

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ К. В. Анисимов  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В КРАСНОЯРСКИХ СМИ**

Руководитель \_\_\_\_\_ д-р филол. наук, проф. О. Ф. Нескрябина

Выпускник \_\_\_\_\_ А. В. Совцова

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ ст. преп. В. В. Комлева

Красноярск 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
1 Социальная проблематика в системе средств массовой информации...	6
1.1 Социальная журналистика.....	6
1.2 Темы и жанры социальной журналистики.....	14
1.3 Критерии анализа телевизионных программ.....	23
2 Социальная проблематика на телеканале ТВК.....	28
2.1 Социальная журналистика телеканала.....	28
2.1.1 Анализ проекта «Спецрасследование новостей ТВК».....	28
2.1.2 Анализ проекта «Проверка Новостей ТВК».....	32
2.2 Анализ проекта «Большая уборка».....	37
Заключение .....	49
Список использованных источников .....	51

## ВВЕДЕНИЕ

Словосочетание «социальная проблема» появилось в западной Европе в начале 20-го века. Первоначальное использование этого термина заключалось в проблеме неравномерного богатства. Сейчас понятие «социальная проблематика» носит другой характер. В широком смысле, это все социальные явления, связанные с поведением людей в обществе, как в рамках нормы, так и за ее пределами. С конструктивистской точки зрения, явления социальной реальности становятся проблемами тогда, когда противоречат общественным целям или ценностям, и это осознается обществом. Для этого осознания необходимо наличие публичных пространств или арен, в которых могла бы происходить работа по конструированию проблематики, их причин и способов решения. В этой связи СМИ играют ведущую роль: от того, что в СМИ считается проблемой, как она освещается, какие решения предлагаются, во многом будут зависеть действия разных важных социальных факторов. Немаловажную роль в формировании общественного потенциала сыграла так называемая «социальная журналистика», возникшая на стыке журналистики и социальной работы. Социальная журналистика начала заявлять о необходимости участия журналистов в решении проблем общества.

Социальная проблематика остается важным объектом в системе средств массовой информации. Новые позитивные ракурсы социальной тематики, обусловленные, с одной стороны, политической составляющей телевизионного контента, а с другой — ожиданиями аудитории и конструктивным направлением в профессиональной практике СМИ, делает актуальным функционирование телевизионной журналистики в аспекте освещения проблем социальной сферы. Однако, некоторые исследователи считают, что социальная журналистика в 90-е годы отстала и сейчас ее необходимо возрождать. Подобная интерпретация возникла под влиянием кризиса 90-х. По мнению Т.И. Фроловой, «в 90-е годы журналистика не исполнила свой профессиональный долг перед обществом: она не давала надежды. Не помогла понять суть

общественных перемен, не накопила достаточного социального капитала, оставила без моральной поддержки общественное большинство, не потребовала широкого обсуждения социальных реформ и не приняла конструктивного участия в выработке согласованных позиций. Это стало одной из причин отсталости социального «архипелага», затормозило реформы, способствовало усилению разобщенности и деморализованности».

На сегодняшний день необходимо проследить, как развивается социальная журналистика в условиях инфотейнмента и коммерциализации. И возможно ли обсуждать социальные проблемы общества с использованием новых технологий в СМИ? При этом стоит учитывать, что социальные характеристики включают экономические механизмы, а также нравственные правила и стандарты, определяющие отношения средства информации и аудитории.

В связи с этим, актуальным является изучение социальной журналистики и проблематики в региональных СМИ. Также актуальность темы данного исследования обусловлена возрастанием роли СМИ в формировании представлений людей о социальных явлениях и процессах. Социальная проблематика в красноярских средствах массовой информации малоизучена, поэтому требуется анализ современных условий, чтобы выявить особенности, отличающие и характеризующие именно социальную тележурналистику и выявить тенденции развития социальной проблематики в концепции телеканала.

В исследовании необходимо проследить развитие социальной журналистики в условиях инфотейнмента и коммерциализации СМИ.

Объект исследования: социальная проблематика.

Предмет исследования: социальная проблематика в контенте телеканала ТВК.

Научная новизна работы заключается в исследовании проблем социальной журналистики на примере проектов телеканала ТВК.

Целью работы является рассмотрение тележурналистики, как средства освещения проблем на примере регионального телеканала ТВК.

Цель работы обусловила постановку и решение следующих задач:

- определить понятие социальной журналистики;
- рассмотреть проблемы и темы, освещаемые социальной журналистикой;
- проанализировать социальную сферу как специфический объект отражения в журналистике;
- описать основные жанры социальной тележурналистики;
- определить возможности телевидения, как медийного ресурса социальной сферы;
- выявить и проанализировать особенности социальных сюжетов телеканала ТВК.

Теоретической базу исследовательской работы составили: работы по социологии социальной сферы и социальных проблем О. И. Иванова, Г. И. Осадчей, В. Н. Ковалева, С. А. Шавеля, Ф. И. Шаркова, исследования, посвященные социальному функционированию журналистики И. М. Дзялошинского, Я. Н. Засурского, Р. Г. Иванян, С. Г. Корконосенко, В. Ю. Малугиной, Г. С. Мельник, В. А. Сидорова, Е. П. Прохорова, Л. Г. Свитич, И. Д. Фомичевой, Т. И. Фроловой и др., исследования природы и специфики восприятия телевизионной информации Т. З. Адамьянц, Н. Н. Богомоловой и др.

Эмпирической базой исследования являются телевизионные программы и проект «Большая уборка» телеканала ТВК.

Методологической основой стал структурно-функциональный метод исследования, применялся системный анализ. В процессе исследования были использованы метод наблюдения, анализ телевизионного контента (текстов и видеоряда) и контент-анализ отдельных программ и циклов, сопоставительный анализ публикаций СМИ на социальные темы.

# **1 Социальная проблематика в системе средств массовой информации**

## **1.1 Социальная журналистика**

В широком смысле понятие «социальная проблематика» рассматривается в энциклопедическом словаре. Включает в себя три понятия. Первое — это определение социальных проблем как явление, существующие независимо от воли и сознания индивидов. Второе представление носит субъективный характер и рассматривает социальные проблемы, прежде всего, как проблемы не удовлетворяющие потребности и ценности группы или общности. По определению конструкционистов именно это определение носит точный характер, так как социальная проблема рассматривается как результат коллективного сознания. Неудовлетворенность социума служит основой восприятия ситуаций как проблемных. Также рассматривается диалектический подход. В рамках этого представления говорится о том, что социальные проблемы содержат в себе как субъективные, так и объективные компоненты.

В социологии первоначально возникло объективистское представление о социальных проблемах, а затем стало формироваться диалектическое представление. Сейчас же ориентир идет на субъективистское.

Если рассматривать процесс реализации социальной проблематики в СМИ, то журналистика выступает в качестве регулятора общественной деятельности и института. Ю. А. Ермаков пишет, что журналистика является координатором социальной жизни общества, выполняя разнообразные ориентации индивидов в социальной среде. В этом смысле социальная журналистика является связующим звеном в жизни общества. Сфера социального обладает разнообразной структурой и включает в себя различные аспекты жизни общества. Главное, что подчеркивают эксперты - социальная сфера направлена на удовлетворение потребностей людей и формирование условий жизнедеятельности.

Принято выделять следующие виды социальных проблем — это институциональные, возникающие на уровне институтов; локальные, затрагивающие проблемы индивида на уровне группы; системные, требующие преобразований в обществе.

В профессиональном жаргоне журналиста понятие социального интерпретировано по — разному: «социалка», «социальная проблема», «проблемы социальной сферы». Стоит рассмотреть смысл, использованных понятий подробно:

- «социалка» не зависит от жанра и рассматривает различные социальные процессы, происходящие в обществе;

- «социальная проблема» также имеет широкий охват социальных процессов. Журналистом могут быть проанализированы как проблемы безработицы, так и экологическая обстановка региона;

- «социальная тема» включает в себя не только проблемные материалы на социальные темы. Это может быть и праздник двора, устроенный по инициативе жителей дома, так и вопросы ЖКХ, обсуждаемые в СМИ.

Социальная проблематика в системе средств массовой информации связана с различными аспектами жизни общества — политической, экономической и духовной. Но именно в социальной сфере сосредоточены механизмы реализации общества и его жизнедеятельности.

Социальная проблематика рассматривает социальные функции и подходы, заложенные в профессиональные знания. Так выделяется основной подход социальной проблематики в СМИ.

Функциональный подход провозглашает в первую очередь суверенитет личности. Данный подход рассматривает развитие цивилизации общества, обеспечивает рассмотрение целостности общества. К примеру, если рассматривать тему экологии, то при функциональном подходе журналист должен изучить экологическую обстановку региона или края, обратиться к документам и экспертам. Целостность рассмотрения проблемы —

неотъемлемая часть данного подхода. В центре - потребности человека, как основа развития общества.

При этом каждый индивид воспринимает и интерпретирует социальную информацию индивидуально. На это влияет подача материала и жизненные ориентиры личности, которые строятся из жизненного опыта. Об этом утверждает и С. Г. Корконосенко: «Социальная информация производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением» [Корконосенко, 2011, с.66]. Таким образом, востребованность в социальной информации является главной составляющей в жизни общества.

Требования, которыми должна обладать социальная информация, выделены следующие:

- социальная тематика должна привлекать внимание общественности;
- иметь побуждающий мотив;
- быть доступной;
- должна быть истолкована зрителем однозначно.

Исследуя социальную проблематику общества, журналист анализирует реальную картину и социальную действительность. Изучает заявленную тему на различных социальных уровнях. Социальная информация имеет и коммуникативный аспект, то есть взаимодействует с обществом и его интересами. Как отмечает Б. В. Марков, желая связать вместе «разум, нравственность и демократию», Хабермас искал место их соединения и нашел его «в коммуникативных действиях, которые предназначены для того, чтобы достичь согласия взаимопонимания и признания в процессе переговоров, обмена мнениями и их обоснования».

В нашей работе, мы определяем социальную проблематику, как взаимодействие между сложившейся средой и коллективом (группой или общностью). Рассматриваем компоненты, которые могли неблагоприятно



сказаться на жизненной ситуации субъекта и препятствуют удовлетворению его потребностей.

Совокупность социальных ролей журналистики заключается в социальных обязанностях, которые, по мнению С. Н. Корконосенко, пресса выполняет в соответствии с ожиданиями публики и ее запросами. Все эти обязанности реализуются в разных системах общества: экономике, социальной жизни, духовной и политической. Школа журналистики Петербурга выделяет основные социальные функции, такие как: производственно-экономическую, информационно-коммуникативную, регулирующую и духовно — идеологическую. Московская школа выделяет: коммуникативную функцию (контакт журналиста и аудитории), идеологическая и культурно — образовательная (отвечают за формирование мировоззрения у аудитории), рекламно- справочная (организация быта и картины мира), рекреативная (направлена на развлечения и эмоциональную сферу человека), организаторская (показывает достигнутые результаты).

