механизмы и процессы, помогающим людям легче адаптироваться к новым социальным, политическим и экономическим реалиям, способствующим их социализации и интеграции, направляя 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 обрели 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 утилитаризму она стала привлекательным и полезным медиапродуктом для населения и, соответственно, объектом редакционной политики большинства СМИ.

Объектом нашего исследования является социальная журналистика, а *предметом* исследования – взаимоотношения между СМИ и субъектами социальной практики, складывающиеся в процессе освещения социальной реальности.

Задачи исследования: 1) уточнить суть и определение термина «социальная журналистика»; 2) выявить основные цели социальной журналистики; 3) идентифицировать основные формы взаимоотношений СМИ с остальными субъектами социальной практики.

Гипотеза: освещение реальности и появление различной медиапродукции в социальной журналистике зависит от применяемых форм взаимоотношений между СМИ и субъектами социальной практики.

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, не порождающей благоприятных контекстов для 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 медиакоммуникации, 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 взаимоотношений между СМИ и субъектами социальной практики.

Методологическую, теоретическую основу исследования составляет системный подход к взаимодействию разных взаимозависимых и взаимообусловленных факторов. При анализировании социальной журналистики с точки зрения форм взаимоотношений СМИ с остальными субъектами социальной практики использованы функциональный, структурный, институциональный и социокультурный подходы.

Социальная журналистика является многомерным явлением, обеспечивая различные социальные категории общественной информацией, анализируя логику действий и поступков, разъясняя 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, получаемых посредством СМИ. Таким образом, социальная журналистика проявляет себя и как средство, и как среда обеспечения социальной интеграции и социального консенсуса. В то же время социальная журналистика является деятельностью, создавая, изменяя и моделируя представления людей о проблемах конкретных, отдельно взятых социальных групп и общества в целом. В этом контексте, основная задача социальной журналистики состоит в освещении социальной реальности с точки зрения рядовых граждан, всех социальных групп общества с целью развития социальной, гражданской культуры, и в освещении менеджмента социальной сферы с целью мониторинга и анализа законодательных инициатив, административных решений и механизмов реализации социальной политики.

В процессе реализации этой задачи социальная журналистика взаимодействует со всеми субъектами социальной практики: с правительственным сектором, гражданским обществом и с рядовыми гражданами. Приоритетным же направлением в социальной журналистике является освещение жизни и деятельности рядовых граждан, так как именно они являются и объектом, и субъектом социальных процессов. Исследуя роль и место рядовых граждан в социальной практике, освещая их достижения, анализируя их проблемы и предлагая различные способы для преодоления этих проблем, СМИ способствуют интеграции социального индивидуума в общество. Социальная журналистика предоставляет гражданам достаточно информации для того, чтобы они могли формировать своё мнения и отношение 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]. В этом процессе возникают определенные формы взаимоотношений СМИ и социальных индивидуумов, характерные только для освещения реальности с точки зрения и сквозь призму социальных интересов рядовых граждан.

Освещение социальной реальности с точки зрения рядовых граждан меняет определенным образом статус и суть журналистики. Из простого механизма и нейтрального элемента освещения реальности СМИ превращаются в активно вовлеченного в общественную жизнь участника, который стремится способствовать диалогу между рядовыми гражданами и властью, предлагая конкретные способы решения существующих проблем. Это 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 реальности согласно этой модели позволяет СМИ формировать социально активных людей и способствовать их интеграции и социализации.

Социальная журналистика, освещая социальную реальность с точки зрения рядовых граждан, меняет сознание людей, помогает подниматься выше собственных интересов, думать и действовать интегративно. В этом плане социальная журналистика является процессом, с помощью которого люди учатся думать сквозь призму интересов общества и действовать во благо большинства, посредством которого осуществляется кондиционирование развития социальных навыков, а также привитие и усвоение социальных ценностей. Осуществляя контакт между человеком и реальностью, социальная журналистика обеспечивает воспроизводство 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 с общими социальными нуждами 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, способствуют снижению напряженности, внутренних противоречий и помогают гражданам и различным социальным группам интегрироваться в общество, тем самым поддерживая стабильность социальной сферы в частности и общества в целом.

Для эффективной реализации данной задачи, журналисты должны относиться к своей аудитории не как к конечному пассивному потребителю медиапродукции, 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].

Социальная журналистика выполняет данную задачу посредством мониторинга механизмов координации социальных процессов, освещения стратегий для разрешения разных проблем, анализа и

оценки системы управления социальной сферой. В этом контексте большое значение имеет аналитический потенциал СМИ. Ведь именно благодаря аналитическому подходу к процессу освещения социальной реальности в информационный поток поступают журналистские материалы, анализирующие не только инициативы и законы, разработанные правительственным сектором относительно определенных социальных благ, но и способы и методы их реализации. Расследование способов и методов реализации социальной политики обеспечивает транспарентность действий чиновников, создавая условия для того, чтобы рядовые граждане смогли высказать свое мнение по поводу этих решений и действий.

