

УДК 070.11

## СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И СОЦИАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

© 2012 В.В. Тулупов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 января 2012 г.

**Аннотация:** В работе предпринята попытка уточнить понятие «социальная журналистика» и выделить проблемы, поднимаемые ею, в том числе и в сфере спорта.

**Ключевые слова:** социальная журналистика, социальная проблема, качественная журналистика, спорт.

**Abstract:** This work attempts to clarify the concept of “social journalism” and highlight the issues raised by it, including in the field of sports.

**Key words:** social journalism, social issues, quality journalism and sports.

Проблематика массовой социальной коммуникации (МСК)<sup>1</sup> очевидно связана с изменениями социальной структуры России последнего двадцатилетия. Исследователи называют, например, такие проблемы: «1) возникновение новых, «других» социальных страт и групп; 2) поляризация населения; 3) зарождение «новых бедных» и «новых богатых»; 4) ослабление института семьи («гостевые браки», «муж на выходной», «пробный брак» и пр.); 5) появление новых форм гендерной дискриминации; 6) распространение молодежной преступности; 7) увеличение социального сиротства; 8) проблемы инвалидности и старости; 9) положение социально уязвленных групп (и «подследственные» люди, отбывающие срок в местах заключения)» [5, 159].

Другая группа проблем связана с деформацией социального порядка: 1) дезорганизация социальной структуры; 2) теневилизация социальной сферы; 3) образование ценностного вакуума; 4) демографический кризис; 5) криминализация жизни; 6) обострение национальных отношений (миграционные процессы); 7) разрастание национал-экстремистских организаций (этнических фобий, расовой вражды); 8) национализм и ксенофобия (этноцентризм, этнический эгоизм, неприязнь к «чужим») [5, 159].

Можно и конкретизировать данный список: насилие в семье; алкоголизм и курение; аборт; профилактика чрезвычайных ситуаций; гражданские права и обязанности (налоги); профилактика личной безопасности граждан.

Если рассматривать, например, сферу спорта, то часть проблем вытекает из тех, что перечислены

<sup>1</sup> См. о понятии МСК статью автора «Массовая социальная коммуникация и журналистика» в «Вестнике ВГУ. Филология. Журналистика». – Воронеж, 2010. – № 2. – С. 198–203.

© В.В. Тулупов, 2012

выше, а часть – связана с самой деятельностью, спецификой которой является соперничество как отдельных физических лиц, так и команд, стран, континентов. Рост молодежной преступности отражается на росте инцидентов в фанатской среде; характер этих инцидентов нередко связан с ростом расовой вражды, этнических фобий и др.; теневилизация экономики оказывает прямое воздействие и на спортивный менеджмент (нечестные продажи-покупки спортсменов, договорные матчи и др.). Как правило, в каждом из перечисленных случаев требуется воля и помощь государства, хотя не менее важным являются и межличностные отношения граждан.

Названные проблемы призвана решать и социальная журналистика (СЖ)<sup>2</sup>. Но не является ли само словосочетание «социальная журналистика» плеоназмом, тавтологией или, наконец, метафорой? Правомерно ли вводить в научный оборот этот термин: ведь журналистика, по определению, – деятельность социальная?..

Действительно, общепризнанно: журналистика – это особый социальный институт, массовая информационная деятельность с набором специфических функций и принципов, осуществляемая в интересах общества. Но как выделяется социальная сфера жизни общества, «собственно социальное бытие»<sup>3</sup>, так, по нашему мнению,

<sup>2</sup> Варианты наименований: партиципальная, общественная, гражданская журналистика, социожурналистика, новая журналистика.

<sup>3</sup> Сфера жизни общества – это особый вид его жизнедеятельности (процесса общества), в котором реализуется та или иная функция общества. Например, в производственной сфере реализуется производственная функция общества, в политической сфере – политическая функция и т.п. Социальная сфера – это процесс функционирования и развития общества, в котором реализуется его социальная функция, собственно социальное бытие, т.е. целостное воспроизводство и обогащение общества и человека как субъектов жизненного

можно выделить и социальную журналистику с особым объектом исследования.

Выявим характерные черты социальной журналистики, опираясь на мнения известных практиков – в частности, на беседу А. Лошака и С. Рейтер [3].

Андрей Лошак: «...Я для себя журналистику делю на два вида: сервильная и журналистика. Есть сервильная журналистика, которая обслуживает чьи-либо интересы. Это очень широкий спектр: то есть, это может быть, условно говоря, журнал про еду, автомобили, моду – это журналы, обслуживающие интересы потребительские. Журналистика же – это когда у журналиста мотивация, что он, скажем, активный член общества, он вовлечен в эту жизнь, он хочет что-то сделать и изменить, и не может не писать. Вот это журналистика и есть, как она должна быть, и она, наверное, социальная потому, что этот человек, журналист, откликается на проблему общества. Вот, собственно, поэтому и я этим занимаюсь. Это какое-то равнодушие. Мне кажется, что одно из важнейших журналистских качеств, качеств социального журналиста – это быть равнодушным, быть открытым, ну и, наверное (немного пафосно), быть принципиальным».

