

Секция «Журналистика»

Освещение жилищного вопроса журналистами программы «Человек и закон»: анализ эффективных инструментов социального действия

Вареца Анастасия Александровна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: varetsaa@rambler.ru*

Выразительная и коммуникативная специфика телевидения как средства массовой информации предопределила его значимое место в контексте журналистики социального действия [1], то есть профессионального направления, занимающегося освещением социальных проблем и способствующего их решению [4].

Журналистика социального действия имеет отличия по сравнению с другими направлениями журналистики, они проявляются в предметной области, функциональном своеобразии. Следовательно, для социальной журналистики характерны и особые профессиональные методы и инструменты. Т. И. Фролова называет их «коммуникативными практиками в функциональном аспекте» и подразделяет на две категории – негативные и позитивные [6, 7].

Эти практики (инструменты) призваны помогать журналистам наиболее эффективно использовать возможности телевидения для реализации человеческих потребностей. А так как, согласно «пирамиде» А. Маслоу [3], экзистенциальные потребности относятся к первоочередным, то тележурналисты часто обращаются к жилищной проблеме.

«Человек и закон» выходит на экраны с 1974-го года, условно всё время существования передачи можно разделить на четыре этапа [2]:

- существование в период «застоя», жёстких идеологических рамок;
- период «гласности», характеризующийся расширением спектра социальных тем, использованием социального ракурса для актуализации социальных проблем;
- 90-е годы: отсутствие цензуры, популярность социальной проблематики, демонстрация сюжетов с продолжением;
- начало XXI века: сочетание «жёлтых» и развлекательных элементов с социальной проблематикой.

Таким образом, программа «Человек и закон» за своё довольно долгое существование научилась приспосабливаться к веяниям времени, и поэтому тенденция «скандалов, интриг и расследований» не могла не повлиять на передачу. В сюжетах, выбранных нами для анализа, журналистами используются не только позитивные коммуникативные практики, но и практики негативные. В этих сюжетах журналисты для решения жилищных проблем своих героев применяют следующие инструменты:

Негативные практики:

- сенсационность, «звёздность» материалов;

- активное воздействие на эмоцию с преобладанием негативного эмоционального посыла.

Позитивные практики:

- подача информации в социальном ракурсе в сочетании с использованием приёма персонификации;
- отслеживание судеб героев;
- эффективное использование механизмов обратной связи.

Негативные практики используются в программе часто (почти во всех выбранных нами сюжетах), но с максимальной эффективностью, то есть расценивать сенсационность и навязчивость эмоционального воздействия нельзя только лишь негативно. Они обращают внимание зрителей на проблему, вызывают их отклики и желание помочь. Эти инструменты в целом эффективны, но возникает целый ряд этических вопросов по поводу использования *сенсационности, негативного эмоционального посыла*. Журналисты в таких материалах, как правило, выступают в роли «сестёр-плакальщиц».

Приём персонификации, как одна из отмеченных **позитивных практик**, для журналистов программы «Человек и закон» становится, с одной стороны, орудием «сестёр-плакальщиц» с помощью свойства усиления эмоциональной вовлечённости зрителя [2], с другой стороны, является индуктивным методом, делающим проблему общественно значимой.

Особенности восприятия информации, поданной в *социальном ракурсе в сочетании и персонифицированностью* этой информации, предполагают равнодушие зрителя к герою и его судьбе, что предопределяет использование *тактики демонстрации сюжетов с продолжением*. Позитивные эффекты зрительского безразличия закрепляются налаженной работой механизма обратной связи, который позволяет не только находить новых героев, но и решать проблемы с помощью телезрителей.

Использование указанных инструментов имеет двойственную направленность. Они применяются журналистами программы «Человек и закон» для:

- поддержания рейтингов и принесения коммерческой выгоды телекомпаниям;
- помощи героям в решении конкретных проблем («теория малых дел»).

То есть «жёлтые» тенденции в программе сочетаются с ориентацией на социальное действие, а негативные коммуникативные практики используются с целью достижения конкретных позитивных результатов.

Программа «Человек и закон» является программой социального действия так называемого «восточного» типа, ориентированного на эмоцию и на сиюминутный эмоциональный порыв зрителя оказать помощь, а не на рассудок и здравый смысл, как в передачах «западного» типа. Таким образом, используемые инструменты оказывают реальную помощь в решении жилищных проблем, но их использование с моральной точки зрения неоднозначно.

Литература

1. Бережная М. А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб., 2009.
2. Бережная М. А. Социальная журналистика. М., 2004.
3. Генкин Б. М. Экономика и социология труда: Учебник для ВУЗов. М., 2007.
4. Дзялошинский И. М. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? // Социальная журналистика: профессия и позиция. М., 2005.
5. Нам возвращают наш портрет: Заметки о телевидении / Л. Г Парфенов, Е. Л. Чекалова. М., 1990.
6. Фролова. Т. И. Социальная журналистика и её роль в общественном диалоге. М., 2003.
7. Фролова Т. И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике. М., 2009.