

Секция «Журналистика»

Программа "Жди меня"(1 канал) как пример журналистики социального действия

Бузина Ирина Викторовна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: ibouzina@gmail.com

Многие исследователи и практики телевидения считают одним из наиболее успешных проектов социального действия интернациональную программу «Жди меня», которая выходит в эфир уже 13 лет.

Под социальным действием понимается деятельностная реакция (в том числе пролонгированная) на информацию, выраженная в изменении отношения, мнения, поведения адресата или совершении им конкретного поступка – позитивной оказывается не информация, а именно социальное действие, как результат информации[1].

Главная задача проекта «Жди меня» - это восстановление разрушенных социальных связей. Выполняя данную задачу, программа раскрывает широкий спектр социальной проблематики. Изучив эфирные материалы за последние 3 года (2009-2011), можно выделить основные темы, которым уделяет внимание телепроект:

- Незащищенные слои населения: проблемы, с которыми сталкиваются мигранты и люди, отправившиеся на заработки; социальное сиротство; проблемы пожилых и одиноких людей; инвалиды; многодетные и неполные семьи и др.
- Проблемы молодых людей: социальная адаптация безнадзорных и беспризорных несовершеннолетних; секты; проституция и др.
- Девиантное поведение: преступность; алкоголизм; наркомания; самоубийство; «преддевиантный синдром», а именно: аффективный тип поведения, семейные конфликты, агрессивный тип поведения, низкий уровень интеллекта и др.
- Темы нравственного воспитания: семейные ценности; отношение к пожилым людям; героизм; трудолюбие; межэтнические и межконфессиональные проблемы и др.

На сегодняшний день «Жди меня» - это не только телепроект, это настоящая служба, которая для достижения своих целей использует мощные внеэфирные инструменты. Из социальных достижений программы можно отметить:

- Проект «Жди меня» предшествовал развитию социальных сетей в России. 12 лет назад была создана платформа, предназначенная для построения, отражения и организации взаимоотношений потерявшихся людей. Сейчас это одна из самых крупнейших социальных сетей.

- Проект «Жди меня» способствовал развитию волонтерского движения в России. В настоящий момент программе помогают 5 тысяч добровольных помощников из 82 стран. Добровольцы «Жди меня» помогают найти потерявшихся людей в бывших союзных республиках, Северной и Южной Америке, Австралии, Африке, Европе.
- Создание киоска на Казанском вокзале, куда может обратиться любой нуждающийся в помощи. Оператор осуществляет прием заявок на поиск близких и оказывает помощь обратившимся. Людей без определенного места жительства здесь распределяют в специальные приемники, а также некоторым предоставляется питание и одежда.
- Проведение операции «Больница». На протяжении 10 лет при содействии персонала медицинских учреждений страны, работников приютов, приемников-распределителей и просто неравнодушных зрителей осуществляется поиск родственников людей, которые попали в больницу.
- С сентября 2009 года в программе успешно работает операция «Участковый», которая позволяет искать людей с помощью сотрудников полиции в любом населенном пункте.

Программа мотивирует участников к действиям после съемок. На протяжении трех месяцев (январь, август, декабрь 2011 года) осуществлялось наблюдение за героями после съемок (64 эфирных истории). У 58 участников после проекта изменилась жизнь:

- общаются по телефону и интернету – 20 историй;
- ездят друг к другу в гости – 15 историй;
- сменили место жительства – 8 историй;
- пожалели об участии в программе – 6 историй;
- обрели веру в себя – 5 историй;
- обрели жилье и кров – 5 историй;
- герои заключили между собой брак – 4 истории;
- усыновили ребенка – 1 история.

Также были изучены причины, по которым люди пожалели об участии в программе. В 3 случаях – это недовольство обретенным родственником, в 2 – негативные впечатления окружающих, которые видели эфир, в 1 – алкоголизм, которым страдает участник.

О воздействии на зрителя, на которого производит впечатление история конкретного человека, можно судить по откликам, приходящим в программу после каждого эфира (приходит от 0 до 40 откликов на одну историю). Например, после того, как в эфире была показана история про двух десятилетних девочек, одна из которых жила в детском доме, в программу пришло 30 откликов с намерениями удочерить ребенка. После

показа сюжета о бездомной женщине – в программу пришло 10 предложений работы и жилья. После показа заключенного, которого искал друг – 4 пожелания познакомиться от девушек из разных стран. В откликах зрители рассказывают, как затронула их конкретная проблема, как изменились их взгляды после просмотра сюжетов, выражают мнение о ситуациях, в которых оказались герои, предлагают помощь, пишут благодарности и жалобы, высказывают пожелания и предложения и др. В день приходит от 300 до 600 откликов.

Таким образом, можно выделить три уровня воздействия программы «Жди меня»:

- на общество;
- на участника (героя программы);
- на зрителя.

Для достижения главной социальной цели проекта необходимо, чтобы три уровня воздействия сочетались.

Итак, телепрограмма «Жди меня» включает в себя все признаки программы социального действия. Подходы и технологии программы ориентированы на активизацию конструктивных сил общества для преодоления различных социальных проблем.

Литература

1. Бережная М.А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса : дис. д-ра филол. наук / Бережная М.А. – СПб., 2009.
2. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям/И.М. Дзялошинский.- М.: Престиж, 2006.
3. Зацепина И.А. // Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа. Всероссийская научно-методическая конференция «Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры», 2010.
4. Патаки Ф. Некоторые проблемы девиантного поведения // Психологический журнал. Т. 8. 4. 1997.
5. Фролова Т. И. Социальная журналистика: профессия и позиция. М., 2005.
6. <http://poisk.vid.ru/>