Коммуникативная функция включает в себя две стороны. Контакт с живыми существами, их обмен информацией и коммуникации. Все виды общения в зависимости от коммуникации и содержания присутствуют в массовой коммуникации, которая входит в систему СМИ. Массовая коммуникация играет определенную роль в развитии личности, так как с точки зрения философии, коммуникация как самоидентификация. Другая сторона коммуникативной функции деятельность человека и его контакт с природой.

Идеологическая функция характеризуется системой взглядов, идей и мнений, которые характеризуют определенную социальную группу. Журналистика при использовании идеологической функции стремится укрепить общественное мнение и самосознание индивидов. Под воздействием журналистских произведений строится массовое сознание. Прохоров предлагает ознакомиться со следующей схемой построения массового сознания. Схема построена на трех основах: первое — общественное мнение, в

него входит историческое знание, а историческое знание подразделяется на мировоззрение и миросозерцание. Если смотреть реализацию этой схемы в журналистике, то можно сказать, что журналист определяет возможные тенденции развития событий, анализируя прошлое. Таким образом, идеологическая функция способствует развитию сознательности индивидов, за счет ориентации к действительности.

Культурно — просветительская функция журналистики направлена на формирование и типизацию образов. Журналист доносит до аудитории суть созданного или существующего образа. За счет этого аудитория «учится» анализировать, проводить сравнительный анализ. Выполняя, эту функцию, пресса выступает в качестве культурного созидателя.

В методологические функции включается рекламно-справочная, рекреативная и организационная функции. Любое журналистское произведение основано на факте, поэтому необходимо собрать все эмпирические факты и составить их в логическую цепочку и анализирует в соответствии с теоретическими размышлениями. Рекреативная функция носит развлекательный характер и релаксацию. Чтобы материалы имели отклик у общества, необходимо обращать внимание на эмоциональное воздействие.

Организационная функция регулирует массовое сознание. Во-первых, организационная функция оказывает влияние на общественное мнение, во-вторых, на воздействует на социальные институты. Журналистика ставит своей задачей как можно более адекватное отражение мира, выявление истины, чтобы аудитория имела возможность принимать решения, позволяющие ей достичь оптимальных результатов при минимальных затратах в реализации своих потребностей.

Регулирующая функция занимается установкой контакта между аудиторией и журналистом. Эта функция влияет на создание социальных стереотипов общества. Аудитория имеет возможность проанализировать и сравнить социальные ситуации, освещаемые СМИ, либо с негативной точки зрения, либо же с позитивной.

Таким образом, социальная сфера в журналистике имеет сложную систему, которая должна отвечать запросам аудитории. Решение социальных проблем общества не может быть однозначно. Оно требует комплексного подхода, анализа ситуации с разных точек зрения и внедрения журналиста в определенную проблему. Отвечая на запрос аудитории, журналист должен соединить объективную точку зрения и рассмотреть субъективное мнение людей, исходя из ситуации. Также журналист должен проявить образное и понятийное мышление, чтобы перейти от общего к частному, при анализе ситуации.

Чтобы четко разграничить сферу и функции социальной журналистики и проблематики в системе СМИ, мы рассмотрим политическую и развлекательную журналистику.

Свойства политической журналистики можно определить как пропаганду политических процессов. С одной стороны журналистика участвует в политической деятельности и является ее наблюдателем, а с другой стороны, занимается пропагандой политической деятельности, промоушеном. Задача политической публицистики заключается в интерпретации происходящих политических событий.

Также стоит отметить, что современная наука определяет взаимосвязь политики и журналистики, новым научным направлением — политологией, которая является соотнесением политической теории и журналистских тенденций.

Функция, на которую делается основной уклон в политической журналистике — организаторская. Она побуждает аудиторию на действия (митинги, демонстрации и так далее).

Развлекательная журналистика склонна удовлетворить рекреационную функцию. Программа считается развлекательной, если она удовлетворяет потребности зрителя в получении позитивных эмоций. Также в эскапизме (уходе от реальности) и эмоционально-комическом осмыслении.

Если же рассматривать социальную журналистику и ее реализацию, то основные функции, которые удовлетворяют потребности индивида сводятся к освещению социальных проблем и их анализу со стороны журналиста.

Рассматривая явление «социальной журналистики», и ее реализацию в СМИ, стоит обратиться к социальной теории прессы, которая ассоциируется с «комиссией по свободе прессы» США. Теория социальной прессы сводится к тому, что журналистика становится предметом общественного контроля и допускает свободную прессу без цензуры. Практика освоения теории заключается в выполнении устава для защиты редакционной и журналистской свободы и кодекса журналистской этики. В этом заключается основное отличие социальных свойств журналистики от развлекательной или политической прессы.

Функция социальной критики или «сторожевой собаки» - еще один критерий, наделяющий социальную журналистику определенной характеристикой. Образ сторожевой собаки взят за основу борьбы журналиста с различными пороками общества. Впервые такой образ был взят в американской теории прессы. Также функция социальной критики способствует улучшению общественной жизни, так как занимается расследованиями и изучает ситуацию с разных сторон.

Впервые подход «сторожевой собаки» был применен в США. Яркий пример разоблачения и высмеивания общественных пороков наблюдается в Уолтерском деле газета «Вашингтон Пост». Журналисты провели опросы, составили оценку и ряд гипотез, которые в дальнейшем были использованы. Публикации имели ряд последствий: к ответственности был привлечен президент США и вынесены обвинительные приговоры коллегам президента. На сегодняшний день функция «сторожевой собаки» прослеживается в журналистских расследованиях. Например, «Дело Скрипаля» или освещение происходящей ситуации на Украине.

Развитие «нарративной журналистики» - факт, подтверждающий ориентацию прессы на отражение социальной жизни.

Бытоописательная журналистика выходит на первый план. В еженедельниках информационно — аналитического жанра «Эксперт», «Русский репортер» присутствует анализ социальных проблем общества. Повестка дня рассказывается в совокупности с анализом социальной обстановки общества и комплексным подходом к освещению темы.

Эксперты, изучающие социальные процессы в СМИ пишут о том, что социальная журналистика - это направление в журналистике, занимающееся освещением социальных проблем и вопросов общества - проблем, связанных с противоречиями внутри общества (система «человек - общество»); это вопросы здравоохранения, образования, обеспечения работой, проблемы антиглобализма и другие [Гессен, 2003, с.23].

Являясь важнейшим объектом журналистской деятельности, социальная сфера с присущими ей характеристиками относительной самостоятельностью, целостностью, функциональностью, инерционностью и персонифицированностью формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности в масс-медиа [Гессен, 2003, с.21].

Один из ведущих теоретиков в области социальной журналистики Т. И. Фролова, определяя предмет и границы социальной журналистики, отмечает, что полноценная социальная журналистика включает различные аспекты профессиональной журналистской деятельности:

- отражение в прессе проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;
- анализ любой информации с позиций интересов человеческой личности, не противоречащих развитию всего общества;
- использование особых источников, методов, технологий, формирующих творческое своеобразие социальной журналистики;
- вовлечение в информационный обмен самих граждан, создание их собственных информационных ресурсов;

- инициирование социальных проектов и акций, непосредственно направленных на решение острых проблемных ситуаций, прямое участие в них [Фролова, 2003, с.59].

Подводя итог, можно сделать вывод, что социальная журналистика информирует людей о действительности и происходящих событиях. Также социальная журналистика способствует выстраиванию взаимоотношений между социальными общностями и людьми. В этом состоит ее отличительная черта.

## **1.2 Темы и жанры социальной журналистики**

Журналистское произведение, в зависимости от цели, содержит в себе определенные средства выразительности, которые в свою очередь делятся на аналитические, художественные, информационные и фактологические.

А.Ю. Уколов отмечает: «Слово «социальный» стало одним из ключевых элементов современного публичного дискурса» [Уколов, 2005, с.229]. «Значительной частью контента периодической печати» исследователь называет демографию, здравоохранение, жилье, проблемы социально уязвимых групп, которые формируют «довольно пестрый и противоречивый информационный фон, соединяя пиар социальной политики, журналистские расследования, мозаику новостей» [Уколов, 2005, с.229]. Уточняя функции социальной журналистики, автор указывает, что «функциональная специфика подобной тематики предполагает включенность в конкретное социальное бытование людей, в их деятельность, которая осуществляется параллельно информационному потоку» [Уколов, 2005, с.229].

Социальная журналистика, как своеобразное направление, предполагает выбор определенных жанров журналистики.

Описывая жанры социальной журналистики, мы будем опираться на работу О. Чернега «Социальная журналистика: жанровый аспект» [Чернега, 2003, с.74].

а) информационная журналистика предполагает жанры: интервью, репортаж, заметка, отчет. Эти жанры могут быть реализованы в социальной журналистике:

1) интервью — изложение фактов в форме вопрос-ответ. Автор выделяет три вида интервью: проблемное, портретное и информационное. В силу тяготения социальных журналистов к интерпретации, толкованию, интервью как самостоятельный жанр, по мнению О. Чернега, ими используется неоправданно редко, чаще - в качестве фрагмента монологического текста [Чернега, 2003, с.78].;

2) отражение событий, эмоциональный отклик автора, яркие детали и атмосфера события присущи репортажу. Этот жанр также разделяют как событийный репортаж, то есть посвященный конкретному событию или же организованный, посвященный какой — то акции, которую создала редакция;

3) заметка — это жанр, описывающий факт, явление или событие. В основе заметки всегда лежит факт, а мнение и оценка журналиста вторичны. Также существуют несколько видов заметок: расширенная, стандартная и «хроника»;

4) следующий жанр, который относится к информационным — отчет. Он позволяет передать ход событий, место действия происходящего. Существует два подвида отчета — тематический (обсуждает заявленные проблемы) и прямой (перечисляет основные моменты события).

