

Санкт-Петербургский государственный университет

На правах рукописи

Зайцева Анастасия Андреевна

**Тележурналистика и социальная политика в регионе:
направления и формы взаимодействия**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Санкт-Петербург
2011

Работа выполнена на кафедре теории журналистики факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета

| | |
|------------------------------|--|
| Научный консультант | доктор политических наук, профессор <i>Корконосенко Сергей Григорьевич</i> |
| Официальные оппоненты | доктор филологических наук, доцент <i>Бережная Марина Александровна</i> (Санкт-Петербургский государственный университет) кандидат политических наук <i>Иванян Рузанна Гургеновна</i> (Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики) |
| Ведущая организация | Поморский государственный университет им. М. В. Ломоносова |

Защита состоится «__19__» _____мая___ 2011 года в __16__ часов на заседании совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, д. 26, факультет журналистики СПбГУ, ауд. 303.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета.

Автореферат разослан «_____» _____ 2011 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

Актуальность темы исследования

Изменчивость – характерная черта последних десятилетий. Современная общеэкономическая ситуация заставляет по-новому взглянуть на сложившиеся отношения, принципы взаимодействия, существующие приоритеты и во внутренней, и во внешней политике любого государства. Кризисные мировые явления вновь выдвинули на первый план такие вопросы, как занятость, безопасность, социальные гарантии в самом широком смысле. И в этой связи стал расти интерес к социальной политике государства, к тому, как защищаются интересы граждан в условиях снижения темпов производства, как обеспечивается стабильность в обществе и соблюдаются основные конституционные права населения в социальной сфере.

Социальная политика – одна из важнейших составляющих жизни любой страны, потому что она затрагивает, так или иначе, каждого человека. Реформы, происходящие в последнее время в России, становятся объектом пристального внимания как со стороны практиков, так и со стороны исследователей. В результате этих преобразований предполагается вывести социальную политику государства на качественно иной уровень, и эти перемены затрагивают все сферы жизни – от политики и экономики до культуры и спорта. В обществе деятельность государства в сфере социального находит отражение в социально-психологическом феномене социального настроения. Оно отражает скрытое или явное отношение людей к условиям их жизни, ожидания, эмоции. При этом, в аспекте изучаемой темы, социальное настроение испытывает двунаправленное воздействие: как со стороны социальной реальности, так и со стороны журналистики, которая эту реальность отражает.

Журналистика не может не обращаться к темам, связанным с социальной практикой. Исторически и генетически социальность и злободневность являются сущностными качествами журналистики. По мере развития профессии и научного знания о ней выделилась особая ветвь – социальная журналистика, непосредственным предметом интереса которой служит сфера

отношений граждан, населения с рядом социально-политических институтов. Сегодня к этой специализации можно отнести значительную часть материалов, появляющихся на страницах газет, в телерадиоэфире. Социальная журналистика многопланова: она охватывает как темы непосредственно социальной политики, так и социальные аспекты экономики, культуры, внешней политики, спорта и других сфер.

Анализ взаимодействия политики, журналистики и социального настроения позволяет определить ключевые моменты их существования в условиях взаимосвязанности и взаимовлияния. Это особенно актуально в связи с отмечаемым ростом дисфункциональности СМИ по отношению к обществу и государственным институтам. На основе анализа могут быть определены направления оптимизации работы средств массовой информации в сфере социальной политики и пути развития профессионализма журналистов. Сказанное в полной мере относится к телевизионной журналистике, непосредственно включенной в объект нашего исследования.

Цель исследования – выявить научные основания, формы и методы оптимального взаимодействия социальной политики и тележурналистики.

Достижение цели предполагает решение следующих *задач*:

- теоретическое обоснование взаимосвязи и взаимовлияния журналистики, социальной политики и социального настроения;
- выявление принципиальных подходов к анализу работы СМИ в сфере социальной политики;
- определение критериев адекватного отражения социальной политики и социального настроения в СМИ;
- выявление медиастратегии петербургских редакций теленовостей в работе с социальной информацией и формировании медиаобраза социальной реальности;
- определение факторов влияния телевизионных СМИ на социальное настроение общества;

– изучение методов оптимизации реакции СМИ на социальное настроение общества.

Объектом исследования является телевизионная журналистика в контексте социально-политической жизни Санкт-Петербурга.

Предмет исследования – взаимодействие тележурналистики, граждан и социальной политики государства на региональном уровне.

Степень научной разработанности темы

В ходе диссертационного исследования был использован широкий круг источников. Изучение социальной журналистики и ее функционирования требует привлечения материалов и методик из разных социальных дисциплин, включая политологию, теорию журналистики, социологию, социальную психологию и другие.