Данная задача социальной журналистики может быть разрешена и путем инициирования публичных дебатов. Ведь, как правило, именно в процессе публичных дебатов 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 необходимые 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 социальной политике общественный характер, а механизм реализации данной политики – прозрачность, создавая таким образом связь между правящим звеном и населением. Транспарентность социальной политики является одним из факторов демократизации общества. От имени рядовых граждан, социальная журналистика осуществляет социальный контроль, который проявляется посредством мониторинга и анализа законодательства, а также путем оценки деятельности административных структур и профильных организаций. В свете этой цели, к полномочиям масс-медиа относится и 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 к сокращению роли и участия государства в реализации социальной политики и к повышению роли и участия гражданского общества и социального индивидуума в этом процессе. В настоящее время государство не является больше единственным гарантом в управлении и решении социальных проблем. Государство может обеспечить эффективность социальных процессов, только объединив свои усилия с гражданским обществом. Отражение влияния социальных, политических и экономических реформ на институты гражданского общества и наоборот становится, таким образом, одной из главных тем социальной журналистики.

В настоящее время составной частью современной социальной реальности любого общества являются взаимоотношения между официальными учреждениями правительственного сектора (ПС), неправительственными объединениями (НПО) и масс-медиа (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, организуемые ими с целью решения социальных проблем, и т.д. Данные институты в сотрудничестве с медиаучреждениями разрабатывают и реализуют также 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 средств массовой информации с ПС и НПО, в том числе: социальные медиапроекты, теле- и радиомарафоны, социальные медиакампании, конкурсы, семинары, мастер-классы, опросы общественного мнения, которые, по словам румынского исследователя Д.Попа, «являются отражением демократии в каждом государстве» [6, с.306]. Эффективное сотрудничество между СМИ и ключевыми действующими лицами социальной действительности (государственными учреждениями, отдельными гражданами и неправительственными объединениями) имеет решающее значение для успешного достижения намеченных целей и продвижения качественной социальной журналистики. Иницируя новые социальные проекты по развитию сообществ, по продвижению новых социальных ценностей или содействуя реализации прежних, масс-медиа наряду с этими обществами предстают в качестве субъекта социальных процессов. По мнению В.Вылку, «прибли-

жение к гражданину происходит путем инициирования и поддержки проектов, представляющих общественный интерес» [7, с.42]. Участие журналистов в различных социальных мероприятиях способствует росту доверия аудитории к СМИ, а также повышению влияния СМИ на аудиторию и эффективность их работы в целом.

Формы взаимоотношений масс-медиа с гражданским обществом определяются потребностями существования: неправительственный сектор нуждается в масс-медиа для достижения своих целей и в отношении рядовых граждан, и в отношении правительственного сектора, а именно: побудить их и убедить действовать на благо общества, а масс-медиа нуждаются в неправительственном секторе как в ценном источнике информации. Используя информацию, поступающую от неправительственного сектора, СМИ диверсифицируют свою проблематику и тематический диапазон. Данная информация помогает также СМИ инициировать дебаты по острым социальным вопросам, касающимся отдельных социальных категорий или общества в целом. Формы взаимоотношений масс-медиа и гражданского общества отличаются от форм взаимоотношений с другими субъектами социальной сферы, в первую очередь – с представителями власти, ибо неправительственные медиаорганизации являются не только предметом освещения масс-медиа, 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 нештатными корреспондентами СМИ. И хотя большинство заметок и статей, освещающих социальную реальность, подготовлены профессиональными журналистами, в масс-медиа нередко появляются материалы о деятельности НПО, написанные их членами или рядовыми гражданами. Привлечение представителей неправительственных организаций в процесс медиаосвещения социальной практики способствует раскрытию социальных явлений и проблем, прогнозированию возможных последствий их действий 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 медиапродукции.

Выводы. Осуществляя контакт между человеком и реальностью, социальная журналистика обеспечивает воспроизводство социальной практики, а через нее – и стабильность общества как системы. В процессе реализации этой задачи социальная журналистика взаимодействует со всеми субъектами социальной практики, по отношению к которым применяет разные подходы, порождающие разные формы взаимоотношений. Основными формами взаимоотношений являются: СМИ и правительственный сектор, СМИ и неправительственный сектор (гражданское общество), СМИ и рядовые граждане.

Практическое значение результатов исследования заключается в возможности использования данных форм взаимоотношений в процессе освещения социальной реальности, для более эффективного поиска и подачи способов разрешения острых социальных проблем.

Литература:

1. THOMPSON, J.B. *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*. Prahova: ANTET XX PRESS, 1998. 280 p.
2. *Europenizarea: fațetele procesului*. / Coord. Moraru V. Chișinău: Sirius, 2013. 336 p.
3. MALAMUD, P. Civic Journalism An Antidote to Apathy? In: *Issues of Democracy. Electronic Journals of the U. S. Information Agency*, 1996, №8, том.1, July, с.28-29. Disponibil. <http://guangzhou.usembassy-china.org.cn/uploads/images/mbnXw4F4ym1vr26osf-v7w/ijde0796.pdf> [Accesat: 25.10.2016].
4. STEPANOV, G. *Introducere în studiul jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2010. 198 p.
5. ДЗЯЛОШИНСКИЙ, И. Пресса третьего сектора или социальная журналистика? В: *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) [Accesat: 25.10.2016].
6. POPA, D. Considerații privind sondajele sociologice în campaniile electorale din România post-decembristă. În: *Convergențe spirituale Iași – Chișinău*, 2015, nr.8-9, p.305-309.
7. VÂLCU, V. *Jurnalismul social*. Iași: Polirom, 2007. 286 p.

Prezentat la 17.09.2017