б) аналитические жанры — это вторая группа. К ним относится комментарий, статья, обозрение, расследование, письмо и рецензия:

1) комментарий описывает предысторию и причины события. Журналист выявляет жизненные интересы действующих лиц, сопоставляет позиции людей, вовлеченных в острую социальную проблематику. В конечном счете, автор комментария должен продемонстрировать - как вести себя читателям по отношению к этому событию. Как отмечает Чернега, комментарий чаще используется в качестве внутреннего фрагмента социального «произведения» журналиста;

2) статья — объемный аналитический жанр в журналистике. В основе жанра всегда заложена значимая для общества проблема. Цель статьи — формирование общественного мнения по определенной проблеме;

3) в обзоре журналист сопоставляет события, происходящие в регионе за определенный срок. От автора требуется осмысление, изучение проблемы, оценка. Обзор востребован в журналах или еженедельниках;

4) один из основных жанров социальной журналистики, который выделяет О. Чернега, - письмо. Письмо делится на подвиды: «открытое» письмо (указывается конкретный адресат), «письмо без адреса» (в качестве адресата - предельно широкая социальная группа). Как правило, этот жанр востребован внештатными сотрудниками редакции: авторы делятся своими впечатлениями, размышлениями или апеллируют к общественному мнению. Возможно, актуальность жанра именно в социальной журналистике предопределена объективной близостью социальной проблематики интересам и нуждам народа;

5) рецензия — это литературно-художественный жанр. Его задача просветить читателя. Предметом рецензии принято считать действительность, пропущенная через творческое сознание. Этот жанр редко используется в социальной журналистике;

б) последний аналитический жанр — расследование. Главная задача жанра выяснить причины и виновных в том или ином событии. Этот жанр эффективен и действенен. Так как читатель или слушатель доверяет журналисту и вовлекается в процесс поиска информации.

в) группа жанров художественно — публицистических: очерк, зарисовка, эссе и фельетон:

1) один из самых масштабных жанров публицистики — очерк. Этот жанр помогает проникнуть в проблему. Очерк создается за счет синтеза логико-рационального и эмоционально-образного методов отражения действительности. Существует несколько видов очерка: путевой, портретный и проблемный;



2) зарисовка — это малая форма очерка. Описывает человека или событие посредством эмоциональной окраски. В зарисовке всегда присутствуют яркие детали, образы, которые помогают раскрыть человека аудитории;

3) следующий жанр — эссе. В этом жанре автор свободно выражает свои мысли и идеи по определенной теме. В основе эссе лежит эмоциональность автора, поиск истины. Если рассматривать это жанр с точки зрения социальной журналистики, то скорее эссе используется, как колонка в журнале;

4) фельетон — это ироничный показ явлений, проблем или ситуаций, которые присущи обществу. По наблюдению О. Чернега, в социальной журналистике не востребован, хотя несомненно, что «человечество расстается со своим прошлым, смеясь», что зло осмеянное становится не страшным [Чернега, 2003, с.86].

Стоит сказать о том, что социальная журналистика имеет не только множество тем, которые необходимо осветить, но и достаточную художественную палитру, через которую журналист может донести информацию до аудитории. Современная социальная журналистика развивается как отдельное направление публицистики.

И. А. Зацепина рассматривает подходы в ТВ — журналистике:

В современной практике освещения социальной проблематики сформировались следующими направлениями:

- информационное сопровождение действий;
- трэш ТВ – обращение к телесному, к потребностям;
- журналистика социального действия или журналистика реальных возможностей.

Полноценная социальная сфера в масс – медиа включает в себя:

- отражение проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;
- анализ любой информации с позиций общественного большинства и в интересах развития всего общества;

- использование профессиональных ресурсов, формирующих своеобразие социальной журналистики;

- вовлечение в информационный обмен самих граждан.

Характеристика социальной журналистики по Зацепиной:

«Социальная журналистика обладает» относительной самостоятельностью; целостностью; функциональностью; инерционностью; персонифицированностью формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности в масс – медиа.

Подходы освещения. Социальная сфера предоставляет немало информационных поводов для масс –медиа. В зависимости от того, насколько реализованной оказывается ее функциональная специфика, мы наблюдаем «объектный» и «предметный» принцип освещения.

Объектный – предполагает отстраненное наблюдение за объектом, который остается при этом для публики «вещью в себе». Характерными показателями объектного отражения являются спорадичность, фрагментарность, односторонность сообщений, отсутствие реального адресата и целевой направленности.

Предметный – характеризуется последовательностью, целостностью, всесторонностью, адресностью и целевой направленностью сообщений.

Масс – медиа как сфера социальной деятельности формирует основы цивилизованного общества, способствует решению социальных проблем, помогает людям принимать компетентные решения на основе достоверной оперативной информации. Сегодня социальные СМИ развиваются в двух направлениях: ( Пишет автор)

- информируя, организовывая отдельные акции и помощь в конкретных ситуациях, будь то участие в судьбе социально незащищенного, обездоленного человека, или «полезная» для общественных организаций информация о проектной деятельности;

- пытаюсь смягчить общественные настроения, установки и нравы посредством привнесения идей милосердия, сострадания.

Социальные СМИ отображают действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях, дает возможность обмениваться мнениями по различным поводам, особым образом участвуют в регулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни.

В статье Е. Ю. Юдиной «жанрово — тематические особенности подачи социальных материалов в интернет — изданиях» приводится ряд тематических блоков, которые разделяют социальную проблематику в журналистике на несколько тематических аспектов. Классификация, предлагаемая автором, построена на основании результатов экспертного опроса действующих журналистов. Это соотносится с теоретическими наработками исследования и эмпирическими результатами.

Блок тем, выделяемых Юдиной:

- «человек и его положение в обществе». Сюда входят такие темы, как алкоголизм, безработица и наркомания, бедность и положение низших слоев общества. Также сюда относятся темы о пенсионерах, инвалидах и др.;

- «взаимоотношение человека и общества». К этим фактам относится противозаконность. Например, преступность, бандитизм, детская преступность как угроза общества, проституция и другое. В этом случае социальная журналистика тяготеет к комплексному анализу какого-либо явления;

- «взаимоотношения человека и государства». К этому относятся: коррупция, социальное обеспечение и защита населения, деятельность бюджетных и некоммерческих организаций, образование и нарушение прав человека. В данном случае социальная журналистика играет роль «борца за справедливость»;

- «человек и экологическая и природоохранная деятельность». Сюда вошли загрязнение окружающей среды, Акции по охране природы, техногенные катастрофы и т. д. «Экологическая журналистика»;

- «проблемы здравоохранения и пропаганда здорового образа жизни». Здесь отражены вопросы низкой рождаемости, ВИЧ, заболевания, самоубийства, ЗОЖ;

- «нравственность, моральное воспитание, ценностные ориентиры человека» туда входят экстремизм, нацизм, вопросы толерантности, межнациональные вопросы;

- последний блок «Вопросы безопасности в Интернете». Акции в социальных сетях, вопросы детской безопасности в интернете и т. д..

На основе ранних исследований, Юдина, анализирует форматы, предлагаемые Т. И. Фроловой. (Социальный репортаж, человеческие истории, социальное расследование, «прямая речь», социальное проектирование).

Юдина пишет о том, что в социальной журналистике должен преобладать анализ. Поэтому, к «большим» жанрам относятся: социальный репортаж, человеческие истории, обозрение, очерк, аналитическая корреспонденция, «прямая речь», социальное проектирование. Все эти жанры напрямую связаны с социальной тематикой и готовы оказать полноценный анализ ситуации.

Чтобы сделать классификацию более полной, мы обратились к пирамиде потребностей Абрахама Харольба Маслоу, которая дает визуальное представление потребностей человека в виде иерархической пирамиды. Если опираться на пирамиду, можно предположить, что социальные потребности человека сводятся к двум основным факторам — это физиология (первый уровень, фундамент пирамиды) и безопасность (второй уровень). Классификация тем, которая представлена в статье Юдиной, основывается на двух базовых уровнях пирамиды.

Анализируя журналистские труды в сфере социальной журналистики, В. И. Мусияченко выделяет следующие наиболее актуальные темы в современной действительности:

- а) формы самоорганизации граждан для решения своих проблем;
- б) механизмы взаимодействия некоммерческих организаций с властью и бизнесом в социальной сфере;

в) потенциал общественных организаций в разных сферах социальной жизни:

- 1) ресурсные центры;
- 2) благотворительные акции;
- 3) добровольческая помощь;
- 4) консультативная помощь;
- 5) телефон доверия;
- б) справочно-информационная система и так далее.

г) проблемы незащищенных слоев населения:

- 1) безработные;
- 2) мигранты;
- 3) неполные семьи;
- 4) вопросы социального сиротства;
- 5) отношение к престарелым гражданам;
- б) создание безбарьерной среды для людей с ограниченными

возможностями;

7) адаптации и социализации детей с ограниченными возможностями;

д) проблемы молодежи:

- 1) алкоголизм;
- 2) наркомания;
- 3) СПИД;
- 4) криминализация общества и подростковая преступность;
- 5) доступность и качество образования;

б) деятельность детских учреждений (школы, семейные детские дома, пансионаты, сиротские приюты и другое);

е) экологическая и природоохранная деятельности:

1) формы и опыт деятельности общественных экологических организаций;

- 2) экологические проблемы регионов и экологическая экспертиза;
- 3) экологическое образование и другое;

ж) пропаганда здорового образа жизни:

1) популяризация массового спорта и физкультурного движения;

2) роль спорта в воспитании;

3) «социальные» болезни и их профилактика;

4) физическое и психическое здоровье;

5) информация о нетрадиционных методиках лечения;

б) арт-терапия;

7) музыкальная терапия и так далее;

з) темы нравственного воспитания и экологии личности:

1) принципы гражданского общества, толерантности, семейные и нравственные ценности;

2) межэтнические, межконфессиональные проблемы;

3) спонсорская помощь;

4) опыт благотворительных фондов;

5) традиции меценатства.

и) социально-трудовые отношения и экономическая политика:

1) социальная защита населения;

2) социальное обеспечение и социальное страхование;

3) доходы и уровень жизни населения;

4) развитие рынка труда;

5) охрана труда и экологическая безопасность [Мусияченко, 2004, с.167].

Подводя итог, можно сделать вывод, что социальная тематика касается жизни человека и его существования. Социальная журналистика не задевает такие темы, как войны, политика и культура. Трактовка социальных проблем, освещаемых в СМИ, может оказать воздействие на существующие проблемы самого общества.

Также стоит отметить, что жесткого разграничения на социальную и несоциальную тематику в журналистике не существует. Так как профессия журналиста — социальна. В связи с этим круг тем, поднимаемый журналистом, довольно широк.

Т. И. Фролова отмечает, что именно социальная журналистика определяет ее предметное своеобразие, прежде всего, тематические особенности: проблемы труда, занятости, доходов, образования, здравоохранения, социальной защиты, межнациональных отношений, женщин, детей, семьи, других социальных групп и отдельных сегментов, социальной инфраструктуры и т. д. [Фролова, 2009, с. 25].

### **1.3 Критерии анализа телевизионных программ**

Для того, чтобы создать «грамотное» и интересное зрителю произведение, автор (журналист) должен владеть всеми приемами и средствами воплощения на экране творческого замысла. Иными словами – должен уметь использовать все средства экранной выразительности.

Специфический художественный язык - совокупность технических приемов и изобразительно-выразительных средств, с помощью которых творец воплощает свой замысел.

Существуют три основные группы экранных средств выразительности: изобразительно - выразительные, драматургические и звуковые. Рассмотрим их несколько подробнее.

Изобразительно — выразительные средства основаны на главном отличии телевидения (и в целом кинематографа) – способности запечатлевать движение. Экранные средства выражения кино и телевидение обладают не только пространственными, но и временными качествами. Поэтому понятие «кадр» охватывает и еще один признак протяженность во времени, т. е. длительность пребывания изображения на экране. Кадром называют также часть фильма (или телепередачи), снятую «одним взглядом» камеры, т. е. во время непрерывной работы камеры, иными словами в отрезок времени от начала до конца движения пленки в кинокамере (или в отрезок времени от момента включения телекамеры в эфир и до момента ее отключения от эфира). Планом называют масштаб изображения, содержащегося в кадре. Понятие

«план» выражает степень крупности изображаемой фигуры или предмета, зависит от дистанции между камерой и снимаемой фигурой и от фокусного расстояния объектива.

Чтобы создать «движущееся изображение» необходимо учитывать следующее:

- правильно «вырезать» из изображаемой действительности нужный автору и интересный зрителю кусок - то есть выбрать кадр;

- определить необходимую степень приближенности камеры к снимаемому предмету или человеку – здесь мы говорим о плане;

- выстроить композицию кадра— взаиморасположение фигур и предметов в плоскости экрана;

- а также не стоит забывать о размещении фигур относительно друг друга в глубине изображаемого на экране пространства, то есть о мизансцене.

- выбрать правильную точку съемки – ракурс. Ракурс есть положение кинокамеры по отношению к снимаемому объекту;

- наконец, позаботиться о таких важных средствах создания киноизображения, как цвет, свет и тень. Еще один важный элемент языка экрана ракурс. Термин «ракурс» обозначает любой угол, образуемый оптической осью объектива и плоскостью предмета, в том числе и прямой. Теперь говорят уже об обычном и необычном ракурсе, тогда как на заре кино и телевидения ракурс предполагал только необычную точку зрения, при которой обнаруживалось перспективное искажение фигуры или предмета. Переосмысление понятия «ракурс» объясняется тем, что современная оптика передает объем фигуры или предмета, перспективно искажая линии даже при фронтальной съемке.

Мы выделили главные (основные) изобразительно-выразительные средства. Помним, что есть еще и специальные (оптика, пленка, режим печати отснятого киноизображения и т.д.), однако для анализа нам будет достаточно «основного» инструментария.



Помимо изобразительно-выразительной группы средств, мы можем выделить также драматургические средства. В их основе лежат общие законы построения передачи или фильма. С одной стороны – это независимость каждого кадра, а с другой – подчиненность его единой мысли, раскрывающей внутренний смысл экранного произведения. В каждом экранном произведении (в идеале) должно лежать действие, которое организует всю драматургию произведения, обеспечивает логику показа фактов, событий, поступков и стремлений героев.

Иными словами – в экранном произведении мы должны наблюдать движение авторской мысли. Самое важное – зритель должен ощущать внутреннее драматургическое единство. Драматургия телевизионного произведения, построение фильма, передачи, программы, которое отвечает четырехчастному делению описываемого действия, независимо от характера телевизионного произведения (документальное, игровое), а также независимо от его хронометража. Драматургия предполагает развитие действия, события, характера героя или его мысли по четырем стадиям: экспозиция, развитие действия, мысли, характера, ведущее к кульминации и затем к развязке.

Соблюдение законов драматургии телевизионного произведения — это единственная возможность привлечь внимание зрителя, сделать сюжет или программу запоминающейся, со всеми вытекающими отсюда последствиями: высокие рейтинги, интерес спонсоров. Для этого нужно осознавать понятия: тема, идея, сюжет, экспозиция, завязка, конфликт, развитие действия, кульминация, развязка.

Звуковые средства экранной выразительности (речь, музыка, шум) чаще всего используются в телепередачах изучаемого нами формата для того, чтобы точнее передать «атмосферу» места. На них мы не будем останавливаться подробнее, поскольку их роль в изучаемой нами программе невелика.

Для наиболее комплексного анализа мы рассмотрели научную статью М. В. Орловой «Специфика оценки качества журналистских текстов, освещающих проблемы экологии». Автор статьи выделяет следующие позиции для анализа

журналистских материалов на тему экологии. В первую очередь стоит проанализировать семантическую составляющую. В этот критерий оценки входит тема, идея и проблема. Второй элемент анализа — это синтаксические отношения, которые дают представление о структуре текста (композиция, анализ структуры текста, жанр, журналистский образ, выразительные средства языка). Заключительным элементом анализа является относительная информация о тексте, то есть его прагматическая сторона (аудитория, актуальность, привлечение внимания, полезность, декодируемость и социальные функции текста).

Анализ при использовании подробной реализации требований, предъявляемых журналистскому тексту, помогает произвести качественную оценку и способствует развитию освещения экологической темы в концепции социальной журналистики.

В статье Р. П. Баканова «критерии анализа телевизионных передач и тенденций развития телевизионного вещания в творчестве телекритика Юрия Богомолова» рассмотрены критерии анализа, которые можно разделить на творческий уровень телевидения и критерии, выявляющие функционирование телевидения как социального направления в целом.

Группа критериев, который выделяют творческий потенциал телевидения:

-актуальность темы или проблемы телевизионной программы или проекта и ее новизна;

- определение жанра телепрограммы;

- изучение художественно – выразительных средств и замысла проектов;

- изучение экранного имиджа ведущего или героев программы;

- изучение средств, с помощью которых, творческий коллектив редакции выражал свои идеи. Например, технические средства монтажа или изобразительно-выразительные средства языка.

Группа критериев анализа, выявляющая принципы функционирования телевидения как социального явления:

- выявление социального контекста, который включен в сюжет конкретной передачи. В рамках этого критерия автор опирался на воздействие на человека социальных смыслов;

- изучение стратегий организации вещания современных телеканалов. В рамках этого критерия предполагается формулировка цели автора. В данной статье рассматривается сотрудничество с Российской газетой» и финансово-экономическая и политическая стратегии.

Эти критерии помогут нам произвести анализ социальных проектов телеканала ТВК.

## **2 Социальная проблематика на телеканале ТВК**

### **2.1 Социальная журналистика телеканала**

#### **2.1.1 Анализ проекта «Спецрасследования Новостей ТВК»**

Для исследования и оценки социальной проблематики Красноярска мы будем использовать телеканал ТВК. Так как много проектов посвящено именно социальной проблематике Красноярска. Также телеканал активно взаимодействует с жителями города, что помогает журналистам узнать проблему и сделать подробную оценку или анализ ситуации. Так, например, можно отправить суть интересующей проблемы через мессенджеры или социальные сети или позвонить непосредственно в редакцию ТВК. На ТВК разработано множество проектов, которые посвящены социальной проблематике. В нашей работе мы рассмотрим проекты, которые имеют свою актуальность на сегодняшний день - это «Проверка Новостей ТВК» и «Большая уборка».

Социальный проект ТВК, который один из первых анализировал обстановку Красноярска — это «Спецрасследования новостей ТВК». Этот проект стартовал еще в 2014 году. За время существования проекта журналисты и авторы подняли различные темы, которые относятся к социальным.

В выпуске спецрасследования «Алюминиевые огурцы» журналисты проанализировали и рассмотрели жалобу дачников из садового кооператива «Алюминий», который находится в промышленной зоне Красноярска. Расследование проводит корреспондент — Захар Письменных. Комплексный подход сюжета помогает проанализировать проблему с разных точек зрения. Дачники рассказывают о том, что зеленую зону застраивают автоцепами. Бизнесмены с автомобильного рынка выкупают садовые участки «за копейки», рассказывают потерпевшие. Но тут же журналист использует в расследовании документацию, которая подтверждает, что автомойка была построена на

законном основании, а дачники проиграли суд. Ситуацию подтверждает председатель общества «Алюминий». Также подробный комментарий взят у властей города. Исследование журналистом социальной темы оказало влияние, как на властей, так и на ситуацию. Администрация подала иск в суд на законность использования земель бизнесменами. Объективный подход журналиста к проблеме, тематика и функции могут судить о том, что сюжет относится к жанру социальной журналистики.

Выпуск спецрасследования «Что за хлеб мы едим?» начинается с видеообращения зрителя, который демонстрирует, что хлеб изготовлен некачественно. Также он говорит «Крошится, мнётся как пластилин, и плесневеет. И такой хлеб мы едим». В проблеме разбирается корреспондент Юлия Мовшович. Для начала журналист покупает разные буханки хлеба, анализ качества которых произведут эксперты. В спецрасследовании эксперты рассказывают о том, как можно определить некачественных хлеб в домашних условиях, также эксперты рассказывают, почему хлеб на прилавках магазинов «уже не тот». Показаны кадры исследования купленного хлеба на соответствие качества, но в итоге журналист говорит о том, что проверку хлеб не прошел, что подтверждает работник лаборатории. Снова можем сказать о том, что социальная проблематика присутствует в сюжете, так как тема интересует общество, еда удовлетворяет одну из главных потребностей человека и относится к физиологическому уровню. Юлия Мовшович делает комплексный анализ ситуации — это подтверждает различные комментарии и оценки экспертов. Журналист погружается в проблему и изучает ее досконально. Функции, которые задействованы в журналистском произведении — организационная, коммуникативная.

Выпуск спецрасследования «Жертвы макияжа» повествует о неудачных попытках девушек сделать перманентный макияж. В редакцию обратилась девушка, которой неудачно сделали перманентный макияж. После чего она вынуждена скрывать лицо и ходить в темных очках. Журналисту она рассказала о том, что деньги за процедуру вернуть удалось, однако, исправить

некачественную работу мастера уже практически невозможно. Используя объективный метод и комплексный подход к проблеме общества, журналист анализирует рынок так называемых «черных косметологов». Вывод, к которому пришел журналист, что в Красноярске низкоквалифицированных мастеров в 5 раз больше, чем профессионалов. За комментариями обратились в Роспотребнадзор, где эксперты выдали соответствующие советы и предупредили, что обращение к плохому мастеру грозит серьезными последствиями. Этот выпуск имеет социальную проблематику, так как поднимает волнующие проблемы общества (здравоохранение). В сюжете заложена организационная функция и коммуникативная, что отвечает требованиям социальной журналистики.

