

СПОСОБЫ АКТУАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ ПРЕССЕ

Лепилкина О.И.¹, Шандрыголова Е.С.¹

¹ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Ставрополь, Россия (355009, г. Ставрополь, ул. Пушкина 1 (корпус 1), e-mail: oll5@mail.ru)

Данная статья посвящена выявлению возможных способов актуализации социальных проблем в газетных изданиях. Способы актуализации социальных проблем сгруппированы авторами статьи в две большие группы: одни входят в зону ответственности редакции, другие – в зону ответственности журналистов. Первую группу составляют такие способы, как включение тех или иных социальных проблем в информационную повестку дня СМИ, выбор информационных поводов для их освещения, место и объем материалов на социальную проблематику, используемые рубрики, наличие визуализации, разнообразие авторского состава. Журналистские способы актуализации социальных проблем заключаются в выборе жанровой формы, ярких заголовков, использовании приема персонализации, наличии в материалах авторской оценочности, статистических данных, экспертных оценок и т.д. В статье показано, что выбор тех или иных способов актуализации социальных проблем является индикатором их значимости для редакции и журналистов.

Ключевые слова и фразы: газетная пресса, социальные проблемы, актуализация

METHODS OF UPDATING OF SOCIAL PROBLEMS IN THE MODERN NEWSPAPER PRESS

Lepilkina O.I.¹, Shandrygolova E.S.²

¹North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia (355009, Stavropol, Pushkina st. 1 (building1), e-mail: oll5@mail.ru)

This article focuses on the possible ways of mainstreaming social issues in newspaper. Methods of the actualization of social problems grouped by authors in two big groups: some are in area of responsibility of the editorial board, others of responsibility of journalists. The first group consists such methods as the inclusion of the various social issues in the information plan of the media, the choice of newsbreak for their lighting, location and size of materials on social problems, the rubrics used, the presence of the visualization, a variety of the author's composition. Journalistic methods of the actualization of social problems lie on selection of genres, bright titles, usage of personalization and existence of authors evaluation in publications, statistical data, expert assessments, etc. In the article it is shown that the choice of those or other methods of actualization the social problems is an indicator of their importance for the editors and journalists.

Keywords: newspapers, social problems, updating

Для средств массовой информации в России важным объектом исследования являются социальные проблемы, чему подтверждением служит заметная активизация в последнее десятилетие социальной журналистики. Этот процесс в свою очередь стимулирует интерес ученых к исследованию одной из доминантных сфер деятельности СМИ. Изучением медиаотражения социальных проблем в последнее десятилетие плодотворно занимаются отечественные ученые в разных регионах страны П.В. Баутина, М.А. Бережная, О.В. Бойко, А.А. Зайцева, И.А. Зацепина, Р.Г. Иванян, Л.С. Темичева, Т.И. Фролова, И.Г. Ясавеев и др. Данная тема входит в поле внимания и зарубежных исследователей, среди которых И. Альберт, Ч.П. Босх, Д. Келнер, С. Хилгартнер, К. Ченберлен, Б. Шнайдер, Д. Ходжетс и др.

СМИ осознаются в науке как «конструктивная сила, которая способствует производству социальной реальности в целом и пониманию специфики социальных

проблем» (перевод наш. – О.Л., Е.Ш.) [10, с. 14]. В то же время на основе анализа журналистской практики учеными сделан убедительный вывод, что «целый ряд явлений по тем или иным причинам не проблематизируется (или проблематизируется в незначительной степени), т. е. находится за пределами или на периферии “повестки дня”, устанавливаемой средствами массовой коммуникации, и соответственно за рамками публичного дискурса» [9, с. 5].

В своем исследовании способов актуализации социальных проблем в современной газетной прессе мы исходили из дефиниции социальной проблемы как «объективно возникающего в процессе функционирования и развития общества противоречия; задачи, требующей решения средствами социального управления» [5, с. 358] и из философского понимания актуализации «как придания степени важности <...> явлению или действию» [4, с. 18].

Изучение медиотражения социальных проблем на материале общенациональной и региональной газетной периодики позволило вычлнить возможные способы их актуализации. Одни из них входят в зону ответственности редакции, другие – в зону ответственности журналистов.

Одним из самых важных, на наш взгляд, в первой группе является постоянство включения тех или иных социальных проблем в информационную повестку дня средства массовой информации. Определив с помощью частотного анализа, с какой интенсивностью и периодичностью издание обращается к конкретной социальной проблеме, можно выявить, какое место она занимает в иерархии социальных проблем по версии редакции данного СМИ.