Анализ социальной политики, ее специфики, функционирования, моделей, системы взаимодействия социальных институтов широко представлен в трудах В.И. Буренко, В.М. Бурцева, Н.А. Волгина, Н.С. Григорьевой, В.В. Журавлёва, М.О. Мухудадаева, Ф.И. Шаркова, Д.А. Ялова¹ и таких зарубежных авторов, как Т. Маршалл, Т. Парсонс, К. Поппер, Ю. Хабермас² и др. Данные работы позволили определить основные тенденции рассмотрения взаимодействия внутри социально-политической системы. Большинство исследователей отмечают высокую значимость журналистики для развития и функционирования политики. Вместе с тем, их выводы и наблюдения касаются, в большей степени, общих законов и принципов

¹ Политология / Под ред. В.И. Буренко, В.В. Журавлёва. М., 2005; Бурцев В.М. Государственная молодежная политика как фактор становления гражданского общества: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2007; Социальная политика: Учебник / Под общ. ред. Н.А. Волгина. М., 2003; Григорьева Н.С. «Активное гражданство»: стратегия и механизм современной социальной политики: http://www.socpolitika.ru/rus/social_policy_research/applied_research/document5591.shtml; Мухудадаев М.О. Социальная политика и образование // Коммуникация и образование: Сб. ст. / Под ред. С.И. Дудника. СПб., 2004; Мухудадаев М.О. Образование: введение в дискурс социальной политики. СПб., 2005; Шарков Ф.И. Основы региональной социальной политики. М., 2000; Ялов Д.А. Эффективность социальной политики в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2007.

² Marschall Т.Н. Citizenship and Social Class. London, 1981; Habermas J. Theorie der Kommunikativen Handelns. Frankfurt a. M., 1985; Хабермас Ю. Современная западная теоретическая социология: реферативный сборник. Вып. 1. М., 1992; Поппер К. Открытое общество и его враги. Киев, 2005; Парсонс Т. О социальных системах. М., 2002.

сосуществования этих двух институтов, в то время как взаимодействие социальной журналистики и социальной политики требует уточнений в связи со спецификой этих отношений.

О научных основах функционирования журналистики в связи с политикой и, в частности, социальной политикой писали как политологи, так и исследователи средств массовой информации. Политическому функционированию журналистики, истории и теории прессы посвящены работы таких авторов, как А.И. Акопов, Г.П. Бакулев, А.Ф. Бережной, Л. Войтасик, В.М. Горохов, Г.В. Жирков, П.Н. Киричѐк, С.Г. Корконосенко, Г.С. Мельник, В.Ф. Олешко, В.Д. Попов, Е.И. Пронин, Е.П. Прохоров, В.А. Сидоров, В.М. Теплюк, В.В. Ученова и других.³ Эти исследования стали основой теоретического осмысления функционирования журналистики как социального института и позволили сформулировать ключевые моменты эффективного взаимодействия журналистики с другими общественными институтами.

Отдельного внимания заслуживают работы, посвященные непосредственно социальной журналистике, критериям работы и основным проблемам в этой сфере. Это исследования как отечественных авторов (М.А. Бережная, Р.Г. Иванян, Т.И. Фролова⁴), так и зарубежных (Ч.Л. Боск, К.

³ Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика: (Публ. разных лет). Ростов н/Дону, 2002; Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. 2-е изд. М., 2010; Бережной А.Ф. Ленинская журналистика: некоторые вопросы теории и факты истории: Статьи. Л., 1989; Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981; Горохов В.М. Публицистика: теория и практика: Теоретич. курс в авториз. излож. М., 1995; Жирков Г.В. и др. Журналист и информация: Учеб. пособие. СПб., 1994; Киричѐк П.Н. Информационная культура общества. М., 2009; Журналистика в мире политики / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2004; Социология журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. М., 2004; Социальное функционирование журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 1994; Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2009; Мельник Г.С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: Дис. ... докт. полит. наук. СПб., 1998; Олешко В.Ф. Социожурналистика: прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. Екатеринбург, 1996; Попов В.Д. Социальная информатология и журналистика. М., 2007; Прохоров Е.П. Свобода СМИ и журналистской деятельности на демократических принципах. М., 2001; Социология журналистики: Теория, методология, практика / Под ред. Е.П. Прохорова. М., 1981; Сидоров В.А. Политическая культура журналиста. СПб., 2010; Журналистика: проблемы эффективности : Сб. науч. тр. / Отв. ред. В.М. Теплюк. Владивосток, 1988; Ученова В.В. У истоков публицистики. М., 1989.

⁴ Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб., 2009; Она же. Социальная тележурналистика. СПб., 2005; Иванян Р.Г. Журналист социальной сферы:

Кинник, Д. Кругман, Г. Камерон, С. Хилгартнер, М. Фишман⁵). В данных работах рассматривается накопленный опыт работы отечественных и зарубежных журналистов с социальной проблематикой. При этом эмпирической основой зачастую является освещение наиболее очевидных социальных аномалий (таких как преступность, беспризорность, наркомания). В связи с этим возникла необходимость рассмотреть воплощение социальной проблематики в СМИ на основе повседневной работы корреспондентов, в том числе и с менее драматичными темами.

Также в работе над диссертационным исследованием были использованы материалы, посвященные общим принципам работы журналистов в целом и выпуску теленовостей в частности (С.Ю. Агапитова, Ю.С. Белозерова, Т.В. Васильева, Н.В. Зверева, Г.В. Лазутина, Ю.В. Мочалова, В.Г. Осинский, Г.Н. Петров, Е.Е. Пронина, А.Н. Фортунатов, Э. Денис, Дж. Мэрилл и другие⁶). Эти исследования во многом подкрепили наблюдения автора диссертации, накопленные им за время работы в качестве корреспондента и редактора службы новостей телекомпании «Пятый канал», а также позволили проследить трансформацию журналистского мастерства во временной перспективе.

Кроме того, в работе рассматриваются исследования отечественных и зарубежных социологов, посвященные становлению и развитию городской

личностные и профессиональные характеристики // Журналистика и социология'2004. СПб., 2005; Фролова Т.И. Социальные приоритеты в коммуникативных стратегиях российских СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 1.