Подводя итог, автор проекта «Спецрасследования новостей ТВК» Евгения Зманская, говорит о том, что за время расследований удалось решить различные социальные проблемы жилищно-коммунального хозяйства, здравоохранения, и даже найти угнанный автомобиль.

Если обратиться к группе критериев, которые выделяют творческий потенциал проекта «Спецрасследование новостей ТВК», то можно выделить следующее:

- актуальность темы обусловлена жалобами зрителей, которые были присланы в редакцию телеканала. Их оказалось больше тысячи. Каждая социальная проблема была проработана журналистами. Новизна проекта определяется тем, что в Красноярске социальная тематика поднималась только в рамках новостных сюжетов, а на ТВК был сделан проект, который полностью посвящен социальным проблемам, интересующий телезрителей. При анализе журналисты пользовались разными подходами анализа информации;

- жанр программы — репортаж. Об этом свидетельствует динамика журналистского произведения, выезд на место. Так как журналист знакомит аудиторию с результатами ситуации и привлекает в свое произведение спикеров, которые детально дают оценку и выводы;

- художественно- выразительные средства и замысел проекта можно обозначить как решение актуальных социальных проблем в Красноярске;

- имидж ведущего. В проекте «Спецрасследование Новостей ТВК» появляются разные ведущие. Все они четко придерживаются плана, появляются в кадре, общаются с героями. Речь имеет разговорный характер;

- также монтаж определяет большую роль проекта. Много кадров, которые демонстрируют проблемы, обсуждаемые в кадре.

Группа критериев анализа, выявляющая принципы функционирования телевидения как социального явления:

- Если рассматривать реализацию социальной проблематике в проекте, то стоит сказать о том, что темы сюжетов попадают в специфику жанра — репортаж. При этом в проекте есть ряд функций, которые отражают социальную журналистику;

- цель авторов проекта обратить внимание властей на проблемы горожан.

Если рассматривать проект с точки зрения социальной проблематики, то можно прийти к следующим выводам:

- сюжеты отражают социальные функции журналистики, которые были изучены нами в теоретической базе. Основные функции, которые прослеживаются — это коммуникативная (взаимодействие с аудиторией и просмотр проблем, которые интересуют аудиторию) и организаторская функция (она побуждает людей сделать определенные выводы и рассмотреть ситуацию с разных точек зрения), идеологическая (формирует «картину мира» у аудитории);

- у проекта нет определенной тематики, однако все темы отвечают на злобу дня и посвящены социальной сфере общества;

- цель, которую преследовали авторы проекта — решить как можно больше социальных проблем, которые волнуют общество.

## 2.1.2 Анализ проекта «Проверка Новостей ТВК»

Один из значимых социальных проектов телеканала ТВК - «Проверка». Общая продолжительность всех «Проверок» Новостей ТВК, которые зрители посмотрели с начала этого телевизионного сезона – оставила 2 ч. 7 мин. и 41 сек., пишут авторы проекта. Изначально ведущей «проверок» на телеканале ТВК была Юлия Мовшович, сейчас - Екатерина Кашутчик.

Второй сезон, итоги которого ведущая — Екатерина Кашутчик, рассказала в выпуске от 26 апреля, пользовался популярностью. За этот сезон зрители телеканала прислали в редакцию 1 тысячу 234 жалобы, количество проверок, которые были представлены, заняли 143 минуты и 32 секунды. Журналисты отреагировали на массовые возмущения и узнали, что изменилось в общественных местах после проверки.

Больше всего «проверок» было посвящено школам. Журналисты посетили школы № 36, 98, 108 и гимназию №11.

В выпуске «проверки» про школу № 36, мы наблюдаем определенную драматургию в словах корреспондента «школа пережила войну и пожар, но проверку она вряд ли переживет». Это создает определенный образ и настроение у телезрителей. При этом перед самой проверкой идет подборка кадров, где показаны сколы на тарелках в столовой и серость стен школы. Монтаж и ракурсы откладывают определенный отпечаток и создают настроение у телезрителей. После того, как журналист Екатерина Кашутчик заходит в школу, ее не хотят пускать, что говорит о том, что школа не готова к проверке. В ходе сюжета демонстрируются различные проблемы школы: протекает потолок в одном из классов и видна плесень. Чтобы аудитория объективно воспринимала замечания ведущей в адрес школы, на экране демонстрируются выдержки из санитарных законов, которые обязаны исполнять все работающие в общественных сферах.

Образ ведущей дополняет программу. Она показывает все нюансы, демонстрирует на камеру сломанные стулья и скрипящие полы. Но стоит



сказать о том, что ее речь проста и имеет разговорный характер. Например, о потрескавшемся стуле она говорит «гроза женских колготок».

При этом, журналист рассказывает не только о плохом состоянии школы №36, демонстрируя объективный анализ, она рассказывает и о плюсах. Например, берет интервью у молодого специалиста, который недавно устроился в эту школу, о том, что кадровый ресурс укомплектован достаточно хорошо. В итоге были выставлены три плюса и пять минусов. Этот сюжет послужил для дальнейшего обращения в администрацию Красноярска. Социальная проблематика, которая преобладает в этом сюжете — это вопрос содержания школ города в надлежащем виде. За определенные нарушения, выявленные в ходе проверки новостей ТВК, были заплачены штрафы, так как журналисты обратились в Роспотребнадзор.

Кроме школ Красноярска «проверка» была проведена в медицинских учреждениях и рынках.

Следующий выпуск, который мы анализируем, рассказывает про рынок «Новая взлетка».

Каждый новый выпуск программы имеет заставку, где раскрывается драматургия сюжета. Выпуск про рынок начинается с того, как ведущая разговаривает с оператором о том, что за ее спиной бегают крысы. Далее идут кадры того, как ведущая открывает дверцу туалета и говорит о неприятном запахе. Такая заставка готовит телезрителя к дальнейшей проверке. При проверке параллельно на экран выведены жалобы, которые были отправлены телезрителями из выписок законов СанПиНа.

Ведущая второго сезона Екатерина Кашутчик использует в своей речи разговорные слова, которые дают субъективный подход журналиста к проблеме. Например, «..почему гнилье лежит на полке..». В ходе проверки журналист обнаруживает гнилые фрукты, просроченный огнетушитель, что говорит о нарушениях норм безопасности. Крупным планом показана грязь, разваленные ящики под прилавком.

Чтобы подключить общественное мнение берут интервью у людей, которые отовариваются на этом рынке, чтобы донести объективную картину происходящего.

Подводя итог, ведущая выставляет оценки. «...крысы и некачественный товар...». Екатерина ставит все минусы. После выхода сюжета в эфир, власти произвели проверку. Был выдан ряд штрафов и предписаний на устранение санитарных норм.

Также в рамках проекта «Проверка новостей ТВК» были проанализированы работы медицинских учреждений. Больше всего нареканий вызвала женская консультация № 3.

В выпуске «проверки» женской консультации № 3 рассматриваются проблемы жителей. Заставка этого выпуска начинается с того, как ведущая Екатерина Кашутчик пробует дозвониться до женской консультации. Потому что именно об этой проблеме писали зрители телеканала. Также показаны кадры, на которых ругаются в очереди в поликлинике.

Сюжет программы начинается с кадров в машине, Екатерина 5 раз набирает номер телефона женской консультации, но на ее телефонный звонок не отвечают или же сбрасывают его. Далее она проходит в медучреждение и выясняет, из-за чего возникает такая проблема. На регистратуре ей в камеру отвечают, что «проблема со связью», при этом на экран выводятся жалобы зрителей, где они пишут о том, что дозвониться в регистратуру не могут в течение нескольких дней. Журналист, чтобы выяснить причины сбоя телефона обращается к заведующей, которая говорит, что все хорошо. Далее идут интервью посетителей больницы, которые на прием к врачу пытались записаться в течение около трех недель.

Объективная картина, которая доносится до телезрителей, выстраивается из записанных разговоров с врачами и посетителями. Девушка говорит о том, что очередь долгая и ожидает около двух часов. Тут же показаны кадры, где заведующая заявляет об отсутствии очередей. Также поднимается вопрос кадров в больнице. Жители Красноярска говорят о том, что остался один врач

на всю больницу, при этом заведующая настаивает, что кадровой проблемы нет.

Чтобы показать положительные стороны женской консультации, Екатерина Кашутчик узнает отзывы о врачах, которые оказываются положительными. В интервью жители благодарят специалиста за качественную работу. Также ведущая отмечает чистоту помещения и ремонт. В итоге, после проверки отзыв остался неопределенным, так как было три минуса и три плюса. После выхода сюжета, в женской консультации было увеличено количество горячих линий, а 15 мая был открыт call-центр.

«Проверка» почтового отделения на ул. Калинина выявила массу нарушений. Заставка этого выпуска начинается с того, как ведущая Екатерина Кашутчик разговаривает с посетителями почтового отделения, где они говорят о работе персонала «отвратительно», «почтальонов нет».

Второй сезон проекта проверил почтовое отделение №8 на ул. Калинина. Ведущая использует разговорные конструкции в речи «только почта с такой почтой людям не доходит». Ведущая, использует повтор, чтобы усилить эмоциональную окраску.

Сюжет начинается на улице, сразу же в глаза бросаются минусы. Крупным планом, через окно, показаны как на полу лежит корреспонденция. Проверка внутри здания также начинается с нелестных отзывов посетителей почты. Параллельно на экран выведены жалобы, которые присылали пользователи в редакцию канала. Это свидетельствует о коммуникативной функции, которая отражает взаимодействие аудитории и журналиста. Объективно оценена обстановка. Так как комментарии берутся журналистом с разных сторон. О ситуации рассказывает и заведующая почтовым отделением и посетители. Даже просмотрена книга отзывов.

В конце проверки Екатерина выставляет оценки. Почтовое отделение на ул. Калинина не получает ни одного плюса. После чего журналисты обратились к руководству, которые в свою очередь, пообещали исправить ситуацию

По итогу проверок составлен анализ и итоги, которые автор проекта рассказала из студии телеканала. Были показаны самые яркие кадры, которые были засняты в ходе проверки. Также в итогах журналист рассказала о том, где нарушения были устранены и какие последствия ждали заведения после выхода сюжета в эфир. Некоторые заплатили штраф, а кто — то вынужден закрыть прилавки.

Если обратиться к группе критериев, которые выделяют творческий потенциал проекта «Проверка новостей ТВК», то можно выделить следующее:

- актуальность темы обусловлена жалобами зрителей, которые были присланы в редакцию телеканала. Их оказалось больше тысячи. Новизна проекта определяется тем, что в Красноярске подобных проектов создано не было. ТВК первые подняли социальные вопросы в проекте, выехали на место и собрали комментарии, чтобы телезритель смог получить объективную и проанализированную информацию;

- жанр программы — специальный репортаж. Ведущий присутствует «на месте событий», что помогает нам сделать вывод о характеристике жанра. Так как журналист знакомит аудиторию с результатами ситуации и привлекает в свое произведение спикеров, которые детально дают оценку и выводы, то можно сказать, что перед нами специальный репортаж;

- художественно- выразительные средства и замысел проекта можно обозначить в заставке. Где журналист показан в процессе съемки кадров, которые не попали в сюжет. В заставке сразу рисуются проблемы, которые подробно исследуются в сюжете;

- имидж ведущего. Тут можно сказать, что Екатерина Кашутчик гармонично смотрится в кадре. Ее речь имеет разговорный характер;

- также монтаж определяет большую роль проекта. Много кадров, которые демонстрируют проблемы, обсуждаемые в кадре. Находкой является то, что в сюжете параллельно показаны отзывы телезрителей и выписки из законов, которые нельзя нарушать.

Группа критериев анализа, выявляющая принципы функционирования телевидения как социального явления:

- если рассматривать реализацию социальной проблематики в проекте, то стоит сказать о том, что темы сюжетов попадают в специфику жанра — специальный репортаж. При этом в проекте есть ряд функций, которые отражают социальную журналистику. Это организационная функция, коммуникативная и идеологическая. Также в проекте прослеживается функция «сторожевой собаки». Журналист делает сюжет, чтобы добиться работы властей;

- цель авторов проекта обратить внимание властей и Роспотребнадзора на работу медицинских учреждений, школ и магазинов города Красноярска. Сделать работу лучше и устранить недочеты, которые нарушают санитарные законы и могут повлечь за собой негативные последствия.

## **2.2 Анализ проекта «Большая уборка»**

Тема экологии остается одной из самых актуальных в Красноярске и в мире целом, поэтому мы рассмотрим проект «Большая уборка». Он был подготовлен телеканалом ТВК.

Прежде чем перейти к анализу, объясним, как происходила выборка, анализируемых программ. Для анализа мы взяли проект телеканала ТВК «Большая уборка». Выпуск программы выходит раз в неделю. Мы рассмотрим каждый третий выпуск, чтобы комплексно рассмотреть проблему и анализ ситуации. Второй сезон проекта стартовал 5 апреля 2018 года. Именно с этого периода мы проанализируем несколько выпусков.

Организаторы написали о своем проекте так: «Большая уборка» – это акция для тех, кто хочет дышать чистым воздухом и ходить по чистым улицам. Для этого нужно не проходить мимо переполненных урн, стихийных свалок и замусоренных скверов. Сообщайте о них в свою управляющую компанию или звоните в службу 005. Если коммунальщики на ваши заявки не отреагируют,

звоните нам. Мы выясним, почему они не убирают мусор. О результатах расскажем в Новостях ТВК и «Новом утре». Если никто из городских служб не проведет уборку, журналисты телекомпании ТВК готовы сделать это сами. Мы ждем ваши фото и видео в Viber или WhatsApp на номер 8 (923) 1-65-45-00. Оставить заявку можно и на нашем сайте tvk6.ru, а также в группе «ВКонтакте». Для этого можно загрузить фото в специальный альбом» [tvk6.ru] По данным сайта телеканала проект «Большая уборка» продолжался 166 дней или 5 месяцев и 13 дней. За это время в редакцию телеканала поступила 591 фотозаявка в социальной группе телеканала «ВКонтакте».

Для начала проанализируем проект «Большая уборка» с точки зрения его успеха. В первой главе мы выделили критерии анализа, которые помогут нам в дальнейшем. Рассмотрим критерии, которые выявят творческий потенциал проекта:

- об актуальности темы может судить выбор темы в целом. Так как 2018 год, посвящен экологии. Проблема, выделенная авторами проекта, носит социальный характер. Она затрагивает жизнь красноярцев, а также проблемы экологии, которые выделены как одна из тем социальной журналистики. Новизна проекта на наш субъективный взгляд состоит именно во взаимодействии властей и телеканала, чтобы сделать Красноярск чище. Авторы программы комплексно анализируют проблему, выявляют слабые стороны и помогают решить ее, что характерно именно для целей социальной журналистики;

- жанр проекта можно определить, как специальный репортаж. Во-первых, жанр относится к информационным, а значит дает людям актуальную информацию о проблеме экологии и загрязненности в целом. Также ведущий присутствует «на месте событий», что тоже помогает нам сделать вывод о характеристике жанра. Так как журналист знакомит аудиторию с результатами ситуации и привлекает в свое произведение спикеров, которые детально дают оценку и выводы, то можно сказать, что перед нами специальный репортаж;

- художественный замысел проекта авторы обозначили в его девизе: «Большая уборка» – это акция для тех, кто хочет дышать чистым воздухом и ходить по чистым улицам. Для этого нужно не проходить мимо переполненных урн, стихийных свалок и замусоренных скверов ». Также можно сказать, что замысел проекта состоит в том, чтобы сделать свой город чище и лучше;

- экранный имидж ведущего важен в проекте, так как именно ведущий выполняет роль связующего между проблемой и зрителями. Он выезжает на место события и проводит анализ ситуации. В проекте «большая уборка» появляются разные ведущие, что демонстрирует слаженность редакции и вовлеченность в процесс. Также в репортаже присутствуют герои. Чаще всего — это либо жители районов, либо депутаты, ответственные за определенные территории;

- изучение средств, с помощью которых творческий коллектив редакции выражал свои идеи можно назвать следующие: во-первых, это выезд непосредственно на место событий. Во-вторых, использование панорамной съемки, которая демонстрирует загрязненность района. В-третьих, использование кадров, которые присылают жители Красноярска.

Следующая группа критериев анализа выделяет принципы функционирования телевидения, как социального явления:

- исходя из первой главы нашей работы, можно сделать вывод, что тема экологии носит социальный характер и относится к социальной журналистики, так как именно эту тему выделяет несколько авторов в своих работах как одну из актуальных. Если рассматривать воздействие на человека, то можно предположить два выхода воздействия. Человек, который выкидывает мусор в неположенном месте, прекратит это делать. Или же человек, который недоволен своим двором и мусором, который его окружает, отправит фото в редакцию, что поможет сделать город чище;

- цель авторов проекта состоит именно в поддержке чистоты города и ее улучшения в целом.

Анализируя проект, с точки зрения научной статьи М. В. Орловой «Специфика журналистских текстов, освещающих проблемы экологии», можно выделить следующие позиции:

- семантическая составляющая состоит из темы, идеи и проблемы журналистского произведения. Тема — экология, идея авторов состоит в том, чтобы сделать Красноярск лучше, а людей и коммунальные службы более дисциплинированными. Проблема и драматургия журналистского произведения в экологической обстановке Красноярска;

- второй элемент анализа — это синтаксические отношения, которые дают представление о структуре текста (композиция, анализ структуры текста, жанр, журналистский образ, выразительные средства языка).

Композиция выстроена по логике. У каждого сюжета есть завязка, кульминация и развитие. Жанр мы определили ранее - специальный репортаж. Образ журналиста и его выразительные средства языка помогают зрителю прочувствовать проблему. Образ ведущего реалистичен, то есть он близок к аудитории. Решает и анализирует проблему. Язык простой, но иногда прослеживаются в речи сравнения.

Заключительным элементом анализа является относительная информация о тексте, то есть его прагматическая сторона (аудитория, актуальность, привлечение внимания, полезность, декадируемость и социальные функции текста)

Аудитория задействована и вовлечена в процесс решения социальных проблем. Так как у зрителей есть возможность поучаствовать в процессе создания сюжета. Отправить видео или фотографию, которая поможет выявить место свалки. Актуальность программы определена годом экологии и проблемами с экологической обстановкой. Можно сказать, что проект «большая уборка» является полезным с точки зрения вовлеченности в процесс властей города и аудитории. Проект помогает убрать свалки и сделать город чистым.



К социальным функциям проекта «большая уборка» можно отнести следующее:

- регулирование деятельности членов общества в рамках социальных отношений;
- обеспечение развития и устойчивости социальной жизни;
- социализация индивидов и вовлечение их в систему общественных отношений;
- показ и трансляция норм поведения в обществе.

Далее проанализируем непосредственно репортажи проекта «большая уборка».

Выпуск проекта «Большая уборка» от 5 апреля 2018 года открыл второй сезон проекта. За неделю после старта, горожане активно стали присылать фотографии с городских свалок. Порядка 100 фотографий появились в редакции ТВК. На карту мусорок, которую создал канал за время проекта, было дополнительно занесено 40 адресов.

Тема, идея и актуальность. Тема — экология. Идея - показать неэффективность городских служб и свалки города. Актуальность обусловлена темой экологии.

Проблема, которая стоит в центре внимания и к которой пытаются привлечь аудиторию — это проблема загрязненности и халатности жителей и властей Красноярска.

Цель, которую стремятся достичь авторы проекта — это привлечь внимание властей к проблемам экологии Красноярска. Научить жителей города быть более чистоплотными и внимательными к территории, на которой проживают.

Вид репортажа. Данный материал относится к событийному репортажу, так как он является оперативным и моментальным откликом на событие из студии. В основе лежит актуальное событие, об основных моментах которого повествуется в хронологическом порядке. В репортаже не ставится цель рассказать предысторию, рассмотреть прогнозы и предоставить анализ информации.

Образ ведущих. Несмотря на то, что ведущие меняются, они смотрятся в кадре достаточно гармонично, так как ведут себя расковано. Выпуск от 5 апреля был произведен из студии ТВК. Выезда на место событий не было, однако были показаны кадры адресов, которые жители прислали в редакцию. Стоит отметить, что на кадрах появилась съемка «до» и «после», что дает зрителю увидеть проделанную работу коммунальных служб и ответственных за участок земли.

Если рассматривать речь ведущей, то она четкая и лаконичная: «В понедельник мы показали три адреса: ул. Спортивная, 192. За этот участок отвечает «Жилфонд», вторая точка – ул. Говорова, 50 а. Здесь ситуация сложнее. Пока непонятно, чья это территория. И, к сожалению, таких случаев много. Третий адрес – ул. Заводская, 1 – это берег Качи, за этой территорией должна следить городская администрация». Нет изобразительно - выразительных средств, которые дают дополнительную оценку или окраску автора.

Особенности композиции. В конкретном репортаже применяется сюжетный тип композиции. О событиях, которые прошли с момента выезда на место события повествуется в хронологическом порядке. От начала процесса съемки и поступивших в редакцию фотографий до момента - что изменилось на свалках, и какая работа проделана коммунальными службами.

Динамичность сюжета и повествования достигнута сменой кадров, четким текстом и оценкой по каждому адресу, который был заявлен на уборку. Также съемки с места события создают эффект присутствия.

Следующий выпуск программы «Большая уборка», который мы рассмотрим в своей работе, от 10 апреля 2018 года. В этом выпуске корреспондент — Екатерина Кашутчик выезжает на место. Поэтому можно судить о таком жанре - как специальный репортаж.

Тема, идея и актуальность остается неизменной. Тема — экология. Идея - показать неэффективность городских служб и свалки города. Актуальность обусловлена темой экологии.

Проблема, которая стоит в центре внимания и, к которой пытаются привлечь аудиторию — это проблема загрязненности и халатности жителей и властей Красноярска.

Цель, которую стремятся достичь авторы проекта — это привлечь внимание властей к проблемам экологии Красноярска. Научить жителей города быть более чистоплотными и внимательными к территории, на которой проживают.

Вид репортажа. Материал относится к жанру специального репортажа, так как журналист выезжает на место и анализирует ситуацию, о которой рассказали телезрители. Также можно говорить об объективности сюжета. Корреспондент обрабатывает факт и выезжает на место свалки.

Образ ведущих. Несмотря на то, что ведущие меняются, они смотрятся в кадре достаточно гармонично, так как ведут себя расковано. Программу от 10 апреля ведет Екатерина Кашутчик. На наш субъективный взгляд, она гармонично смотрится в кадре, достаточно эмоционально рассказывает о проблеме, которую необходимо решить.

Определенную драматургию сюжету добавляют кадры с места событий. Если рассматривать съемку и монтаж, то можно говорить об отражении проблемы на экранах, которая воспринимается зрителем лучше и объективнее. Корреспондент — Екатерина находится на свалках, адреса и фотографии которых присылали телезрители телеканала. В дополнение вставлены видео от очевидцев и фотографии зрителей.

В выпуске от 10 апреля рассматриваются такие адреса как: ул. Судостроительная; ул. Курчатова; ул. Лесопильщиков; ул. 26 Бакинских Комиссаров.

Анализируя речь ведущей, стоит отметить, что изобразительно - выразительные средства не наблюдаются. Речь простая и больше тяготеет к разговорной. Например, «...вот такой бардак фотографируют наши зрители...»

В конце выпуска ведущая обращается к телезрителям из студии ТВК. За неделю на карту был нанесен еще 41 адрес. А все данные были переданы в городскую администрацию.

Выпуск программы «Большая уборка» от 19 апреля 2018 года рассматривает множество экологических проблем. Во втором сезоне проекта «Большая уборка» авторы поставили еще одну задачу — это сотрудничество с администрацией Красноярска, чтобы город становился чище, а люди знали, кто отвечает за территорию той или иной свалки. В выпуске от 19 апреля, корреспондент Екатерина Кашутчик, рассказывает о том, как за неделю изменилась обстановка с мусором на ранее озвученных адресах. Они действительно делают запрос в администрации, чтобы узнать – кто отвечает за территорию.

Корреспондент Екатерина Кашутчик выезжает на адреса, чтобы лично проверить как изменилась обстановка за неделю. Поэтому жанр — специальный репортаж.

Тема, идея и актуальность остается неизменной. Тема — экология. Идея - показать неэффективность городских служб и свалки города. Актуальность обусловлена темой экологии.

Проблема, которая стоит в центре внимания и к которой пытаются привлечь аудиторию — это проблема загрязненности и халатности жителей и властей Красноярска.

Цель, которую стремятся достичь авторы проекта — это привлечь внимание властей к проблемам экологии Красноярска. Научить жителей города быть более чистоплотными и внимательными к территории, на которой проживают.

Вид репортажа. Материал относится к жанру специального репортажа, так как журналист выезжает на место и анализирует ситуацию, о которой рассказали телезрители. Также можно говорить об объективности сюжета. Корреспондент обрабатывает факт и выезжает на место свалки.

Образ ведущего. Образ Екатерины Кашутчик был исследован ранее.

Драматургия сюжета также заключается в кадрах спецсюжета. Корреспондент стоит на фоне мусора и демонстрирует свалки в разных уголках города.

В выпуске от 19 апреля Екатерина выезжает на адреса, которые были показаны в предыдущем выпуске — это ул. Курчатова, ул. 26 Бакинских Комиссаров и так далее.

Если рассмотреть сюжет от 19 апреля с точки зрения социального контекста, то можно говорить о функции «сторожевой собаки», которая была рассмотрена в первой части нашей работы. Эта функция объясняется тем, что журналист добивается уборки территории, анализирует ситуацию и обращается в администрацию.

Выпуск «большой уборки» от 26 апреля 2018 года, посвящен просмотру улиц Красноярска через несколько дней после общегородского субботника. Первая геолокация Остров отдыха, где 5 дней назад прошла уборка. Однако, из сюжета мы понимаем, что территория снова превратилась в свалку (показаны кадры с места события). Авторы проекта обратились к горожанам с просьбой не мусорить на общественной территории, а властей попросили лучше следить за порядком. Еще рассмотрена территория за Медицинским университетом рядом с бассейном «Медуза», где подрядчик ведет строительные работы, после чего остается мусор. Однако, журналистов заверили, что мусор вывезут через 2 недели. И снова предоставлен отчет о предыдущих местах свалки — это ул. 26 Бакинских комиссаров, 17а; ул. Глинки 11б; ул. Энергетиков 20 и 34. Корреспондент подводит итог, говорит о том, что по уборке отстает Свердловский район (на карте нанесено большее количество красных точек). После запроса в администрацию, новостям ТВК пообещали, что территория войдет в двухмесячник по благоустройству.

Образ ведущей. В этом выпуске работает корреспондент — Виктория Столярова. Начинается сюжет со стенд-ап, где Виктория идет вдоль свалки на Острове отдыха. Ведущая, на наш субъективный взгляд, хорошо смотрится в кадре. Ее речь спокойна и тяготеет к разговорной.

Для усиления драматургии показаны кадры с общегородского субботника, где глава Красноярска Сергей Еремин, сам убирает отходы жизнедеятельности людей на данной территории.

Вид репортажа. Материал относится к жанру специального репортажа, так как журналист выезжает на место и анализирует ситуацию, о которой рассказали телезрители. Также можно говорить об объективности сюжета. Корреспондент обрабатывает факт и выезжает на место свалки.

Тема, идея и актуальность остается неизменной. Тема — экология. Идея - показать неэффективность городских служб и свалки города. Актуальность обусловлена темой экологии.

Проблема, которая стоит в центре внимания и к которой пытаются привлечь аудиторию — это проблема загрязненности и халатности жителей и властей Красноярска.

Цель, которую стремятся достичь авторы проекта — это привлечь внимание властей к проблемам экологии Красноярска. Научить жителей города быть более чистоплотными и внимательными к территории, на которой проживают.

4 выпуска за месяц продемонстрировали, что тема проекта «Большая уборка» относится к социальной проблематике. Это определяется подходами жанра, так как выбран жанр спецрепортаж — это демонстрирует объективность журналиста. Он наблюдает территорию своими глазами и анализирует обстановку, также это дает дополнительный отзыв у аудитории, так как зритель, сидя у экрана, видит то, что происходит на самом деле. Стоит отметить, что в проекте представлены социальные функции журналистики — это коммуникативная функция, которая удовлетворяет контакт аудитории и журналиста. Зритель отправляет фото или видео в редакции и получает отклик, так как каждый адрес, обрабатывается индивидуально и наносится на мусорную карту. Идеологическая функция, которая отвечает за формирование мировоззрения у аудитории, тоже присутствует. Наблюдая за тем, как много мусора в Красноярске, жители начнут ходить на общегородские субботники,

задумаются о том, куда стоит выкидывать мусор, а куда нет. Также это способствует формированию совета дома, который организует чистоту двора вместе с жителями. В проекте «Большая уборка» ярко выражена организационная функция журналистики, так как программа нацелена не только рассказать о происходящих явлениях экологии, но и способствует устранению свалок и уборке мусора. Журналисты проекта связываются с администрацией города и решают проблемы.

По итогам проекта была составлена «мусорная карта», по которой можно проследить загрязненность разных районов Красноярска. Самый чистый район, по итогам «Большой уборки» – Центральный. Самым грязным районом Красноярска стал Советский. По наблюдениям Новостей ТВК, здесь много строек и много недобросовестных строителей, которые вывозят мусор на пустыри. А также много точек торговли, от которых тоже немало мусора. В выпусках выделяется частный сектор Покровки, где жители не вывозят мусор.

Всего по итогам проекта Новости ТВК получили 237 чистых точек на «мусорной карте». Большую часть убрали коммунальные службы города, меньшую – управляющие компании.

Также составлен ТОП оправданий чиновников, ответственных за ту или иную территорию. Если рассматривать этот список, то в основном, мы видим оправдания администрации следующие: например, некоторые говорят о том, что письменных жалоб не поступало, поэтому не производилась уборка территории. Другие о том, что убирать мусор на деньги, которые можно потратить на строительство и реконструкцию детских садов и школ — неправильно. Еще одни из главных оправданий в ТОПе, созданным ТВК — это суждения о том, что в муниципальных предприятиях не хватает денег, а финансовые трудности в стране выходят на первый план. И еще одно, из выделенных каналом оправданий — это плохая погода, которая сместила график уборки.

На сайте организаторы проекта написали несколько пунктов, которые, по их мнению, мешают Красноярску стать чище. Во-первых, неосознанность

красноярцев. Некоторые жители города не вывозят мусор самостоятельно или же выкидывают мусорные пакеты в неполюженном месте. Некоторые умудряются выкидывать мусорные пакеты из окон квартиры. Во-вторых, причина загрязнения – безнаказанность. Власти не разработали никаких санкций против тех, кто мусорит в неполюженном месте. И третья причина, которую выделили организаторы проекта – халатность.

Рассматривая отклик аудитории, на проект «Большая уборка», можно сказать, что ТВК создали проект, который пользуется популярностью, так как за неделю приходит не менее 20-30 писем, фотографий и видео, которые обрабатывают и исследуют корреспонденты. О преимуществах проекта также может судить то, что мусор постепенно убирается. Это делают или коммунальные службы, или частные компании Красноярска. Второй сезон «Большой уборки» было решено проводить совместно с администрацией, что дает определенные преимущества. Журналисты сразу получают ответ на вопрос о территории, администрация в свою очередь, влияет на службы, в чьей компетенции территория Красноярска. Ищут виновных и ответственных. Иногда депутаты сами выезжают вместе с корреспондентом на место, чтобы дать комментарий и пообещать жителям района, что исправят ситуацию.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социальная проблематика, освещаемая в средствах массовой информации, имеет большое значение. На телеканалах и страницах прессы разрабатываются различные социальные проекты, которые не только демонстрируют социальные проблемы общества, но и способствуют их решению.