Индикатором значимости социальных проблем являются и выбираемые редакцией для их отражения информационные поводы, которые определяются в научной литературе как «события, которые являются важными с точки зрения установок аудитории» [6, с. 162] и «объект, целенаправленно используемый субъектом информационного процесса для внесения информации в информационное пространство» [6, с. 159]. Чем шире спектр информационных поводов, тем значимее предстают перед аудиторией обозначенные редакцией социальные проблемы. Ученые справедливо указывают на то, что обращение к ним в современной отечественной прессе зачастую продиктовано желанием «показать активность властей» [8, с. 129]. Чаще всего в таком случае информационными поводами для появления материалов на социальные темы в региональной прессе становятся события, акторами которых выступают представители местной законодательной и исполнительной власти: всевозможные заседания, рейды, пресс-конференции, встречи, форумы, а также

появление новых федеральных и региональных законов и программ. Очевидно, что если журналисты представляют проблему только в таком аспекте, то она выглядит решенной.

Более эффективны с точки зрения придания значимости проблеме, на наш взгляд, публикации о конкретных событиях, ситуациях, свидетельствующих о ее существовании или способах ее решения. Информационными поводами в таких текстах могут выступать происшествия, инициативы общественных организаций, жизненные ситуации конкретных людей, выступления читателей и т.д. Подобные публикации отражают реальные нужды населения и включают его в открытое обсуждение общих проблем.

Значимую роль, безусловно, играет расположение материалов о социальных проблемах в структуре издания и конкретно на полосе. Организация газетной полосы называется исследователями фактором повышения эффективности СМИ и усиления его воздействия на аудиторию. Психологи утверждают, что наибольшее внимание привлекают материалы, расположенные на первой полосе, затем по степени читабельности следует внутренняя полоса справа. Если говорить о распределении внимания читателей на газетной странице, то наиболее выигрышным является правый верхний угол, затем левый верхний и правый нижний. Соответственно, если публикации о социальных проблемах расположены в номерах газеты в зонах повышенного внимания аудитории, то это служит индикатором целенаправленной информационной политики издания в этой сфере и сигнализирует о желании редакции привлечь внимание к конкретным проблемам.

Приданию степени важности могут способствовать и рубрики. Они фиксируют в сознании читателя тему публикации или подборки материалов, усиливают или ослабляют их значимость. Современные редакции, обращаясь к социальной проблематике, используют тематические рубрики, определяющие содержание текстов полосы («Общество», «Обсудим?», «Факт и комментарий», «Так живем»), и служебные рубрики, относящиеся к конкретному материалу. Полосные рубрики, на наш взгляд, играют для актуализации социальных проблем меньшую роль, чем служебные, относящиеся к конкретному материалу. Последние называют определенную социальную проблему («Экология», «Коррупция», «Алкоголизм», «Преступление без наказания») или характеризуют ситуацию, о которой пойдет речь («Дикость», «Варварство», «Тупик», «Профанация заботы», «Поможем всем миром»).

Не меньшие возможности для ориентирования читательской аудитории и воздействия на нее предоставляют иллюстрации. Визуальная информация воспринимается читателями быстрее, потому ее наличие делает материалы о социальных проблемах более полноценными. Безусловно, серьезным потенциалом с точки зрения эффективности актуализации обладают репортажные снимки, отражающие реальную действительность,

фотообвинения как средство борьбы с социальными девиациями, фотоочерки, раскрывающие определенную тему или личность героя. Нефотографические иллюстрации (карикатуры, шаржи, плакаты, диаграммы, карты, схемы, чертежи, технические рисунки и т.д.) в силу определенной исключительности являются эффективным вспомогательным материалом для более полного раскрытия темы и дополнительным средством актуализации социальной проблемы.

Присвоению социальным проблемам статуса повышенной важности будет служить и разнообразный авторский состав. Его широта позволяет говорить о многоаспектности и проблем читателям. Очевидно, что чем больше позиций (читательскую, экспертную, властных структур, общественных организаций и т.д.) представляет медиа в отношении определенной социальной проблемы, тем больше у нее шансов быть замеченной и решенной.

Следующий аспект анализа медиаотражения социальных проблем – исследование целевого назначения публикаций. Журналистские материалы могут констатировать проблему, анализировать ее или освещать / предлагать пути ее решения. Наличие хотя бы двух из названных видов текстов значительно увеличивает масштаб осознаваемой редакцией проблемы.

Журналисты, отражая социальную проблематику, тоже обладают большими возможностями для максимального привлечения читательской аудитории к осознанию и решению социальных проблем.