⁵ Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия / Пер. с англ.; сост. И.Г. Ясавеев. Казань, 2000.

⁶ Агапитова С.Ю. Информационное вещание на ТВ. СПб., 2003; Белозерова Ю.С., Пронина Е.Е. Национальные интересы и работа СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. 2005. № 5; Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Курс радиотелевизионной журналистики. СПб., 2004; Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М., 2004; Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004; Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2 т. / Под ред. А.И. Донцова, Я.Н. Засурского. М., 2002; Фортунатов А.Н. Проблемы истории телевидения: философский и культурологический подход. Курс лекций. Нижний Новгород, 2007/http://www.textfighter.org/text12/90.php#%D0%B7_00; Денис Э., Мэрилл Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997.

среды, анализу таких понятий, как качество жизни, социальное настроение (Б.Ф. Поршневу, Ж.Т. Тощенко, С.В. Харченко⁷).

Анализ диссертационных исследований на тему социальной политики и политического функционирования журналистики, увидевших свет в последние годы, показал наличие трёх основных тенденций в этой сфере. Первая группа авторов (как, например, Е.В. Горбачёва, М.Г. Чирков⁸) рассматривает средства массовой информации в общеполитическом контексте, не заостряя внимание на аспекте социальной политики и отдавая предпочтение общим вопросам функционирования СМИ в рамках политической системы. Вторая группа авторов (такие, как М.Б. Бакусева, Л.В. Иванова, Л.В. Прошак, М.В. Симкачёва⁹) изучает социальную журналистику, прежде всего, в рамках филологии, уделяя внимание тематическому разнообразию, принципу формирования текстов, стилистическим приемам, которые присущи текстам социального характера. Также в трудах этих исследователей отражены этические аспекты работы с социальной информацией. Наконец, третья группа авторов (М.А. Бережная, Р.Г. Иванян, В.Ю. Малугина¹⁰) – это те, кто изучает непосредственно взаимодействие журналистики с общественными институтами в системе социальной политики. При этом данные исследователи уделяют особое внимание взаимоотношениям СМИ с некоммерческими

⁷ Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М., 1979; Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Социальное настроение. М., 1996.

⁸ Горбачёва Е.В. Политический дискурс как механизм формирования государственно-гражданских отношений: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2007; Чирков М.Г. Ценности демократии в телевизионном вещании: Дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2002.

⁹ Бакусева М.Б. Телевидение как фактор формирования социальных настроений в российском обществе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006; Иванова Л.В. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2005; Прошак Л.В. Журналистика как социальный феномен: проблемы взаимодействия с российской действительностью: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1999; Симкачёва М.В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань. 2006.

¹⁰ Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: Автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб., 2009; Иванян Р.Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия (Россия, конец XX – начало XXI веков): Автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2007; Малугина В.Ю. Партнёрство прессы с социально-политическими институтами как проявление социальности прессы: Дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2006.

объединениями, в то время как другие институты в их работах затрагиваются в меньшей степени.

Теоретико-методологическую базу исследования составили общенаучные принципы системного и структурно-функционального анализа в сочетании с конкретно-историческим методом исследования. Это дает возможность проследить процесс становления и развития объекта в его взаимосвязи с другими феноменами социально-политической сферы. Для сбора и обработки эмпирического материала применялись методы наблюдения (в том числе включенного), анализа документов, экспертного интервью, контент-анализа телепередач. В качестве экспертов выступили журналисты петербургских телеканалов, как работающие в настоящее время в редакциях теленовостей, так и профессионалы с большим стажем работы, занимавшиеся в своё время социальной проблематикой.

Эмпирической основой исследования являются петербургские выпуски новостей таких телеканалов, как ГТРК «Россия – Санкт-Петербург», «100 ТВ», «НТВ», «Пятый канал», за периоды январь – декабрь 2005 года, сентябрь – декабрь 2008 года, январь – декабрь 2009 года. Телевизионные новости были выбраны для анализа в связи с особой ролью информационной составляющей в системе всей тележурналистики в целом, а также в связи с высоким вниманием аудитории к новостным программам. Деятельность телередакций рассматривалась в свете отношений взаимосвязанности и взаимовлияния с социально-политической реальностью и состоянием общественного сознания и настроения. Также в рамках диссертационного исследования был обобщен 7-летний опыт работы автора в сфере телевизионных новостей.

Научная новизна работы обусловлена тем, что диссертация является одним из первых специальных комплексных исследований взаимосвязи социальной проблематики в СМИ и социального настроения общества. Соответственно, во-первых, отношения журналистики и социальной политики рассмотрены в контексте формирования социального настроения общества; во-вторых, выявлены критерии для определения качественного уровня отражения

информации социальной сферы в СМИ; в-третьих, показан современный медиаобраз Петербурга, формируемый в выпусках городских теленовостей; в-четвертых, выявлены базовые теоретико-методические подходы к анализу работы СМИ в сфере социальной политики; в-шестых, в научный оборот вводятся новые факты из опыта телевидения и выполненных автором эмпирических исследований.

Теоретическая и практическая значимость диссертации заключается в выявлении научных оснований оптимального взаимодействия социальной политики и тележурналистики. С опорой на это основание проведено прикладное исследование, включающее в себя разработку и применение оригинальных методик эмпирического анализа материалов теленовостей. В результате осмысления специфики редакционной работы над теленовостями предложены пути оптимизации взаимодействия средств массовой информации с социальным настроением общества и повышения квалификации журналистов. Полученные выводы могут быть использованы в деятельности конкретных редакций для повышения эффективности их практики. Также результаты исследования могут стать основой при подготовке учебных курсов для студентов факультетов журналистики и для разработки программ повышения квалификации журналистов.

Основная гипотеза исследования: телевизионная журналистика представляет собой специфическое социокультурное и политическое явление, которое оказывает заметное влияние на все стороны жизнедеятельности общества. В частности, она во многом детерминирует настроения различных групп населения и тем самым становится одним из факторов, влияющих на реализацию социальной политики и решение социальных проблем.

Положения, выносимые на защиту

1. Значение телевизионной журналистики для формирования и функционирования гражданского общества возрастает благодаря тому, что она вступает в отношения взаимосвязанности и взаимовлияния с социальной политикой государства.

2. Телевизионные новости, за счет своих выразительных особенностей и специфического восприятия аудиторией, имеют большое влияние на развитие взаимосвязей между журналистикой и социальной политикой.

3. Значимым показателем эффективности реализации социальной политики является изменение социального настроения населения.

4. Журналистика как институт гражданского общества оказывает существенное влияние на социальное настроение аудитории путем формирования медиаобраза реальности.

5. В редакционной практике выбор объектов для отображения в телеэфире зависит от существующих традиций работы с социальной информацией, информационной политики редакций, опыта журналиста и потенциала информации для увеличения рейтингов телепередачи.

6. Картина социальной реальности, сформированная в теленовостях, в существенной мере детерминирует проявления гражданской активности общества и реакцию на них со стороны институциональных субъектов социальной политики.

Апробация работы. Результаты исследования обсуждались на заседании кафедры теории журналистики факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета. Основные положения диссертации изложены в выступлениях на научных конференциях Санкт-Петербургского государственного университета и Мурманского государственного технического университета, на научно-практических семинарах Санкт-Петербургского государственного университета, оформлены в виде научных статей и сообщений: 5 публикаций, в том числе 1 в издании из списка ВАК.

Структура диссертации обусловлена последовательностью постановки и решения основных задач исследования и состоит из введения, трёх глав, заключения, списка источников и литературы, приложений, которые включают в себя подробные данные контент-анализа выпусков новостей, а также материалы экспертных интервью, проведенных в рамках работы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** описываются объект и предмет исследования, ставятся цели и задачи, обосновывается актуальность работы.

В **первой главе** диссертационной работы «**Социальная политика и журналистика: потенциал взаимодействия**» исследовано явление социальной политики в качестве системы, которая объединяет государственную власть, общество, общественные институты, экономику, а также журналистику.

В первом параграфе «**Современные модели социальной политики**» рассматриваются актуальные концепции данной общественно-политической системы, ее цели и задачи, функции, основные участники. Социальная политика понимается как совокупность мероприятий и акций, проводимых государством, органами местного самоуправления, общественными организациями и коллективами людей и направленных на поддержание общественного порядка, стабильности и повышения качества жизни. Основным институтом, который определяет развитие политической системы, является государство, поэтому существующие модели социальной политики различаются, прежде всего, по степени их поддержки со стороны власти. Степень взаимодействия остальных субъектов зависит также от характера вмешательства государства в социальную политику.

Журналистика функционирует как цельное образование, сложно интегрированное в социальную, политическую и культурную системы общества. Как субъект социальной политики пресса выполняет такие общеинституциональные функции, как нормативная, регулятивная, интегративная, ролевая. Кроме того, у журналистики есть и специфические функции, связанные, в числе прочего, с её информационной природой: просветительская, социализации, социального контроля, эмоциональной разрядки, собственно информационная и другие.

Степень участия журналистики в общественно-политических процессах зависит от формы политического устройства государства и его информационной политики. В случае, когда государственная политика реализуется как управленческая директивная деятельность, пресса, преимущественно, выполняет инструментальные функции, в том числе пропагандистскую, агитационную, релаксационную. В условиях

сотрудничества общественно-политических институтов расширяется возможность реализации всего спектра функций журналистики. Когда появляется потребность в публичном диалоге и экспертизе, особое значение приобретает функция социального контроля как механизма гражданского участия в принятии решения.

Во втором параграфе первой главы **«Основания взаимодействия журналистики и социальной политики»** рассматриваются связи между двумя названными институтами. Ключевой категорией для организации и изучения системного взаимодействия социальной политики и журналистики является гражданское общество. Формирование этого типа социума предполагает создание механизмов демократического участия и рост гражданского самосознания, когда население является активным субъектом политики государства. Именно на средства массовой информации возлагается задача донести до общества идею, основные принципы гражданского общества, формы и особенности его функционирования, пробудить интерес и активность людей, мобилизовать их на позитивную деятельность в данном направлении, то есть сформировать определённую политическую культуру общества.

В нашем понимании, журналистика тогда и постольку может порождать сильные стимулы для развития гражданского общества, когда и постольку она воздействует на социальное настроение общества. Реализация информационной, интегративной, статусно-ролевой, социально-регулятивной и ряда других функций стимулирует социальную активность населения и открытое проявление обществом своего отношения к социальной реальности. Особенность социального функционирования СМИ заключается в том, что они не вырабатывают управленческих, политических решений, законов. Они должны создавать такую социально-информационную ситуацию, когда общественное мнение может подвергнуть любое решение социальной экспертизе, оценке, принятию, одобрению или непринятию.

Существующие взаимоотношения государства и средств массовой информации далеки от конструктивных и позитивно выстроенных. С одной стороны, власть обвиняет журналистику в том, что она не выражает общественных запросов и отказалась от задачи формирования национальных ценностей. Вместе с тем, само государство не формирует запрос на такие

задачи, а пресса не в состоянии их сформулировать. Здесь своеобразно проявляется системный характер взаимоотношений журналистики и власти: кризис в одной сфере приводит к усугублению ситуации в другой. Можно говорить о том, что взаимодействие современного государства и СМИ предстает как система, которая тяготеет к закрытому, элитарному характеру.

Во **второй главе** диссертационного исследования **«Отражение социального настроения как критерий эффективности работы журналистики»** было проанализировано понятие социального настроения и выявлено значение социальной политики государства для формирования этого социально-психологического феномена. Основываясь на исследованиях Б.Ф. Поршнева, Ж.Т. Тощенко, С.В. Харченко, мы рассматриваем социальное настроение как целостную форму жизнеощущения, которая отражает эмоциональные состояния, связанные с реализацией социальных установок, социальных целей и интересов, формирующихся в процессе практической деятельности. Социальное настроение существует на нескольких уровнях, таких как социальное самочувствие, оценка и самооценка, ожидания и притязания, социальная позиция.

В первом параграфе **«Региональная социальная политика: основные направления и их восприятие обществом»** на примере региональной политики Санкт-Петербурга показаны основные факторы, которые оказывают влияние на мировоззрение, ценности и эмоциональное состояние населения. Во-первых, это меры по социальной поддержке наиболее уязвимых категорий населения. Во-вторых, это обеспечение функционирования системы жизнеобеспечения города. Изучение законов и постановлений, принятых в Петербурге, позволило выявить приоритеты в социальной политике региона. Так, правительство города ожидаемо принимает различные меры для стабилизации положения дел с трудоустройством жителей, которое заметно разбалансировалось за время экономического кризиса. Далее, власти обращают внимание на проблемы семейной политики, повышения уровня рождаемости и борьбы с высокими темпами старения населения. Кроме того, большое внимание уделяется развитию транспортного комплекса города.

Все эти тенденции в региональной социальной политике, несомненно, отражаются в социальном самочувствии жителей города. Изменения, которые происходят в социальной сфере, всегда находятся под пристальным вниманием

общественности. Оказывая большое влияние на жизнь каждого человека, социальная политика традиционно вызывает много вопросов и споров. Поэтому информация о функционировании этой системы высоко востребована аудиторией. И именно журналистика может обеспечить полноценный обмен информацией, а также информационное посредничество и социальный контроль.

Во втором параграфе **«Принципы работы СМИ с социальной информацией»** рассматриваются основные тенденции в работе журналистов с информацией, которая содержит сведения о социальной сфере. Она характеризуется как социальная и обладает специфическими свойствами, обусловленными, в числе прочего, высокой востребованностью аудиторией. В журналистике материалы на темы, связанные с насущными вопросами жизни общества, относят к области социальной журналистики. До сих пор в сообществах и теоретиков, и практиков журналистики существуют разногласия по поводу понятия «социальная журналистика». Формально к социальной проблематике в журналистике относят здравоохранение, образование, культуру, социальное обеспечение, жилищно-коммунальное хозяйство и некоторые другие сферы жизни. Но это ограничение условное, потому что на социальное самочувствие общества может оказать влияние и событие, которое по формальным признакам относится к теме политики или экономики. То есть данная специализация охватывает всю сферу социального.

Данная профессиональная специализация отличается высокой степенью интегрированности в другие отрасли журналистики, имеющие социально-политические аспекты. Социальная журналистика понимается как журналистика сферы социальных отношений, которая оказывает непосредственное влияние на жизнь общества, требует в работе высокой социальной ответственности и ставит своей конечной целью содействие положительным изменениям в социуме. Для нее характерны как общежурналистские требования к информации (доступность, достоверность, понятность, актуальность, оперативность, объективность), так и специфические характеристики, которые обусловлены высокой резонансностью социальной информации (практичность, языковая привлекательность, соответствие этическим нормам).

Для определения отношения к социальной проблематике и к основным аспектам функционирования современных теленовостей в профессиональном сообществе были проведены экспертные интервью. Результаты показали неоднозначность оценок профессионального опыта практикующими журналистами. С одной стороны, опрошенные сотрудники ведущих городских телеканалов говорят о социальности как о приоритетном направлении их работы в целом, с другой – ограничивают описание рамками текущих бытовых неурядиц жителей города.

Для полноценного обмена информацией в системе социальной политики необходима обратная связь между участниками процесса. Одна из задач журналистики – обеспечить такое взаимодействие. Социальное настроение относится к числу ключевых показателей эффективности политики властей. От того, насколько адекватно оно отражается в СМИ, зависит результативность реакции властей на запросы общества и развитие самого социального настроения. Речь идет о своего рода медиаобразе настроений горожан. Для того чтобы исследовать существующий медиаобраз, в третьем параграфе второй главы **«Адекватность отражения социальной политики и социального настроения в СМИ»** были сформулированы принципы анализа отражения социального настроения в материалах журналистов.

Критерии анализа охватывают тематическое соответствие материалов журналистов реализуемой политике и запросам общества, представленность субъектов социальной политики в материалах СМИ, а также характер отражения социальной информации. В рамках тематического соответствия необходимо рассматривать такие характеристики, как разнообразие тематики, информационные поводы журналистских выступлений, форма подачи материалов. Это позволит сделать общий анализ тенденций в информационной политике редакций.

Важно определить, работает ли журналист только по факту события или привлекает дополнительный материал, который позволяет проследить причинно-следственные связи явления. Следует также выяснить, дает ли автор какую-либо оценку участникам событий или старается сохранять объективность. Наконец, на третьем этапе исследования представляется необходимым охарактеризовать основных спикеров по данной теме, к которым обращается та или иная редакция (представители власти, бизнеса,

общественных организаций, руководители, рядовые сотрудники организаций, граждане).

Также для определения качества отражения социального настроения необходимо сравнить ту картину, которую предлагают журналисты, с данными социологов. Учитывая сложность и многогранность социального настроения, фиксировать его динамику можно на основе его составляющих, таких как, например, общественное мнение, ценности, самооценка индивидов.

Говоря о медиаобразе, формируемом городским телевидением, петербургские журналисты соглашаются с тем, что пресса формирует «вторую реальность», но не наделяют этот термин исключительно положительным или отрицательным смыслом. С одной стороны, средства массовой информации идут по пути виртуализации, превращая факты в инфотейнмент. С другой стороны, картина жизни в журналистике всегда будет развиваться параллельно действительности, учитывая то, что каждый человек, в том числе и журналист, видит происходящее своими глазами и придает информации ту или иную творческую форму.

В **третьей главе** диссертационной работы **«Социальная реальность в “зеркале” теленовостей»** представлен контент-анализ существующего медиаобраза социальной реальности на петербургском телевидении. Исследование велось на основе критериев, представленных в предыдущей главе. В анализе отражены тематика, характер материалов и герои, представленные в эфире новостей. Также в исследовании был использован метод включенного наблюдения: в качестве корреспондента одного из городских телеканалов автор имела возможность изучать особенности организации труда в редакциях новостей и наблюдать за психологическими и творческими особенностями работы журналистов. Для более объективной оценки внутриредакционных процессов по итогам контент-анализа проведён ряд экспертных интервью с участием действующих журналистов, которые высказали свои мнения в отношении наиболее значимых моментов практической части исследования.

В первом параграфе **«Место телевидения в системе СМИ Петербурга»** представлена общая характеристика городского телевидения. Телевидение – одно из самых молодых средств массовой информации. При этом именно оно пользуется наибольшей популярностью у аудитории – именно оно чаще всего

служит источником информации. Такая традиция сформировалась благодаря особым свойствам тележурналистики – вездесущности, экранности и непосредственности, которые делают информацию, поданную с экрана, более доступной для восприятия. В настоящее время в Северной столице работает 10 редакций телевизионных компаний: «Россия», «НТВ», «Первый канал», «Пятый канал», «100 ТВ», «Мир», «ТВ-Центр», «СТС», «ТНТ», «Рен», «Телеканал Санкт-Петербург», а также редакции кабельных телеканалов. Единственным городским телеканалом является «100 ТВ». И это при том, что Петербург фактически был родиной отечественного телевидения.

Петербург с точки зрения информационного потенциала имеет значительное преимущество перед другими регионами России, уступая разве что Москве. Уровень развития экономики, научная и технологическая база, насыщенность дорожно-транспортными коммуникациями, наличие целого ряда ведущих вузов – все это те факторы, благодаря которым Северная столица могла бы задавать направление роста для других областей страны. Однако анализ телевизионной сферы показывает, что информационный потенциал используется не в полной мере. Лидерами по количеству местных телередакций являются города Уральского региона, что позволяет, кроме прочего, налаживать взаимодействие между субъектами, которые входят в этот округ, способствуя созданию единого информационного, социально-психологического, культурного, экономического пространства.

В Петербурге развитие телевизионного рынка обусловлено как экономической ситуацией, так и особенностями профессиональной деятельности (отсутствие четкой перспективной политики каналов, обновление штатного состава, влияние общих тенденций в практике тележурналистики). Надо отметить, что переломным для петербургского телевизионного рынка, в особенности в сфере информационного вещания стал кризисный 2008 год. В частности, как показывает анализ итогов медийного года, опубликованный на информационном ресурсе «Лениздат.ру», каждый телеканал, претендующий на лидерство на рынке местных теленовостей, сменил топ-менеджеров, которые в течение длительного времени определяли информационную политику. Изменение ситуации в региональном телевидении делает его изучение особенно насущной задачей.

Новости – это визитная карточка любого общественно-политического канала, и они имеют большое значение для формирования социальной политики. Сейчас в сфере информационно-аналитического городского вещания конкурируют 4 канала: «100 ТВ», «Россия», «НТВ» и «Телеканал Санкт-Петербург» (с часовым включением на «Пятом канале»).

Для понимания того, как влияют тенденции развития петербургского телевидения на формирование медиакартины жизни общества, было проделано три опыта контент-анализа, на основе критериев, сформулированных во второй главе. Результаты эмпирического исследования представлены во втором параграфе третьей главы **«Социальная стратегия петербургских редакций теленовостей»**. Первый этап охватил новостные материалы, вышедшие в период с января по декабрь 2005 года включительно. Проведенный контент-анализ позволил определить и сформулировать основные противоречия в социальной журналистике.

Второй этап исследования охватывает период с сентября по декабрь 2008 года включительно. Данные, полученные в ходе повторного обращения к выпускам петербургских новостей, позволили проследить в динамике развитие профессиональной культуры журналистов и выявить тенденции в работе с социальной информацией.

Наконец, третий этап контент-анализа, охвативший период с января по декабрь 2009 года включительно, дал возможность проанализировать работу журналистов на примере конкретных тем и увидеть пути оптимизации взаимодействия журналистики и социального самочувствия населения.

Тематический анализ новостей построен на основе информации о социально-экономическом развитии Петербурга. По данным статистики и социологических опросов были выделены наиболее актуальные для общества вопросы развития города, которые охватили следующие темы: демография, доходы, развитие жилищно-коммунального хозяйства, благоустройство, транспорт, безопасность, здравоохранение, образование. Из общего массива новостей, представленных в телевизионных выпусках, выбирались те, которые касались социальной проблематики, то есть относились к социальной сфере жизни или подготовлены с использованием приема социального ракурса.

Контент-анализ показал, что для «Пятого канала» в 2005 году работа по социальной проблематике была тесно связана с крупными городскими и

общероссийскими инициативами, а также с общемировыми новостями. Для работы «Вестей» характерен прикладной подход к информации, когда журналист ищет ответ на вопрос: что это принесет каждому отдельному человеку? В качестве альтернативного источника новостей выступала редакция телеканала «НТВ». Журналисты «НТВ» чаще, чем их коллеги, обращались к конфликтным ситуациям между работниками и предприятиями, тем самым порой заставляя другие редакции обратить внимание на проблему.

Общий медиаобраз, складывающийся из выступлений СМИ, отличается мозаичностью из-за того, что преобладает формальный подход к выбору информационного повода: чаще всего поводом для появления информации в эфире служат заседания, конференции, церемонии начала городских программ и других акций. Журналисты оказываются между молотом профессиональных запросов и наковальней социальных потребностей. С одной стороны, для появления информации в эфире необходима именно новость. С другой – есть множество проблем, которые существуют если не скрыто, то привычно для большей части общества, не вызывая никаких привлекающих журналистов реакций у общества или каких-либо институтов.

Кроме того, первичный анализ практической деятельности журналистов в сфере социальной проблематики позволил выявить следующие проблемы: отсутствие специальной подготовки у журналистов, работающих над социальной проблематикой; противоречия между журналистским видением мира и запросами общества; проявление асоциальности, свойственной современной журналистике в целом.

Вторичный анализ материалов основных редакций теленовостей в 2008 году отразил изменения, которые произошли на телевизионном поле Петербурга. Из четырёх рассматриваемых каналов только «Россия – Санкт-Петербург» сохранил свою сетку новостей и общую концепцию вещания. Остальные – «100 ТВ» (сменивший название), «Пятый канал» и «НТВ» – существенно изменили облик. Последние два практически сравнялись между собой по количеству эфирного времени. «Пятый канал», став федеральным, оставил только час для петербургского выпуска новостей. Соответственно, это отразилось и на содержании выпусков.

В рамках вторичного контент-анализа темы, поднимаемые журналистами, были соотнесены с наиболее значимыми жизненными

ценностями, такими как безопасность, здоровье, достаток, семья, развитость социальной и жилищной инфраструктуры, экология, политическая и экономическая ситуация, творческая самореализация, возможность участия в общественной жизни. Иерархия ценностей в отражении СМИ, как показано в таблице 1, изменилась по сравнению с выбором аудитории, представленным исследованием ВЦИОМ¹¹.

Таблица 1

Жизненные ценности в социологических исследованиях и телеэфире

| № | Ценности общества по итогам опроса ВЦИОМ | Жизненные ценности в телеэфире |
|-----|---|--|
| 1. | Безопасность | Социальная и жилищная инфраструктура |
| 2. | Здоровье | Безопасность |
| 3. | Достаток, материальное положение | Семья, родственные отношения |
| 4. | Семья, родственные отношения | Здоровье |
| 5. | Социальная и жилищная инфраструктура | Социальный статус в обществе |
| 6. | Экология и среда обитания | Достижение поставленных целей |
| 7. | Экономическая и политическая ситуация | Достаток, материальное положение |
| 8. | Достижение поставленных целей | Экономическая и политическая ситуация |
| 9. | Климат и погода в месте проживания | Экология и среда обитания |
| 10. | Социальный статус в обществе | Творческая самореализация |
| 11. | Творческая самореализация | Климат и погода в месте проживания |
| 12. | Возможность участия в общественной жизни | Возможность участия в общественной жизни |

Как видно из таблицы 1, существует дисбаланс в пользу тем, которые стали уже традиционными и имеют больший эмоциональный потенциал, что важно для привлечения аудитории. Еще один момент, который нужно отметить, – это ограниченность тематического разнообразия для некоторых ценностных категорий. В ежедневные новости попадают только наиболее общие или уникальные случаи, а не имеющие практический интерес для большей части жителей Петербурга. Опрос журналистов о том, как бы они

¹¹ http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/11318.html?no_cache=1&cHash=1e6b365e48.

распределили иерархию ценностей их аудитории, показал, что их восприятие в большей степени отражает телевизионную картину, чем данные опроса населения.