Для достижения поставленных целей, в данной работе, мы рассмотрели специфику социальной проблематики и ее реализацию в СМИ. Также нами составлены критерии для анализа телевизионного проекта, посвященного экологии.

В теоретической части нашей работы рассмотрены понятия «Социальная проблематика» и «Социальная журналистика». Изучена основная специфика и тематика журналистских произведений, посвященных социальной среде. В первом параграфе работы теоретической части выделены социальные проблемы, освещаемые журналистами и социальные функции, которые присущи их произведениям. Второй параграф раскрывает темы и жанры социальной журналистики. Составлен список тем, которые относятся к социальным и рассмотрены жанры журналистики, которые способствуют нужному подходу к социальной журналистике. Последний параграф теоретической части посвящен критериям анализа, которые необходимы для второй главы. Нами составлена модель для анализа проектов, посвященных экологии.

В практической части мы провели анализ проектов ТВК, которые относятся к социальной тематике и проблематике. Это были проекты «Проверка», «Спецрасследования новостей ТВК» и произведен подробный анализ социального проекта «Большая уборка». Для анализа мы взяли второй сезон проекта, который стартовал 10 апреля 2018 года. Произвели анализ за месяц. В результате сделали выводы о том, что проект носит социальный характер и имеет социальную тематику и функции журналистики.

Во второй главе работы была выполнена задача по анализу проекта. С помощью анализа, мы продемонстрировали - какая тематика реализуется на телеканале ТВК и какие проекты соответствуют заявленной социальной тематике.

В итоге работы была достигнута цель, поставленная в начале исследования. Анализ демонстрирует, что социальная проблематика и ее реализация развита на телеканалах красноярских средств массовой информации.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Багиров, Э. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды : учебное пособие / Э. Г. Багиров. — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1976. — 120 с.
- 2 Бакусева, М. Б. Российское телевидение и социальное настроение : учебное пособие / М. Б. Бакусева. — Москва : ИПКРТР, 2005. — 64 с.
- 3 Блинова, Э. Социальная ответственность регионального ТВ [Электронный ресурс] / Э. Блинова // Электронная библиотека RoyalLib. — 2014. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-regionalnogo-tv/>
- 4 Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учебное пособие / Н. Н. Богомолова. — Москва : Аспект Пресс, 2008. — 191 с.
- 5 Бережная, М. А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Бережная Марина Александровна. — Санкт – Петербург, 2009. — С. 25.
- 6 Бережная, М. А. Социальная тележурналистика: учебное пособие / М. А. Бережная. — Санкт-Петербург : Роза мира, 2005. — 217 с.
- 7 Бурдые, П. Социология политики: учебное пособие / П. Бурдые.— Москва : Socio-Logos, 1993. — 336 с.
- 8 Виноградов, В. Н. Социальное проектирование становления и развития гражданского сообщества: создание стратегического плана района, города, региона : методологическое пособие / В. Н. Виноградов.— Санкт-Петербург : Леонтьевский центр, 2000. — 120 с.
- 9 Гессен, М. Открытие темы: Спецкурс по социальной журналистике / М. Гессен. — Москва : Агентство социальной информации, 2003. — 240 с.
- 10 Даниленко, Г. И. Социальная журналистика и социальные сети: взаимосвязь и взаимодействие [Электронный ресурс] / Г. И. Даниленко // Электронная библиотека RoyalLib. — 2015. — Режим доступа: <http://www.slideshare.net/AnnDanilenko/ss-1302907>

11 Дзялошинский, И. М. Интегративные процессы в современных российских медиа-системах, или Что происходит в российском информационном пространстве / И. М. Дзялошинский // Мы – сограждане. – Москва, 2002. – № 1. – С. 22.

12 Дзялошинский, И. М. Провокативные технологии в системе информационного сопровождения социальных проектов: за и против / И. М. Дзялошинский // Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе. – Москва, 2014. – № 1– С. 1–3.

13 Евдокимов, В. А. Журналистская позиция в политическом конфликте / В. А. Евдокимова // Актуальные проблемы высшего гуманитарного образования. – Омск, 2007. – № 2. – С. 32-36.

14 Евдокимов, В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта / В. А. Евдокимова // Качество жизни в социокультурном контексте России и Запада. – Екатеринбург, 2006. - Ч. 3. - С. 54-56.

15 Ермаков, Ю. А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия: учебное пособие / Ермаков Ю. А. – Екатеринбург : Изд-во Урал. Ун-та, 1995.– 142 с.

16 Зайцева, А. А. Социальная проблематика в СМИ: приоритеты, проблемы и пути развития / А. А. Зайцева // Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. — 2010.— № 2. – С. 210 – 216.

17 Зайцева, А. А. Социальная проблематика в теленовостях: апелляция к ценностям общества [Электронный ресурс] / А. А. Зайцева // Электронная библиотека RoyalLib.– 2011. – №5. – Режим доступа: [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1357739202\\_0462.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1357739202_0462.pdf)

18 Зайцева, А. А. Социальная информация: спрос определяет предложение [Электронный ресурс] / А. А. Зайцева // Электронная библиотека RoyalLib.– 2010. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/otsenka-vzaimosvyazey-mezhdu-pokazatelyami-harakterizuyuschimi-funktsionirovanie-otrasley-proizvodstvennyh-kompleksov-i-tovarnyh>

- 19 Засурский, Я. Н. Культура журналистского исследования / Я. Н. Засурский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 6. – С. 3–5.
- 20 Зацепина, И. А. Социальная журналистика как организатор общественного диалога [Электронный ресурс] / И. А. Зацепина // Электронная библиотека RoyalLib.– 2003. – №4. – Режим доступа: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/1044/1/1966—1969.pdf>
- 21 Зацепина, И. А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа [Электронный ресурс] / И. А. Зацепина // Электронная библиотека RoyalLib. – 2008. – №5. – Режим доступа: — [http://conference.osu.ru/assets/files/conf\\_reports/conf8/23.doc](http://conference.osu.ru/assets/files/conf_reports/conf8/23.doc)
- 22 Иванов, О. И. Введение в социологию социальных проблем : учебное пособие / О. И. Иванов. – Санкт – Петербург : Академия, 2003. – 67 с.
- 23 Иванян, Р. Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия: автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Иванян Рузанна Гургеновна. – Санкт – Петербург, 2007. – 22 с.
- 24 Иванян, Р. Г. Журналист социальной сферы: личностные и профессиональные характеристики: автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / Иванян Рузанна Гургеновна. – Санкт – Петербург, 2005. – 27 с.
- 25 Ким, М. Н. Технология создания журналистского произведения: учебник / М.Н. Ким. – Санкт – Петербург: изд-во Михайлова В.А., 2001. – 320 с.
- 26 Коган, В. З. Некоторые проблемы взаимодействия производителя и потребителя социальной информации / В. З. Коган// Проблемы социологии печати. – 1969. – № 1. – С. 217.
- 27 Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учебное пособие /С. Г. Корконосенко. – Москва : Аспект Пресс, 2001. - 287 с.
- 28 Макашина, Г. Социальная журналистика как новый тип журналисткой деятельности [Электронный ресурс] / Г. Макашина // Электронная библиотека RoyalLib. – 2008. – №5. – Режим доступа : — <http://www.infohome-altai.runode436>

- 29 Марков, Б. В. Мораль и разум: учебное пособие / Б. В. Марков. – Санкт-Петербург: Академия, 2006. – 354 с.
- 30 Мусяиченко, В. И. СМИ как институт социального управления / В. И. Мусяиченко // Сборник научных статей преподавателей Курского ин-та гос. и муниципальной службы. - 2004. - № 15. – С. 164-168.
- 31 Олешко, В. Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? / В. Ф. Олешко // Вестник ЧелГУ.— 2012.— № 5. – С. 259.
- 32 Орлова, Л. В. Общественные отношения в социальной сфере: учебное пособие / Л. В. Орлова. – Москва : Академия, 1995. – С. 19.
- 33 Фролова, Т. И. Проблематика периодической печати : учебное пособие для вузов / Т. И. Фролова, Г. С. Вычуба ; под общ.ред. Г.С. Вычуба – Москва : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. – 112 с.
- 34 Ясавеев, И. Г. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение : хрестоматия / И. Г. Ясавеев. — Казань : Изд-во Казан.ун-та, 2007. — 275 с.
- 35 Севортьян, А. Социальная журналистика: профессия и позиция/ А. Севортьян // Агентство социальной информации. – Москва : АСИ, 2005. – 100 с.
- 36 Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебное пособие / Л. Г. Свитич. – Москва : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2005. – 119 с.
- 37 Свитич, Л. Г. Журналистика: профессия или социальная миссия? / Л. Г. Свитич // МедиаТренды. – 2013. – №1 (38). – С. 4-5.
- 38 Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – Санкт – Петербург : Питер, 2003. – 400 с.
- 39 Фомичева, И. Д. Социально-креативная функция СМИ в свете обществоведческих теорий / И. Д. Фомичева // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. - 2002. - № 1. - С. 46-57.
- 40 Фролова, Т. И. Социальная журналистика: антология возрождения / Т. И. Фролова. – Москва : Центр развития «Сопричастность», 2002. - 200с.

- 41 Фролова, Т. И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге / Т. И. Фролова. – Москва : Пульс, 2003. - 244с.
- 42 Фролова, Т. И. Человек и его мир в информационной повестке дня / Т. И. Фролова. – Москва : Пульс, 2009. - 50с.
- 43 Чернега, О. П. Социальная журналистика: жанровый аспект / О. П. Чернега// - Агентство социальной информации. – 2003. – № 2. – С. 217.
- 44 Чернега, О. П. Типологические особенности социальной журналистики, [Электронный ресурс] / О. П. Чернега // Электронная библиотека RoyalLib. – 2010. – №7. – Режим доступа : — <http://www.infohome-altai.runode436>
- 45 Юдина, Т. Н. Жанрово - тематические особенности подачи социальных материалов в интернет- изданиях / Т. Н. Юдина // Социология. Социальность. Современность.– 2015. – № 7. – С. 12

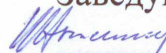
2

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 К. В. Анисимов

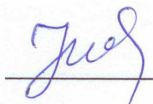
« 18 » июня 2018г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

42.03.02 Журналистика

**СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В КРАСНОЯРСКИХ СМИ**

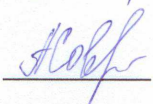
Руководитель



д-р филол. наук, проф.

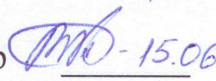
О. Ф. Нескрябина

Выпускник



А. В. Совцова

Нормоконтролер



15.06.18 ст. преп.

В. В. Комлева

Красноярск 2018