На наш взгляд, одним из способов актуализации проблем общества является жанровая форма публикаций о них в прессе, поскольку жанр, по утверждению Б.Я. Мисонжникова, «есть определенный метод изучения, отбора и дальнейшей последовательной репрезентации эмпирического материала, разумеется, с его поэтапной обработкой, классификацией, прежде всего на аксиологической основе, с необходимым фокусированием и морфологизацией» [3, с. 6].

Тексты, выполненные в информационных жанрах, «выступают основными носителями оперативной информации, позволяющей аудитории осуществлять своего рода постоянный мониторинг наиболее значимых, интересных событий в той или иной сфере действительности» [7, с. 52], поэтому их роль неопределима в прессе. Однако преимущественное использование информационных жанров при отражении той или иной социальной проблемы позволяет только фиксировать ее существование, в то время как исследование причинно-следственных связей событий, процессов, ситуаций в рамках аналитических жанров и публицистическое осмысление сущности социальных проблем свидетельствуют о желании изданий привлечь к ним более пристальное внимание аудитории, в том числе органов власти.

Безусловно, большой потенциал для актуализации социальных проблем содержат самые разные жанры: статья «создает реальное представление об актуальной ситуации, служит основой для выработки идей, импульсов, предваряющих принятие практических мер» [7, с. 150]; журналистское расследование привлекает внимание, поскольку предметом его «обычно становится наиболее “кричащее” негативное явление, не заметить которое невозможно (это в первую очередь различные преступления, “из ряда вон выходящие случаи”, события, приковывающие внимание общества)» [7, с. 172]; эксперимент позволяет удовлетворить «актуальные информационные ожидания части современной аудитории СМИ, ориентированной на получение «живой», сенсационной информации» [7, с. 207]; письмо в силу определенной доверительности является эффективным способом достичь взаимопонимания между автором и читателем; житейская история на основе художественного метода отображения действительности способна развернуть перед читателем «бытие человека», напрямую связанного с той или иной социальной проблемой; проблемный очерк представляет, как проблему «пытаются преодолеть вполне конкретные люди с их достоинствами и недостатками», при этом «проблема очень часто проявляется через конфликт (или конфликты), через столкновения интересов людей» и «наблюдение за развитием конфликта в очерке обычно сопровождается всевозможными переживаниями как со стороны героев очерка, так и со стороны самого автора» [7, с. 266]. Большим потенциалом для придания значимости социальным проблемам обладают сатирические жанры, что связано в том числе с редкостью их появления на страницах современной газетной периодики.

В то же время в реальной газетной практике далеко не всегда используются возможности этих жанровых форм. Иногда издания в регионах публикуют в большом количестве обработанные пресс-релизы профильных ведомств, написанные сухим чиновничьим языком. В них содержатся «дежурные» фразы и высказывания депутатов, министров и других ответственных лиц о необходимости решения того или иного вопроса. Подобная жанровая реализация социальной тематики не является, на наш взгляд, действенной.

Эффективный способ актуализации социальных проблем – их персонификация, когда автор на примере конкретного героя демонстрирует определенную социальную проблему и / или опыт по ее решению, преодолению. Презентация индивидуальной природы социальной проблемы позволяет оперативно привлекать внимание власти и общества к проблемам социальной сферы, выставляя напоказ проявление бюрократизма и равнодушия к судьбам нуждающихся. Этот метод актуализирует социальные проблемы в сознании аудитории и, придавая им личностный характер, вызывает у нее чувство сопричастности. Действенность

персонализации подтверждают и исследователи журналистики. В частности, по мнению И.А. Зацепиной, ракурс социальной проблематики масс-медиа должен быть направлен к человеку, его жизни, безопасности, здоровью, потребностям и правам, поскольку социальная сфера имеет “человекоцентрический характер” [1, с. 2775]. Т.И. Фролова считает, что «отсутствие деталей, судеб, лиц оставляет впечатление дистанции между газетой и реальностью» [8, с. 123].

Не меньшим потенциалом с точки зрения актуализации социальных проблем обладает введение в журналистский текст статистических данных, количественных показателей, фиксирующих степень распространения и глубины того или иного социального неустройства (например, факты коррупции подтверждаются цифрами: «только доказанные хищения составили 36 млн рублей», «при капремонте многоэтажек с нарушениями тратится каждый третий рубль»), и экспертных оценок. В совокупности они делают публикации более объемными, доказательными, демонстрируют глубокую проработку темы автором. Такой подход дает читателю возможность разобраться в проблеме, увидеть ее непредвзято и объективно.