Сгруппируем выделенные журналистом черты: журналистика – *проблемная*<sup>4</sup>, *действенная деятельность*; журналист – *равнодушный, социально активный, принципиальный профессионал*.

Светлана Рейтер: «Мне кажется, что человек, который пишет социальные репортажи, например, или берет интервью у людей, у которых проблемы, скажем так, социального спектра – он должен быть максимально анонимным и безличным. Мне кажется, что всегда надо помнить о том, что ты пишешь о героях, не выпячиваешь себя <...>. Мы еще не дошли до того времени, извините, когда мы можем не выпячивать себя. Это может быть мое ошибочное мнение, но мне кажется, что это главное. Столько проблем, столько людей страдает, и тебя вообще не должно быть ни в одном слове».

Последнее высказывание относится, скорее, к принципу изображения, к творческому методу, а также в какой-то степени – к стилю. Это – сочетание принципа *объективности*<sup>5</sup> и того, что

процесса – <http://lib.vvsu.ru/books/Bakalavr01/page0208.asp> (дата обращения 3.01.2012 г.).

4 Ср.: «Предметом журналистского интереса выступает проблема, которая волнует общество, точнее проблема, которая затрагивает жизненные интересы значительного количества людей». – Шайхитдинова С.К. Указ. соч. – С. 157. Казанские ученые связывают понятия «социальная журналистика» и «социальная проблема» не только как «результат интерпретации текущих фактов, но и отражение реально существующих противоречий действительности». – Там же. – С. 158.

5 «А.Л.: Собственно, авторская журналистика отличается тем, что у тебя есть возможность как-то субъективизировать

в литературоведении называют «отстранением»<sup>6</sup>.

Среди других характеристик социальной журналистики: *нацеленность на выявление асоциальных явлений, этичность и доходчивость изложения*.

«А.Л. ...Я на самом деле считаю, реально самый крутой социальный журналист сейчас – это Навальный. Потому что то, что он делает, вот этим должны заниматься журналисты: на телевидении, в прессе. В прессе они занимаются этим все равно в большей степени, естественно. Но на телевидении никто, к сожалению. Навальный действительно делает очень большое дело, как бы вы к нему не относились. Он реально дает постоянно щелбаны этой власти, тычет ее лицом во все ее делишки. Но, к сожалению, это не решает проблемы социальной журналистики <...>».

Теория малых дел – это сейчас такая хипстерская история (они просто часто любят употреблять это выражение), но в ней есть правда, потому что на глобальном уровне уже непонятно, что делать, и, наверно, просто заниматься такими вещами или, действительно, о чем я уже говорил (я просто не могу назвать каких-то конкретных тем, тем, кто действительно будет журналистом, каких-то советов дать, как это делать), но я считаю, что нужны какие-то новые пути борьбы с этой ситуацией» [3].

Журналисты-практики указали на объективнее и субъективные барьеры, которые сегодня возникают перед важнейшим направлением в журналистике. В частности, в их беседе было отмечено состояние *эмоционального оупления*, которое нарастает в обществе: «...Телевидение начало, как мне кажется, сознательно, совершенно сознательно, политику такого оглушения населения, сознательного понижения планки, и оно, собственно, воспитало эту публику, и публика сама теперь очень плохо воспринимает социальную журналистику на телевидении. Публика вообще, телевизионная публика отвыкла от серьезного разговора, им все время нужно «гы-гы», извините. И в этом тоже проблема» [3].

К сожалению, сегодня действует цензура рейтинга, из-за которого серьезные передачи не ставятся в прайм-тайм – а нет предложения, не будет и аудиторного спроса... Аудитория отучается от

информацию, но это нельзя делать ни в коей мере... Этому, наверное, к сожалению, невозможно научить – это какое-то чувство меры. Ты должен подавать события так, чтобы человек, не дай бог не понял (зритель), что его сейчас начинают грузить идеологией какой-то. То есть это должно быть все равно объективно поданное мировоззрение» – Рейтер С., Лошак А. Указ. соч.

6 Термин В.Б. Шкловского, который так определяет «приём отстранения»: «...Не приближение значения к нашему пониманию, а создание особого восприятия предмета, создание „видения“ его, а не „узнавания“». При отстранении вещь не называется своим именем, а описывается как в первый раз виденная. – <http://ru.wikipedia.org/wiki/Отстранение> (дата обращения 3.01.2012 г.).

созрамышления, и как следствие — от сочувствия.

Еще один момент связан с действенностью, которая еще проявляется, когда речь идет о мелких темах и региональных проблемах — здесь еще можно добиться каких-то эффективных результатов. В случаях с глобальными темами, с общегосударственным масштабом — результаты минимальны.

Наконец, еще один аспект проблемы связан с самими журналистами, которые предпочитают сервильную журналистику журналистике социальной, гражданской. Моральный выбор делает каждый субъект деятельности самостоятельно, и с учетом того, что журналистика является системой саморазвивающейся, можно сказать, что совестливые журналисты всегда были и всегда будут (среди спортивных журналистов мы прежде всего назвали бы В. Мозгового из «Новой газеты»). Но тенденция (тренд) на вымывание социальной журналистики, журналистики, реально формирующей общественное мнение, тревожит.

Известный публицист Альберт Плутник, размышляя о качественной журналистике, пишет следующее:

«...Качественная журналистика, как я ее понимаю, — это то, что создается высоким профессионализмом и безусловной приверженностью безупречным нравственным принципам.

Если считать продукцию средств массовой информации пищей духовной, а очевидно, таковой она и должна быть, то качественной мы обязаны называть ту, которая не отравляет сознание масс, как отравляет организм человека неумело или небрежно приготовленная еда. Но, напротив, приносит пользу и уму, и сердцу, придает человеку сил, обостряет его духовную зоркость, обращает его взор к тем проблемам общественной жизни, которые определяют сегодня наиболее важные для прогрессивного развития общества явления.

Качественная журналистика никогда не подыгрывает ни верхам, ни низам.

Качественная журналистика нередко оказывается у истоков тех событий, которые отбрасывают свет или тень на многие годы вперед. Качественная журналистика, о которой я говорю, не цитировала вождей, не брала напрокат, не заимствовала их идеи. Напротив, политики и те, кого мы сегодня называем политтехнологами, чаще, разумеется, без всяких ссылок на первоисточники, цитировали ее.

Она, качественная журналистика, давала власти те направления мысли, которые затем не просто повторяли высшие руководители, но которые

становились программными для политических и общественных движений, тем самым возвышая журналистику в глазах общества.

Журналистика высшего качества — это журналистика открытия, нового слова, нового взгляда.

Это — когда обществу на многое открывают глаза, добровольно или невольно закрытые.

Это — когда рассказывают о чем-то, далеко не всеми осознанном так, что многое вдруг становится на свои места, освещается светом многозначности и многослойности.

Это — когда просвещают и очень образованных людей.

Это — сплав нового слова и новой мысли, сформулированной общепонятными словами» [2].

Таким образом, А. Плутник считает, что качественная журналистика — это *высоко профессиональная и этически безупречная, творческая новаторская коммуникационная деятельность* [4], что, на наш взгляд, не противоречит определению социальной журналистики.

Исследователь Г. Макашина [1] считает, что существует несколько подходов к определению феномена социальной журналистики. Одни выделяют ее, поскольку видят наличие отдельного предмета деятельности, а именно — социальные проблемы и болезни общества; другие связывают существование данного направления в журналистике с необходимостью «специального атрибута социальной политики, которую осуществляет государство, исходя из официально признанной идеологии и морали общества». Думается, оба подхода правомерны, хотя наш подход ближе к первому варианту.

#### **ЛИТЕРАТУРА:**

1. Макашина Г. Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности / Г. Макашина // Методические рекомендации по преподаванию спецкурса «Социальная журналистика». — URL: <http://www.infohome-altai.ru/node/436> (дата обращения: 03.01.2012 г.).
2. Плутник А. Служители культа безличностей / А. // Журналистика и медиарынок. — URL: [http://jourmedia.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=104:2010-01-02-16-36-25&catid=34:diskuss&Itemid=34](http://jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=104:2010-01-02-16-36-25&catid=34:diskuss&Itemid=34) (дата обращения: 04.01.2012 г.).
3. Рейтер С. Беседа о социальной журналистике / С. Рейтер, А. Лошак. — URL: <http://russ.ru/pole/Beseda-o-social-noj-zhurnalistike> (дата обращения: 03.01.2012).
4. Тулупов В. Разгадывая кроссворды / В.В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — Воронеж, 2011. — № 7-8. — С. 3.
5. Шайхитдинова С.К. Социальная журналистика / С.К. Шайхитдинова, П.В. Баутина // Региональные СМИ : проблематика, тенденции развития. — Казань : Казан. ун-т, 2011. — С. 159.

*Тулупов В.В.*

*Аспирант Воронежского государственного университета, факультета журналистики ВГУ.*

*E-mail: bazik-ru@rambler.ru*

*Tulupov V. V.*

*The aspirant of journalism Chair  
Voronezh State University.*