В ходе третьего этапа контент-анализа выпусков новостей автора интересовало, прежде всего, как журналисты работают с конкретными событиями и в какой форме их описывают. За основу были взяты ключевые характеристики публикаций, представленные во второй главе, и по ним изучались материалы, вышедшие в период с января по декабрь 2009 года включительно. Выборка делалась по трём темам: занятость, состояние института семьи, работа городского общественного транспорта.

Результат исследования показал, что в большинстве случаев инициатором появления темы становятся представители власти и государственных (бюджетных) организаций, журналисты часто узнают о существовании вопроса из официальных заявлений, распоряжений, пресс-релизов, поэтому большинство материалов выполняется в событийном ключе – без анализа причин и следствий ситуации. Большое значение для появления сюжета в эфире имеет сенсационность события (поводом часто выступает происшествие, скандал, конфликт, асоциальное явление). В итоге возникает дисбаланс в пользу так называемых негативных тем – при минимальной демонстрации позитивных примеров (в особенности в сфере семейной политики). Кроме того, палитра разнообразия позиций по социальным проблемам фактически отражает только две контрастные точки зрения. Герои же материалов распределяются на три группы: представители власти, обычные жители и все остальные, при этом последняя группа имеет наименьшее число голосов в эфире.

В третьем параграфе **«Методы оптимизации реакции СМИ на социальное настроение общества»** рассматривается работа над социальной проблематикой с точки зрения корреспондентов новостного телевидения. Журналисты отмечают необходимость изменения отношения к творческой и смысловой составляющим своей работы. При этом по своей сути журналистский текст прежде всего должен возбуждать общественный интерес и резонанс, а потом уже воздействовать на власть. Именно тогда журналистика начнет реализовывать свои возможности по формированию гражданского общества. Пока что взаимоотношения населения и журналистов основаны,

скорее, на утилитарно-практическом интересе граждан, поскольку жители Петербурга зачастую звонят в редакцию ещё до того, как попытаются решить проблему через администрацию, правоохранительные органы, суд. Близость к политической управленческой элите и возможность более широкого доступа к информации придают журналистам весомый статус в глазах общества. Появление информации о конкретной человеческой проблеме в эфире, как правило, связывается в глазах аудитории с возможностью её разрешения.

Еще один фактор, который существенно детерминирует настроения различных групп общества, – это та самая избирательность, которую показал контент-анализ выпусков новостей. Большинство событий, в которых человек не принимает участие лично, он видит глазами журналистов, эмоционально реагирует в зависимости от представленной ему точки зрения, и социальное настроение формируется в соответствии с полученной информацией. Таким образом, подтверждается гипотеза, взятая за основу исследования, о том, что теленовости представляют собой специфическое социокультурное и политическое явление, которое оказывает заметное влияние на все стороны жизнедеятельности общества.

В целях оптимизации работы редакций необходимо уделять больше внимания подготовке журналистов для работы в сфере социальной информации, а также поощрять и поддерживать в творческих коллективах высокую профессиональную культуру, основанную на гуманистических ценностях. Одним из наиболее эффективных способов профессионального развития журналистов является смена ежедневного рабочего ритма. Участие в научных семинарах и конференциях, посещение курсов повышения квалификации, обмен опытом с коллегами из других видов СМИ, а также творческие командировки – всё это позволяет журналисту оторваться от рабочей рутины, заново оценить методы и приёмы своего творчества, расширить профессиональный кругозор, а также решить проблему творческого «выгорания» с помощью неформального обсуждения насущных проблем с коллегами.

Кроме того, для оптимизации отражения социального настроения в СМИ должна быть выстроена система плановой работы с темами, основанная на социологических данных и исследованиях. В сочетании с ежедневной

повесткой дня плановый календарь позволит формировать комплексную картину окружающей реальности.

В **заключении** диссертации отражены основные выводы, которые были сделаны в рамках исследования, говорится о подтверждении исходных гипотез, систематизируются и обобщаются теоретические и практические итоги работы.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статья в издании из перечня ВАК РФ:

1. *Зайцева А. А.* Социальная проблематика в СМИ: приоритеты, проблемы и пути развития // Вестник С.-Петерб. ун-та. Серия 9. Филология, востоковедение, журналистика. СПб., 2010. Вып. 2 (0,5 п.л.).

Другие научные публикации автора

2. *Зайцева А. А.* «Петербург – Пятый канал»: в поисках модели федерального вещания // Мат-лы научно-практич. сем. «Журналистика и мир-06»: Журналистика и мир культуры. СПб., 2007 (0,25 п.л.).

3. *Зайцева А. А.* Социальная информация: спрос определяет предложение // Журналистика в мире политики: спрос на интеллект: мат-лы секцион. засед. Дней петербургской философии-2007. СПб., 2008 (0,25 п.л.).

4. *Зайцева А. А.* От социализации журналистов к социализации молодёжи // Молодежь и общество: перспективы развития: сб. мат-лов научно-практич. конф., 25 ноября 2009 года: в 2 ч. Ч. 1. Мурманск: МГТУ, 2010 (0,25 п.л.).

5. *Зайцева А. А.* Социальная проблематика в теленовостях: апелляция к ценностям общества // Ценности журналистики и достоинство журналиста: мат-лы Всерос. научно-практич. конф., 11-12 ноября 2009 года. СПб., 2010 (0,27 п.л.).