В качестве еще одного способа актуализации социальных проблем можно рассматривать заголовки публикаций, которые играют большую роль в организации внимания аудитории, воздействия и внушения. Журналисты используют различные виды заголовков: заголовок-резюме («Вылечим всех. Задорого», «Дети плакали, расставаясь с пьяными родителями», «В пробках увязли по уши»), заголовок-призыв («Не наливать!», «Пробудитесь!», «Помогите моей беде... Слепну»), заголовок-восклицание («А ты не вякай!», «К защите отечества готовы!»), заголовок-вопрос («Центр здоровья: для кого?»), заголовок-реплика («Заберите в приют, иначе родители прибьют...», «В детдом отдать не могу»), заголовки с использованием прецедентных текстов («С кем вы, руководители мэрии?», «Важней всего – хозяин в доме», «Поздравляем Вас, господин Соврамши!») и др.

Яркий заголовок, привлекая читателя своим содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть стоящую под ним иллюстрацию. Он не только информирует читателя о содержании публикации, но и закладывает определенное отношение к освещаемой в тексте проблеме.

Журналистские методы актуализации социальных проблем включают также различные формы эксплицитной и имплицитной оценочности как способ манифестации авторской позиции. Для этого используются специфические лингвистические средства и стилистические приемы. С помощью определенной лексики журналисты характеризуют ситуацию («*вопиющий факт*», «*хорошее дело*», «*безобразия*», «*беззакония*»), виновных и причастных к ней людей («*неугомонный энтузиаст своего дела*», «*непатриоты города*»,

«разрушители», «варвары», «вампиры»). Такие яркие высказывания актуализируют социальную проблему, привлекают внимание и запоминаются читателями, а «заряжение эмоциями содействует формированию чувства солидарности, сопричастности, взаимной ответственности и побуждает аудиторию к реальным действиям в социальной сфере» [2, с. 43]. Ту же функцию привлечения внимания аудитории в текстах выполняют выразительные средства языка и тропы.

Таким образом, печатные средства массовой информации, играя одну из главных ролей в процессе коллективного определения ситуации в качестве проблемной, могут использовать и используют для этого разные способы. Актуализации социальных проблем способствуют высокая частотность публикаций о той или иной социальной проблеме, наличие визуального ряда, связанного с ней, разнообразные и громкие информационные поводы, размещение материалов данной тематики в зоне повышенного читательского внимания и в рубриках, емко отражающих позицию газеты, широкое привлечение разного типа авторов к освещению проблем.

Апелляция к мнению экспертов, персонификация проблемы как способ создания сопричастности читателей к представленному в материале, выбор разных жанровых форм для более адекватного донесения авторской позиции по конкретной социальной проблеме, целенаправленное привлечение внимания к ней с помощью ярких заголовков, средств художественной выразительности и оценочности – это способы актуализации социальных проблем, которыми могут пользоваться и зачастую эффективно пользуются современные журналисты.

Список литературы

1. Зацепина И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в современных масс-медиа // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры [Электронный ресурс]: Материалы Всероссийской научно-методической конференции; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2012. – С. 2772–2778. – URL: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf8/s23.pdf (дата обращения: 10.06.2015).
2. Иванян Р.Г. Непонимание социальных проблем: причины и следствия в журналистике // Век информации. – 2015. – № 3. – С. 41–43.
3. Мисонжников Б.Я. Жанры журналистики: предмет и форма творческой рефлексии // Жанры в журналистском творчестве: Материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов» (19 марта 2003 года, Санкт-Петербург) // Под ред. Б.Я. Мисонжникова. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2004. – С. 3–15.

4. Новейший философский словарь / Сост. А.А. Грицанов. – Мн.: Изд. В.М. Скакун, 1998. — 896 с.
5. Социологический словарь // Под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева; ученый секретарь О.Е. Чернощек. – М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 608 с.
6. Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате. – М.: Европа, 2007. – 480 с.
7. Тertyчный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 193 с.
8. Фролова Т.И. Социальная проблематика // Проблематика СМИ. Информационная повестка дня // Под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 98–142.
9. Ясавеев И.Г. Социальные проблемы и медиа: конструкционистское прочтение. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2010. – 231 с.
10. Schneider B., Chanberlain K., Hodgetts D. Representations of Homelessness in Cour Canadian Newspapers: Regulation, Control, and Social Order // Journal of Sociology & Social Welfare. – 2010. – Vol. 37/ – Issue 4. – P. 147–172.

Рецензенты:

Ежова Е.Н., д.фил.н., профессор, заведующий кафедрой средств массовой информации факультета филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь;

Серебряков А.А., д.фил.н., доцент, заведующий кафедрой отечественной и мировой литературы факультета филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь.