

Секция «Журналистика»

Развитие социальной журналистики на примере программы окружной телерадиокомпании «Югра» «Выход есть»

Конюченко Алиса Вадимовна

Студент

Югорский государственный университет, Гуманитарный институт,

Ханты-Мансийск, Россия

E-mail: alisa.kav@ya.ru

Еще несколько десятилетий назад гражданин СССР мог обратиться в орган печати, чтобы найти помощь в решении возникающих проблем.

С распадом СССР, с изменением общественно-экономического строя СМИ не могли не войти в рынок, были вынуждены перестраиваться и формировать принципы работы согласно законам рыночной экономики. С момента вхождения медиа сферы в рынок поменялись приоритеты.

Во время ломки общественно-политического строя в России в 90-х произошел ряд изменений, что негативно сказалось на социальной защите населения. В этот период понятие «социального» носило ущербный характер – это невыплаченные зарплаты, пенсии, безработица и т.п.

Со временем это понятие деформировалось. На сегодняшний день «социальный» – это прилагательное, означающие жизнь и взаимоотношения в обществе.

Сегодня массмедиа создают контент, который отвечает в большей степени рекламе, нежели акцентирует внимание на социальных проблемах. В этой связи журналисты федеральных и региональных СМИ чаще стали обращаться к темам, носящим скандальный характер, стали искать сенсацию, чтобы привлечь к себе читателя, зрителя, слушателя, чтобы обеспечить тираж, рейтинг и экономическое благополучие. В то же время, материалы, носящие острый социальный характер, способные решить проблемы конкретного человека уходят на второй план. Прослеживается тенденция делать «шоу» из назревших в обществе проблем.

Цель нашего исследования проследить развитие социально значимого проекта в региональных условиях на примере программы «Выход есть» ОТРК «Югра».

Для этого необходимо решить следующие задачи:

- Определить этапы и особенности развития социальной журналистики.
- Исследовать положение социальной журналистики сегодня.
- Проанализировать эффективность работы программы «Выход есть», сравнить с подобными федеральными программами.

Актуальность исследования заключается в том, что мы попытаемся проанализировать развитие социальной журналистики, и выяснить, насколько это направление востребовано на сегодняшний день.

Теоретики достаточно внимания уделяют осмыслению процессов, связанных с социальной журналистикой, однако, они расходятся в определении основной типологии данного сегмента. Существует несколько подходов к определению феномена социальной журналистики.

Исходя из первого, социальные массмедиа затрагивают проблемы и болезни общества, благосостояние людей, соблюдение прав человека, качественное медицинское обслуживание и т.д.

Согласно второму подходу, социальная журналистика – это своеобразный атрибут социальной политики, которую осуществляет правительство.

Таким образом, социальной журналистикой можно назвать все, кроме курсов акций, различных рейтингов, спортивных соревнований и т.д.

«Любые средства массовой информации социальны, если они помогают человеку осуществлять выбор своего жизненного проекта»[3].

Есть предположение, что социальная журналистика еще молода, однако, имеются доказательства существования пражурналистики несколько столетий назад. «В самом деле, история отечественной культуры дает блестящие образцы социологической, по существу, публицистики – вспомним исследовательские очерки Г.И. Успенского, А.Н. Энгельгардта, А.П. Чехова и др.»[2].

Сегодня наблюдается новая тенденция в сфере социальной журналистики. Крупные федеральные каналы создают материалы, связанные с конкретными проблемами людей, привлекая к их решению выдающихся общественных, государственных, культурных деятелей. Ярким примером является программа «Первого канала» «Пусть говорят» с Андреем Малаховым: среди прочих тематик, постоянно отслеживаются социальные проблемы конкретного человека. Зачастую данные проекты носят по-прежнему скандальный характер. В то же время, функционируют социальные программы на региональном телевидении.

«Сегодня очевидно, огромное влияние на общество, безусловно, оказало телевидение региональное. Хотя бы потому, что в провинции сформировался многочисленный, по преимуществу молодой слой телевизионных работников, превращением которого в сообщество не занимались ни государственные структуры, ни «олигархи»[1].

Программа «Выход есть» - это телевизионная общественная приёмная, куда могут обратиться граждане со своими вопросами. Новаторство телевизионного проекта заключается в том, что журналисты программы вместе со специалистами из разных социальных сфер сопровождают героев, и помогают искать выход из разных ситуаций.

Финансируется «Выход есть» за счет средств государственного бюджета. Это говорит о том, что СМИ сегодня не могут работать в формате социальной журналистики без поддержки государства. Автор проекта «Выход есть» - Оксана Вожатова, начальник отдела семейно-социальных проектов ОТРК «Югра». Герой может обратиться в общественную приемную, позвонив в редакцию или написав письмо на сайт редакции. Нередко организуются выездные общественные приемные в городах ХМАО-Югры.

В штате сотрудников программы «Выход есть» присутствуют эксперты из разных сфер, будь то психологи, юристы, экономисты. Ведущие программы Денис Крылов и Оксана Вожатова вместе с корреспондентами составляют конкретный план действий для конкретного обратившегося человека. Проект работает по тематическому принципу, в одной программе участвуют несколько героев, которых волнует схожая проблема. Программа освещает темы здоровья, отдыха, коммунальных проблем, изъянов общества, прав человека и др. На телеканале «Югра» «Выход есть» существует второй год, однако, за этот маленький срок журналисты успели помочь многим жителям Югры найти выход из трудной жизненной ситуации.

Литература

1. Алексеева М.И. Средства массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов.-М.: Аспект Пресс, 2008.-380с.
2. Корконосенко С.Г.Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004.
3. Макашина, Г. «Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности» [Электронный ресурс] // <http://www.infohome-altai.ru/node/436>
4. Темичева Л. «Новая социальная карта России .Общая характеристика соц. журналистики в России» [Электронный ресурс] // <http://www.infohome-altai.ru/node/436>
5. Академик: <http://dic.academic.ru/>
6. Югра-ТВ.ru: <http://www.ugra-tv.ru/programs/vykhod-est/>

Слова благодарности

Автор выражает признательность А.И. Вовненко за помощь в подготовке тезисов.